Å studere økonomi og administrasjon

Trude Høgvold Olsen og Elsa Solstad (red.)

Å STUDERE ØKONOMI OG ADMINISTRASJON

– et kunnskapspuslespill

CAPPELEN DAMM AKADEMISK

© CAPPELEN DAMM AS, Oslo, 2021

ISBN 978-82-02-63400-1
1. utgave, 1. versjon 2021

E-utgaven baserer seg på 1. trykte utgave, 978-82-02-48812-3,
Cappelen Damm Akademisk 2016

Materialet i denne publikasjonen er omfattet av åndsverklovens bestemmelser. Uten særskilt avtale med forlaget 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.

Diktet Toleranse på side 279 er gjengitt med tillatelse fra forfatter.
Illustrasjoner: David Keeping
Foto: Side 266, Hurtigruten i solnedgang, Anke Menge, fra Hurtigrutens bildearkiv, lisensiert under CC BT 3.0.
Omslagsdesign: Torill Gaarder / Cappelen Damm
Sats: Bøk Oslo AS
Elektronisk tilrettelegging: Bøk Oslo AS

www.cda.no
akademisk@cappelendamm.no

Cappelen Damm AS er sertifisert iht. FSC®, PEFC og Miljøfyrtårn.

FSC www.fsc.org FSC® C047286 Symbolet for bærekraftig skogbruk

PEFC Promoting Sustainable Forest Management www.pefc.org

Miljøfyrtårn®

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 ved 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 sluttfasen.

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 33

2 Hva er bedriftsøkonomisk analyse? 35
Odd-Birger Hansen

3 Hva er samfunnsøkonomi? 47
Harald Bergland

4 Hva er administrative fag? 59
Grete Hagebakken

5 Hva er metodefag? 71
Baard Herman Borge

DEL 2 SAMMENHENGER MELLOM HOVEDFAGOMRÅDENE 83

6 Bedriftsøkonomisk og samfunnsøkonomisk lønnsomhet – likheter og ulikheter 85
Anita Michalsen

7 Bedriftsøkonomisk analyse og administrasjonsfag – det perfekte lageret 95
Trond Hammervoll

8 Bedriftsøkonomi og metodefag – bruk av matematikk i bedriftsøkonomiske problemstillinger 107
Ørjan Kristensen og Arild Wikan

9 Samfunnsøkonomi og administrasjonsfag – markedstilpasning, strategi og markedsføring 119
Thomas Gressnes og May Kristin Vespestad

10 Samfunnsøkonomi og metodefag – hvilken nytte har økonomer av matematikk? 129
Viggo Andreassen

11 Metodefag og administrative fag – hvordan bruk av eksperimenter kan forbedre vår kunnskap om forbrukeratferd 141
Nils Magne Larsen, Didrik Örn Gunnarsson og Valdimar Sigurdsson

DEL 3 BRUK AV ØKONOMISK-ADMINISTRATIV KUNNSKAP 153

12 Når virksomheten skal omgjøre strategier til praksis 155
Ole T. Andreassen, Trude Høgvold Olsen og Elsa Solstad

13 Cash is King – en fortelling om kontantstrømoppstillingen 165
Roger Trøite

14 Styring i store virksomheter – utfordringer og styringsverktøy 179
Erik Vea

15 Verdsetting 191
Terje Vassdal

16 Betydningen av samarbeid i forsyningskjeder 203
Trond Bottolfsen

17 Tillit og samarbeid i virksomheter – en brukermanual 215
Svein Tvedt Johansen

18 Innovasjon og innovasjonsprosesser 227
Harald Torsteinsen

19 Hvordan gjennomføre idéutviklingsprosesser? 239
Hilde Nordahl-Pedersen

20 Milepælsplanlegging – prosjektets hjerteslag 251
Heidi Angell Strøm

21 Markedsføring av tjenester med Hurtigruten som case 265
Kjersti Karijord Smørvik

AVSLUTNING 277

22 Læringsarbeid i økonomisk-administrative fag 279
Marit Lindstad, Trude Høgvold Olsen og Elsa Solstad

23 Case – en uke som økonomi- og personalsjef 291
Ole T. Andreassen

Forfatteromtaler 303

Stikkordregister 311

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 33

2 Hva er bedriftsøkonomisk analyse? 35
Odd-Birger Hansen

2.1 Innledning 35
2.2 Hvordan kan bedriftsøkonomi bidra til bedre resultater? 37
Taktiske mål, budsjetter og handlingsplaner 38
Gjennomføring 40
Registrering og rapportering 40
Oppfølging og kontroll 41
Koblingen mellom den taktiske styringssløyfen og strategi 42
2.3 Noen aktuelle utfordringer 42
Intellektuell kapital 42
Bedriftsøkonomi og etikk 43
2.4 Avslutning 44
Referanser 45

