

Trude Høgvold Olsen og Elsa Solstad (red.)

Å STUDERE ØKONOMI OG ADMINISTRASJON

– et kunnskapspuslespill

ÇAPPELEN DÅMM
AKADEMISK

© CAPPELEN DAMM AS 2016

ISBN 978-82-02-48812-3

1. utgave, 1. opplag 2016

Materialet i denne publikasjonen er omfattet av åndsverklovens bestemmelser. Uten særskilt avtale med Cappelen Damm AS er enhver eksemplarfremstilling og tilgjengeliggjøring bare tillatt i den utstrekning det er hjemlet i lov eller tillatt gjennom avtale med Kopinor, interesseorgan for rettighetshavere til åndsverk.

Illustrasjoner:

Foto: Side xx, Hurtigruten / Creative Commons / Anke Menge

Omslagsdesign: Torill Gaarder / Cappelen Damm

Sats: Laboremus Oslo AS

Trykk og innbinding: Livonia Sia 2016, Latvia

Forord

Denne boken er skrevet til deg som er interessert i økonomisk-administrative fag. Vi håper den kan hjelpe deg å navigere i det svært spennende fagfeltet. Boken påpeker sammenhenger i fagfeltet, sammenhenger du kanskje ikke tenker over til daglig.

Alle forfatterne i boken har tilknytning til Institutt for økonomi og samfunnsfag på tidligere Høgskolen i Harstad, nå Handelshøgskolen ved UiT – Norges arktiske universitet, enten som fast ansatte eller som engasjerte i II-er stillinger. Det har vært utrolig morsomt å jobbe med denne boken sammen med dem. Arbeidet har gitt oss alle noen aha-opplevelser om hverandres faglige bidrag. Takk til forfatterne for at dere har skrevet om og om igjen, kommentert på hverandres kapitler og holdt tidsfrister.

Takk til instituttlederne, først Viggo Andreassen og senere Inger Lise Kristiansen, som har gitt oss rom til å skrive denne boken, og som har vært rause med oppmuntrende ord hele veien.

Vi vil takke Cappelen Damm Akademisk for støtte gjennom hele prosessen. Takk til den anonyme eksterne konsulenten for gode og konstruktive innspill til boken som helhet og til de enkelte kapitlene. Takk til redaksjonssjef Tor Paulson for entusiasme og oppmuntring fra idé til bok. Takk til redaktør Erlend Guldbrandsen for faglig og praktisk støtte i alle faser av arbeidet – det har vært gull verdt! Takk til redaktør Nils Jørgen Gundersen for god hjelp i slutfasen.

Harstad, februar 2016

Trude Høgvold Olsen og Elsa Solstad

Kapitteloversikt

- 1 Å studere økonomi og administrasjon
– et kunnskapspuslespill 23
Trude Høgvold Olsen og Elsa Solstad

DEL 1 DE FIRE HOVEDFAGOMRÅDENE 31

- 2 Hva er bedriftsøkonomisk analyse? 33
Odd-Birger Hansen
- 3 Hva er samfunnsøkonomi? 45
Harald Bergland
- 4 Hva er administrative fag? 57
Grete Hagebakken
- 5 Hva er metodefag? 69
Baard Herman Borge

DEL 2 SAMMENHENGER MELLOM HOVEDFAGOMRÅDENE 81

- 6 Bedriftsøkonomisk og samfunnsøkonomisk lønnsomhet:
likheter og ulikheter 83
Anita Michalsen
- 7 Bedriftsøkonomisk analyse og administrasjonsfag
– det perfekte lageret 93
Trond Hammervoll
- 8 Bedriftsøkonomi og metodefag
– bruk av matematikk i bedriftsøkonomiske problemstillinger 105
Ørjan Kristensen og Arild Wikan
- 9 Samfunnsøkonomi og administrasjonsfag:
markedstilpasning – strategi og markedsføring 117
Thomas Gressnes og May Kristin Vespestad
- 10 Samfunnsøkonomi og metodefag:
Hvilken nytte har økonomer av matematikk? 127
Viggo Andreassen
- 11 Hvordan bruk av eksperimenter
kan forbedre vår kunnskap om forbrukeratferd 139
Nils Magne Larsen, Didrik Örn Gunnarsson og Valdimar Sigurdsson

