

Innhold

Forord av professor Inger Stensaker	11
Forord	13
Fire korte historier	15
Innledning	17
Kapittel 1	
Skuldrene til tidligere tiders kjemper	22
Fra krigføring til aksjeselskap	22
Samfunnsendring og verdilære	24
Strategi skiller fra taktikk	25
Planlegging blir viktig for bedriften	26
Hawthorne-studiene	27
Taylorisme	28
Samlebåndprinsippet og fordisme	29
Samarbeid og intern kommunikasjon	30
Funksjonalismen	31
Hierarki og rasjonalitet	32
Nye kommunikasjonsmuligheter åpner for nye organiseringsmodeller	33
Spillteori	36
Pareto-prinsippet	40
Hvor fort bør selskaper egentlig vokse?	41
Avslutning	44

Kapittel 2

Hovedskolene i strategifaget	45
Ulike inndelinger av strategiteoriene	45
Klassiske forklaringsmodeller	48
Generiske strategier	51
Femkraftmodellen	52
Prinsipal-agent-teori	56
Prosessuelle perspektiver	58
De fem p-ene	61
Planlegging versus strategisk tenkning og beslutningstagning	63
Strategisk ledelse	64
Beslutningstagning	65
Myopia	65
Søppelbøttemodellen	69
Begrenset rasjonalitet, beslutningstagning og kunstig intelligens	72
Evolusjonære forklaringsmodeller	73
Transaksjonskostnadsteori	74
Rutiner er virksomhetens gener som begrenser innovasjon, vekst og endring	78
Betydningen av virksomhetens alder og størrelse for å overleve	80
Systemteoretiske forklaringsmodeller	86
Økonomisk tilknytning	87
Ulike forretningssystemer i Asia og Vesten	89
Kultur, sosiale grupper, rang og status	90
Det finnes ikke en best måte	91
Avslutning	93

Kapittel 3

Strategilandskapet i nyere tid	95
Ressursbasert teori: både eksterne og interne forhold er viktige	95
Virksomhetens evner til dynamisk tilpasning	98

Et konkret eksempel på hvordan bruke noen av strategiteoriene	99
Strategiske råd til MIA etter kartleggingen	109
Innovasjon	111
Forretningsmodellinnovasjon	114
Strategi og teknologi	117
Digitalisering	120
Fra IT-strategi til digital strategi – og digital ledelse	121
Plattformer	123
Beslutningstagning av kunstig intelligens og maskiner	125
Maskiner, moral og etikk	126
Verktøy for etisk navigering	132
Avslutning	135
Kapittel 4	
Strategi som praksis	137
Praksisteori	137
Diskursteori	139
Habitus, makt og kapitaltyper	140
Strukturasjonsteori	142
Strategi som praksis	145
Strategi som praksis-triangelet	146
Strategisering	151
Teknologi og strategi	152
Digitalisering som strategisering	153
Kommunisering som strategisering	155
Hva kan vi bruke strategi som praksis til?	156
Avslutning	160
Kapittel 5	
Og hva er så strategi?	162
Strategibegrepet	162
Er teoriene utdaterte?	166
Til slutt	168

Appendiks

Strategidefinisjoner 170

Referanser 172

Stikkord 183