3 Hva er samfunnsøkonomi? 47
Harald Bergland

3.1 Innledning 47
3.2 Historikk 48
3.3 Mikroøkonomisk teori 51
Teori om bedrifters produksjon og atferd 51
Teori om personers eller husholdningers atferd som forbrukere 52
Markedsteori 54
3.4 Makroøkonomisk teori 55
3.5 Avslutning 57
Referanser 58

4 Hva er administrative fag? 59
Grete Hagebakken

4.1 Innledning 59
4.2 Markedsføring 61
4.3 Organisasjons- og ledelsesfag 63
4.4 Foretaksstrategi 65
4.5 Administrative fag og etikk 67
4.6 Avslutning 68
Referanser 69

5 Hva er metodefag? 71
Baard Herman Borge

5.1 Innledning 71
5.2 Metodefagets grunnlag 73
5.3 Tre fagområder 74
5.4 Data i form av tall eller ord? 76
5.5 Forholdet mellom teori og metode 77
5.6 Feilkilder 78
5.7 Etiske dilemmaer 79
5.8 Avslutning 79
Referanser 81

DEL 2 SAMMENHENGER MELLOM HOVEDFAGOMRÅDENE 83

6 Bedriftsøkonomisk og samfunnsøkonomisk lønnsomhet – likheter og ulikheter 85
Anita Michalsen

6.1 Innledning 85
6.2 Sammenhengen mellom fagområdene bedriftsøkonomi og samfunnsøkonomi 86
6.3 Bedriftsøkonomisk og samfunnsøkonomisk lønnsomhet 87
6.4 Lønnsomhetsvurderinger ved eksterne virkninger 89
Positive eksterne virkninger mellom virksomheter og konsumenter 90
Negative eksterne virkninger av produksjon 91
6.5 Generell markedslikevekt og markedsmakt 92
6.6 Avslutning 93
Referanser 94

7 Bedriftsøkonomisk analyse og administrasjonsfag – det perfekte lageret 95
Trond Hammervoll

7.1 Innledning 95
7.2 Hvor stort bør lageret være? 97
Lagerkostnader 97
Leveringsservice – servicegrad 98
7.3 Avslutning 104
Referanser 105

8 Bedriftsøkonomi og metodefag – bruk av matematikk i bedriftsøkonomiske problemstillinger 107
Ørjan Kristensen og Arild Wikan

8.1 Innledning 107
8.2 Investering og finansiering 108
Forskjellige typer lån 109
Pengenes tidsverdi 109
Renter og avdrag på lån 111
Kostnaden til et lån 112
8.3 Kostnadsminimering 114
8.4 Avslutning 117
Referanser 118

9 Samfunnsøkonomi og administrasjonsfag – markedstilpasning, strategi og markedsføring 119
Thomas Gressnes og May Kristin Vespestad

9.1 Innledning 119
9.2 Markedsføring i reiselivsnæringen 120
9.3 Samfunnsøkonomisk analyse av strategiske tilpasninger i reiselivsnæringen 122
9.4 Eksempler på ulike former for markedsmakt innen opplevelsesturisme 124
9.5 Avslutning 126
Referanser 127

10 Samfunnsøkonomi og metodefag – hvilken nytte har økonomer av matematikk? 129
Viggo Andreassen

10.1 Innledning 129
10.2 Litt om samfunnsøkonomiske modeller 130
10.3 Kritisk forhold til bruk av samfunnsøkonomiske modeller 132
10.4 Eksempel med en økonomisk modell og bruk av matematikk 133
10.5 Avslutning 138
Referanser 139

11 Metodefag og administrative fag – hvordan bruk av eksperimenter kan forbedre vår kunnskap om forbrukeratferd 141
Nils Magne Larsen, Didrik Örn Gunnarsson og Valdimar Sigurdsson

11.1 Innledning 141
11.2 Hva betyr det å eksperimentere, og bør markedsførere eksperimentere mer? 141
11.3 Fire utvalgte eksperimenter utført i dagligvarebutikker 144
Eksperiment 1: effektene av rabattkuponger som gir psykologiske inntektsgevinster 145
Eksperiment 2: effektene av rabattkuponger som endrer kundenes bevegelsesmønster 147
Eksperiment 3 og 4: effektene av produktplassering på sunne produktvalg 147
11.4 Avslutning 149
Referanser 151