DEL 3 BRUK AV ØKONOMISK/ADMINISTRATIV KUNNSKAP 151

- 12 Når virksomheten skal omgjøre strategier til praksis 153
Ole T. Andreassen, Trude Høgvold Olsen og Elsa Solstad
- 13 Cash is King – en fortelling om kontantstrømpoppstillingen 163
Roger Trøite
- 14 Styring i store virksomheter
– utfordringer og styringsverktøy 177
Erik Vea
- 15 Verdsetting 189
Terje Vassdal
- 16 Betydningen av samarbeid i forsyningskjeder 201
Trond Bottolfsen
- 17 Tillit og samarbeid i virksomheter – en brukermanual 213
Svein Tvedt Johansen
- 18 Innovasjon og innovasjonsprosesser 225
Harald Torsteinsen
- 19 Hvordan gjennomføre idéutviklingsprosesser? 237
Hilde Nordahl-Pedersen
- 20 Milepælsplanlegging – prosjektets hjerteslag 249
Heidi Angell Strøm
- 21 Markedsføring av tjenester med Hurtigruten som case 263
Kjersti Karijord Smørvik

DEL 4 AVSLUTNING 275

- 22 Læringsarbeid i økonomisk-
administrative fag 277
Marit Lindstad, Trude Høgvold Olsen og Elsa Solstad
- 23 Case: en uke som økonomi- og personalsjef 289
Ole T. Andreassen
- Forfatterromtaler 301
- Stikkordregister 309

Innhold

Forord 5

Kapitteloversikt 7

Bokens oppbygning 19

1 Å studere økonomi og administrasjon – et kunnskapspuslespill 23

Trude Høgvold Olsen og Elsa Solstad

- 1.1 Et kunnskapspuslespill 23
- 1.2 Det helhetlige bildet: virksomheten 25
- 1.3 Ulike ord for å beskrive virksomheten 26
- 1.4 Hovedbrikkene 27
 - Bedriftsøkonomisk analyse 27
 - Samfunnsøkonomi 28
 - Administrasjonsfag 28
 - Metodefag 29
- 1.5 Bruk av det økonomisk-
administrative kunnskapspuslespillet 29
- Referanser 30

DEL 1 DE FIRE HOVEDFAGOMRÅDENE 31

2 Hva er bedriftsøkonomisk analyse? 33

Odd-Birger Hansen

- 2.1 Innledning 33
- 2.2 Hvordan kan bedriftsøkonomi bidra til bedre resultater? 35
 - Taktiske mål, budsjetter og handlingsplaner 36
 - Gjennomføring 38
 - Registrering og rapportering 38
 - Oppfølging og kontroll 39
 - Koblingen mellom den taktiske styringssløyfen og strategi 40
- 2.3 Noen aktuelle utfordringer 40
 - Intellektuell kapital 40
 - Bedriftsøkonomi og etikk 41
- 2.4 Avslutning 42
- Referanser 43

3 Hva er samfunnsøkonomi? 45

Harald Bergland

- 3.1 Innledning 45
- 3.2 Historikk 46
- 3.3 Mikroøkonomisk teori 49
 - Teori om bedrifters produksjon og atferd 49
 - Teori om personers eller husholdningers atferd som forbrukere 50
 - Markedsteori 52
- 3.4 Makroøkonomisk teori 53
- 3.5 Avslutning 55
- Referanser 55

4 Hva er administrative fag? 57

Grete Hagebakken

- 4.1 Innledning 57
- 4.2 Markedsføring 59
- 4.3 Organisasjons- og ledelsesfag 61
- 4.4 Foretaksstrategi 63
- 4.5 Administrative fag og etikk 65
- 4.6 Avslutning 66
- Referanser 67

5 Hva er metodefag? 69

Baard Herman Borge

- 5.1 Innledning 69
- 5.2 Metodefagets grunnlag 71
- 5.3 Tre fagområder 72
- 5.4 Data i form av tall eller ord? 74
- 5.5 Forholdet mellom teori og metode 75
- 5.6 Feilkilder 76
- 5.7 Etske dilemmaer 77
- 5.8 Avslutning 77
- Referanser 78

