



BOGNYT

Redigeret af STEEN HILDEBRANDT, professor ved Institut for Ledelse, Handelshøjskolen i Århus.

Rig på aktiemarkedet

Med Hardint Michelsen som forfatter har Børsens Forlag udgivet en bog med den kraftige titel: Sådan bliver du rig på pengemarkedet. Forfatteren er finansjournalist og skriver nu bl.a. i det nye Ugebrev for bestyrelser. Som bekendt brød aktiemarkedet sammen i begyndelsen af dette tiår, og bogen rummer et afsnit om, hvordan investorer redder sig gennem dårlige tider. Sådan bliver du rig på aktiemarkedet, hedder bogen, med undertitlen: 25 investeringsråd. Nogle af kapiteloverskrifterne: Risiko-styring, Market timing, Køb-og-behold, Stock picking, Corporate governance, Etik, Teknisk analyse, Valg af sektor, Udbytte, Emerging markets, Investforeninger, Obligationer.

Harding Michelsen:

Blv rig på aktiemarkedet. Børsens Forlag. 296 sider. Pris kr. 299. ISBN 8776640361. www.borsensforlag.dk



Stemmens kraft

Stemmen er kroppens åbne bog, står der i denne nye bog om Stemmens kraft. Den er skrevet af Lisbeth Hultmann. Ledere er talere. De fleste i hvert fald. Ledelse og stemme hænger sammen. Om stemmens fysiologi hedder et af kapitlerne i bogen. Et andet hedder: Stemme og personlighed. Et tredje: Stemmens råstoffer, og videre: Stemmetyper, Grundøvelser, Øvelser til din stemmetype, Hvad sker der, når jeg går i gang?, Stemmen og universet. Forfatteren, Lisbeth Hultmann er operasanger og har tillige en psykoterapeutisk uddannelse. Hun underviser og træner mennesker, der skal udvikle deres stemme.

Lisbeth Hultmann: Stemmens kraft. Aschehoug. 127 sider. ISBN 8711260440.

Videnregnskab

Arkitektfirmaet Arkitema i Århus har udsendt deres andet videnregnskab. Det første fokuserede på firmaets rolle som arkitekt og samarbejdspartner i en kompleks byggebranche. I det nye videnregnskab fokuserer firmaet på en ny arkitektonisk praksis, hvor man tager udgangspunkt i byggebranchens udfordring om forbedret kvalitet og produktivitet. Når man studerer en sådant videnregnskab er man ikke i tvivl om, at stadig flere firmaer vil og bør udarbejde videnregnskaber til deres medarbejdere og omgivelser.

Arkitemas videnregnskab 2004-05. Arkitema K/S. Århus. 104 sider. arh@arkitema.dk. Tlf. 70117011

Strategiske økosystemer

Eksemplerne i bogen er de store amerikanske virksomheder som Microsoft, verdens største detailhandelskæde Wall-Mart, og auktionsportalen eBay

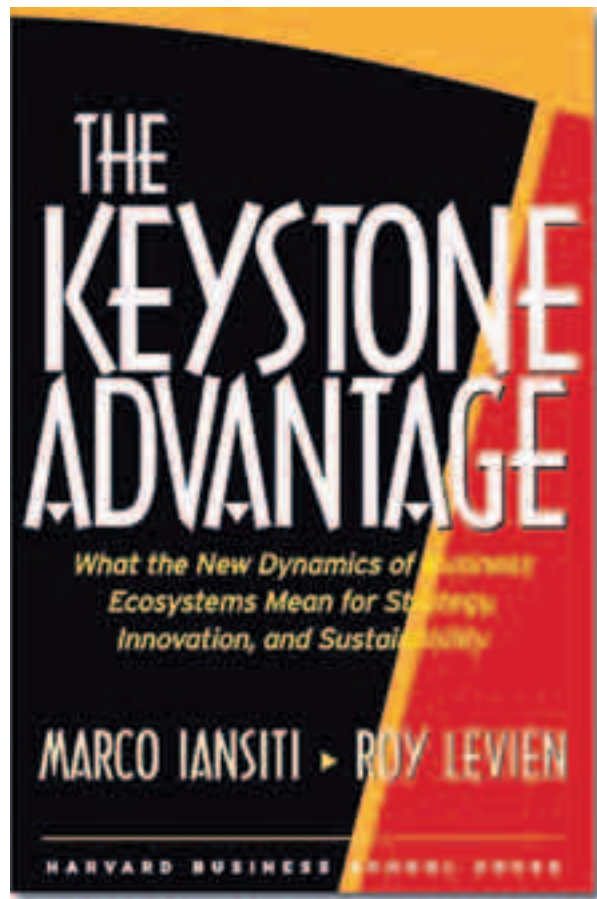


AF PER NIKOLAJ BUKH, ph.d, BDO-professor, cand. oecog. Handelshøjskolen i Århus (www.pnbukh.com)

I den sidste halve snes år har kombinationen af teknologiske muligheder og store kapitalkoncentrationer betydet en ny strategisk drejning af netværkstanken – og dermed også af litteraturen omkring netværker. Det er bogen The Keystone Advantage et godt eksempel på. Bogens titel referer til en bestemt netværkskonfiguration, hvor en central spiller er afgørende for, hvordan et globalt netværk klarer sig ved at stille en platform for andre virksomheder til rådighed således, at de andre virksomheder i netværket kan indgå i et løst koblet samarbejde.