DEL 2 SAMMENHENGER MELLOM HOVEDFAGOMRÅDENE 81

6 Bedriftsøkonomisk og samfunnsøkonomisk lønnsomhet: likheter og ulikheter 83

Anita Michalsen

- 6.1 Innledning 83

- 6.2 Sammenhengen mellom fagområdene bedriftsøkonomi og samfunnsøkonomi 84
- 6.3 Bedriftsøkonomisk og samfunnsøkonomisk lønnsomhet 85
- 6.4 Lønnsomhetsvurderinger ved eksterne virkninger 87
 - Positive eksterne virkninger mellom virksomheter og konsumenter 88
 - Negative eksterne virkninger av produksjon 89
- 6.5 Generell markedsliekevekt og markedsrett 90
- 6.6 Avslutning 91
- Referanser 92
- 7 Bedriftsøkonomisk analyse og administrasjonsfag – det perfekte lageret 93**
Trond Hammervoll
 - 7.1 Innledning 93
 - 7.2 Hvor stort bør lageret være? 95
 - Lagerkostnader 95
 - Utvikling av leveringsservice 97*
 - Sammenhengen mellom leveringsservice og overskudd 98*
 - Servicegrad – et aspekt ved leveringsservice 100*
 - Servicegrad og dimensjonering av det perfekte lageret 100*
 - 7.3 Avslutning 102
 - Referanser 102
- 8 Bedriftsøkonomi og metodefag – bruk av matematikk i bedriftsøkonomiske problemstillinger 105**
Ørjan Kristensen og Arild Wikan
 - 8.1 Innledning 105
 - 8.2 Investering og finansiering 106
 - Forskjellige typer lån 107
 - Pengenes tidsverdi 107
 - Renter og avdrag på lån 109
 - Kostnaden til et lån 110
 - 8.3 Kostnadsminimering 112
 - 8.4 Avslutning 115
 - Referanser 116
- 9 Samfunnsøkonomi og administrasjonsfag: markedstilpasning – strategi og markedsføring 117**
Thomas Gressnes og May Kristin Vespestad
 - 9.1 Innledning 117

- 9.2 Markedsføring i reiselivsnæringen 118
- 9.3 Samfunnsøkonomisk analyse av strategiske tilpasninger i reiselivsnæringen 120
- 9.4 Eksempler på ulike former for markedsrett innen opplevelsesturisme 122
- 9.5 Avslutning 124
- Referanser 125

10 Samfunnsøkonomi og metodefag:

Hvilken nytte har økonomer av matematikk? 127

Viggo Andreassen

- 10.1 Innledning 127
- 10.2 Litt om samfunnsøkonomiske modeller 128
- 10.3 Kritisk forhold til bruk av samfunnsøkonomiske modeller 130
- 10.4 Eksempel med en økonomisk modell og bruk av matematikk 131
- 10.5 Avslutning 136
- Referanser 137

11 Hvordan bruk av eksperimenter

kan forbedre vår kunnskap om forbrukeratferd 139

Nils Magne Larsen, Didrik Örn Gunnarsson og Valdimar Sigurdsson

- 11.1 Innledning 139
- 11.2 Hva betyr det å eksperimentere, og bør markedsførere eksperimentere mer? 139
- 11.3 Fire utvalgte eksperimenter utført i dagligvarebutikker 142
 - Eksperiment 1: effektene av rabattkuponger som gir psykologiske inntektsgevinster 143
 - Eksperiment 2: effektene av rabattkuponger som endrer kundenes bevegelsesmønster 145
 - Eksperiment 3 og 4: effektene av produktplassering på sunne produktvalg 145
- 11.4 Avslutning 147
- Referanser 149

DEL 3 BRUK AV ØKONOMISK/ADMINISTRATIV KUNNSKAP 151

12 Når virksomheten skal omgjøre strategier til praksis 153

Ole T. Andreassen, Trude Høgvold Olsen og Elsa Solstad

- 12.1 Innledning 153
- 12.2 Stordrift AS 153

- 12.3 Strategiprosessen 154
- 12.4 Utfordringer etter at strategien er vedtatt 156
 - Å kommunisere mål 156
 - Å organisere 157
 - Å lede 157
 - Å rekruttere og utvikle medarbeidere 158
- 12.5 Andre fagområder som kan kaste lys over utfordringene i Stordrift AS 160
- 12.6 Avslutning 161
- Referanser 162

13 Cash is King

– en fortelling om kontantstrømoppstillingen 163

Roger Trøite

- 13.1 Innledning 163
- 13.2 Resultatregnskap og balanseoppstilling 165
- 13.3 Kontantstrømoppstillingen 166
- 13.4 Presentasjon av selskap 169
- 13.5 Avslutning 174
- Referanser 175

14 Styring i store virksomheter

– utfordringer og styringsverktøy 177

Erik Vea

- 14.1 Virksomhetsstyring – et fagområde med stor spennvidde 177
- 14.2 Sentrale utfordringer i virksomhetsstyring 178
- 14.3 Hvilke styringsverktøy kan brukes til å håndtere utfordringene? 179
- 14.4 Vi åpner verktøykassa (1): resultatstyring 180
 - Hvordan måle prestasjonen eller resultatet? 181
 - Desentralisering av ansvar 181
 - Internpriser 183
 - Budsjettering og fastsetting av krav 183
 - Insentiver 184
 - Resultatstyring – oppsummering 184
- 14.5 Vi åpner verktøykassa (2): handlingsstyring 184
- 14.6 Vi åpner verktøykassa (3):
 - styring gjennom atferdspåvirkning 185
- 14.7 Avslutning: valg og kombinasjon av styringsverktøy 186
- Referanser 188

- 15 Verdsetting** 189
Terje Vassdal
- 15.1 Innledning 189
 - 15.2 Verdi og pris i et marked 190
 - 15.3 Teorifundamentet for verdsetting 191
 - 15.4 Utvidelse av den enkleste modellen 193
 - 15.5 Blir det for vanskelig – bruk sammenlikningsmetoder 197
 - 15.6 Avslutning 198
- Referanser 199
- 16 Betydningen av samarbeid i forsyningskjeder** 201
Trond Bottolfsen
- 16.1 Innledning 201
 - 16.2 Hva er en forsyningskjede? 202
 - 16.3 Hvorfor er kunnskap om forsyningskjeder blitt så viktig? 204
 - Økt mulighet for spesialisering 204
 - Tilgang til flere ressurser 205
 - Økt grad av involvering 206
 - 16.4 Avslutning 209
- Referanser 210
- 17 Tillit og samarbeid i virksomheter
– en brukermanual** 213
Svein Tvedt Johansen
- 17.1 Innledning 213
 - 17.2 Om tillit i virksomheter 214
 - 17.3 Hvordan bygge tillitsfulle relasjoner – noen råd basert på forskning 217
 - 17.4 Avslutning 220
- Referanser 221
- 18 Innovasjon og innovasjonsprosesser** 225
Harald Torsteinsen
- 18.1 Innledning 225
 - 18.2 Hva er innovasjon? 226
 - 18.3 Ny idé 228
 - 18.4 Tatt i bruk 229
 - 18.5 Hva fremmer og hva hemmer innovasjoner? 230
 - 18.6 Innovasjonsprosessen 231
 - Søkefasen 232
 - Valgfasen 232
 - Iverksettingsfasen 233
 - Evalueringsfasen 234

18.7 Avslutning 234
Referanser 235

19 Hvordan gjennomføre idéutviklingsprosesser? 237

Hilde Nordahl-Pedersen

- 19.1 Innledning 237
- 19.2 Bedriften Ishavsfisk AS
og deltakelse i næringsrettet høyskoleprosjekt 237
- 19.3 Innovasjonsmodellen – fire sentrale faser 238
- 19.4 Idéutvikling – Hva må til? 239
- 19.5 Metoder i idéutvikling 240
 - Kreative metoder og andre supplementer i idéutviklingsprosessen 241
 - Metoder for utvelgelse og bearbeiding av ideer 243
 - Oppvarmingsøvelser 244
- 19.6 Hvilke resultater har idéutviklingsprosessen ført til? 245
- 19.7 Avslutning 246
- Referanser 246

20 Milepælsplanlegging – prosjektets hjerteslag 249

Heidi Angell Strøm

- 20.1 Innledning 249
- 20.2 Hva er en milepæl,
og hvordan går man frem for å finne den? 250
- 20.3 Milepælsplanen 250
- 20.4 Teamarbeid 255
- 20.5 Prosjektbudsjett med utgangspunkt i milepælsplanen 255
- 20.6 Prosjektets usikkerhetsmatrise på milepælsnivå 258
- 20.7 Avslutning 260
- Referanser 261

21 Markedsføring av tjenester med Hurtigruten som case 263

Kjersti Karijord Smørvik

- 21.1 Innledning 263
- 21.2 Kort om Hurtigruten 264
- 21.3 Tjenester og tjenestemarkedsføring 265
- 21.4 Produktivitet og kundetilfredshet 266
 - Segmentering 268
 - Posisjonering 269
 - Visjon og merkevarebygging 269
- 21.5 Avslutning 271
- Referanser 272

DEL 4 AVSLUTNING 275

**22 Læringsarbeid i økonomisk-
administrative fag 277**

Marit Lindstad, Trude Høgvold Olsen og Elsa Solstad

- 22.1 Innledning 277
- 22.2 Finn din egen stil 279
- 22.3 Å sikte mot stjernene 281
 - Tenk 282
 - Les 282
 - Skriv 283
 - Spør 284
 - Snakk 284
 - Lytt 285
- 22.4 Avslutning: stjerner i sikte 285
- Referanser 287

23 Case: en uke som økonomi- og personalsjef 289

Ole T. Andreassen

- 23.1 Økonomi- og personalsjefens hverdag – en uke i april 289
- 23.2 Mandag 4. april 290
- 23.3 Tirsdag 5. april 292
- 23.4 Onsdag 6. april 294
- 23.5 Torsdag 7. april 296
- 23.6 Fredag 8. april 297
- 23.7 Lørdag 9. april 299
- 23.8 En uke i praksis 299
- 23.9 Til diskusjon 300

Forfatteromtaler 301

- Redaktørene 301
- Øvrige bidragsytere 301

Stikkordregister 309