Eksemplerne i bogen er de store amerikanske virksomheder som Microsoft, verdens største detailhandelskæde Wall-Mart, og auktionsportalen eBay. På trods af sådanne virksomheders forskellighed påviser forfatterne nogle fællestræk: Virksomhedernes succes er funderet på, at de fungerer som såkaldte keystone i et omfattende netværk af partnere, som via deres deltagelse i netværket bidrager til den fælles værdiskabelse.

Det er ikke det samme som, at alle i netværket elsker hinanden, for det er funderet på hård konkurrence og skrappe forhandlinger, men den fælles skæbne er afhængig af opbygningen af kompetencer i netværket, som de deltager i. Netværket får derfor mere karakter af et strategisk økosystem end af en traditionel forsyningskæde. Ligesom et økologisk økosystem er karakteriseret ved et stort antal løst koblede 'medlemmer', som er afhængige af hinandens gensidige effektivitet og overlevelser, er det strategiske netværk baseret på den samme gensidige afhængighed. Men det er forfatterne, Marco Iansiti og Roy Levien udgangspunkt, at de strategiske økosystemer i særdeleshed er kendetegnet ved, at en enkelt virksomhed varetager den særligt favorable og afgørende rolle som key stone-virksomhed; og hele netværkets effektivitet, innovationskraft og robusthed fundamentalt set er sammen-



kædet med denne virksomhed. Hermed følger bogen sig til en række af interessante bøger, som de senere år er udkommet om nye forretningsmodeller.

Herhjemme er Joan Magrettas bredt funderede best-seller Ledelse i Grunden (Børsens Forlag 2003) nok mest kendt, men der har i lyset af den såkaldte Ny Økonomi op gennem 1990'erne været skrevet en række bøger, som er specielt fokuseret på netværksstrategier. Først og fremmest Arnaldo Hax & Dean Wildes The Delta Project: Discovering new Sources of Profitability in a Networked Economy (Palgrave, 2001), som på fremragende vis beskrev, hvorledes virksomheder kunne opnå strategiske Lock-in-fordele, hvis deres teknologier opnåede at blive markedsstandarder (tænker vi, ikke alle på Microsoft her?). Men også Barry Nalebuff og Adam Brandenburger's Co-opetition (Doubleday, 1996) eller Carl Shapiro og Hal Varian's Information Rules (HBS Press, 1999). Eller James F. Moore, som med sin bog The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems (HarperBusiness 1996) for alvor bragte økologi-metaphoren ind i strategilitteraturen.

Værdikædetænkning

Pointen i denne litteratur er første og fremmest, at den traditionelle værdikædetænkning kun i nogle industrier og for nogle virksomheder på en hensigtsmæssig måde afspejler værdiskabelse og den konfiguration, som skaber konkurrencemæssige fordele. Ganske vist gælder det hovedparten af de 'traditionelle virksomheder', men i en række interessante virk-

somheder, inklusive dem som Iansiti og Levien diskuterer i The Keystone Advantage, ligger kernen i forretningsmodellen i det grundlag, som key stone-virksomheden skaber, for at en stor mængde andre virksomheder kan sælge kompatible produkter, tilbyde tillægsydelser, innovere og afsætte produkter.

Den almindelige danske virksomhed, hvad enten det er en softwarevirksomhed eller en underleverandør i maskinindustrien, vil måske umiddelbart føle en mental distance til bogens eksempler. Men der er nok ikke tvivl om, at de fremtidige konkurrencevilkår bevæger sig mod i stigende grad at være netværksbaserede – og det er vel også netop det, som er essensen i at være en mindre dansk underleverandør og så alligevel nå det globale marked i kraft af

den gennemslagskraft, som de kunder man leverer til og deres partnere har.

Det er altid godt at forstå sine kunder og deres strategi samt konkurrencevilkårene i den branche, som man er en del af. Derfor er bogen relevant for andre end key stones in spe. Men der udkommer mange bøger, så selvom The Keystone Advantage absolut er en glimrende bog. Velskrevet og med et klart budskab, så konkurrerer den med en række andre strategibøger. Så inden man kaster sig over den, er det måske værd at tænke over, hvor mange ledelsesbøger man når at læse i år – og det skal være denne bog.

Marco Iansiti & Roy Levien:
The Keystone Advantage,

What the New Dynamics of Business Ecosystems Mean for Strategy, Innovation, and Sustainability, Harvard Business School Press, Boston, 2004. 272 sider. Pris ca. Kr. 350.

Bøger til anmeldelse sendes til:
Steen Hildebrandt, Handelshøjskolen i Århus,
Haslegårdsvej 10. 8210 Århus V.

De seks kvalitetshuer i Bognyt

Børsen Executive vil uddele MBA-huer til de bøger, der anmeldes i Bognyt. De anmeldte bøger vurderes ud fra følgende kriterier på en skala fra 1 til 6, hvor 6 er det bedste og 1 det ringeste: Teoretisk forankring, Praktisk relevans, Formidlingskvalitet og Nyhedsværdi. **Seks huer** gives for den ekstremt gode bog. **Fem huer** gives for den fremragende bog. **Fire huer** gives for den gode bog. **Tre huer** gives for en bog på det jævne. **To huer** gives for den ikke særlig gode bog. **En huer** gives for den ringe bog.