DEL 3 BRUK AV ØKONOMISK-ADMINISTRATIV KUNNSKAP 153

12 Når virksomheten skal omgjøre strategier til praksis 155
Ole T. Andreassen, Trude Høgvold Olsen og Elsa Solstad

12.1 Innledning 155
12.2 Stordrift AS 155
12.3 Strategiprosessen 156
12.4 Utfordringer etter at strategien er vedtatt 158
Å kommunisere mål 158
Å organisere 159
Å lede 159
Å rekruttere og utvikle medarbeidere 160
12.5 Andre fagområder som kan kaste lys over utfordringene i Stordrift AS 162
12.6 Avslutning 163
Referanser 164

13 Cash is King – en fortelling om kontantstrøm-oppstillingen 165
Roger Trøite

13.1 Innledning 165
13.2 Resultatregnskap og balanseoppstilling 167
13.3 Kontantstrømoppstillingen 168
13.4 Presentasjon av selskap 171
13.5 Avslutning 176
Referanser 177

14 Styring i store virksomheter – utfordringer og styringsverktøy 179
Erik Vea

14.1 Virksomhetsstyring – et fagområde med stor spennvidde 179
14.2 Sentrale utfordringer i virksomhetsstyring 180
14.3 Hvilke styringsverktøy kan brukes til å håndtere utfordringene? 181
14.4 Vi åpner verktøykassa (1): resultatstyring 182
Hvordan måle prestasjonen eller resultatet? 183
Desentralisering av ansvar 183
Internpriser 185
Budsjettering og fastsetting av krav 185
Insentiver 186
Resultatstyring – oppsummering 186

14.5 Vi åpner verktøykassa (2): handlingsstyring 186
14.6 Vi åpner verktøykassa (3): styring gjennom atferdspåvirkning 187
14.7 Avslutning: valg og kombinasjon av styringsverktøy 188
Referanser 190

15 Verdsetting 191
Terje Vassdal

15.1 Innledning 191
15.2 Verdi og pris i et marked 192
15.3 Teorifundamentet for verdsetting 193
15.4 Utvidelse av den enkleste modellen 195
15.5 Blir det for vanskelig – bruk sammenlikningsmetoder 199
15.6 Avslutning 200
Referanser 201

16 Betydningen av samarbeid i forsyningskjeder 203
Trond Bottolfsen

16.1 Innledning 203
16.2 Hva er en forsyningskjede? 204
16.3 Hvorfor er kunnskap om forsyningskjeder blitt så viktig? 206
Økt mulighet for spesialisering 206
Tilgang til flere ressurser 207
Økt grad av involvering 208
16.4 Avslutning 211
Referanser 212

17 Tillit og samarbeid i virksomheter – en brukermanual 215
Svein Tvedt Johansen

17.1 Innledning 215
17.2 Om tillit i virksomheter 216
17.3 Hvordan bygge tillitsfulle relasjoner – noen råd basert på forskning 219
17.4 Avslutning 223
Referanser 224

18 Innovasjon og innovasjonsprosesser 227
Harald Torsteinsen

18.1 Innledning 227
18.2 Hva er innovasjon? 228
18.3 Ny idé 230
18.4 Tatt i bruk 231
18.5 Hva fremmer og hva hemmer innovasjoner? 232

18.6 Innovasjonsprosessen 233
Søkefasen 234
Valgfasen 234
Iverksettingsfasen 235
Evalueringsfasen 236
18.7 Avslutning 236
Referanser 237

19 Hvordan gjennomføre idéutviklingsprosesser? 239
Hilde Nordahl-Pedersen

19.1 Innledning 239
19.2 Bedriften Ishavsfisk AS og deltakelse i næringsrettet høgskoleprosjekt 239
19.3 Innovasjonsmodellen – fire sentrale faser 240
19.4 Idéutvikling – Hva må til? 241
19.5 Metoder i ideutvikling 242
Kreative metoder og andre supplementer i idéutviklingsprosessen 243
Metoder for utvelgelse og bearbeiding av ideer 245
Oppvarmingsøvelser 246
19.6 Hvilke resultater har idéutviklingsprosessen ført til? 247
19.7 Avslutning 248
Referanser 249

20 Milepælsplanlegging – prosjektets hjerteslag 251
Heidi Angell Strøm

20.1 Innledning 251
20.2 Hva er en milepæl, og hvordan går man frem for å finne den? 252
20.3 Milepælsplanen 252
20.4 Teamarbeid 257
20.5 Prosjektbudsjett med utgangspunkt i milepælsplanen 257
20.6 Prosjektets usikkerhetsmatrise på milepælsnivå 260
20.7 Avslutning 263
Referanser 264

21 Markedsføring av tjenester med Hurtigruten som case 265
Kjersti Karijord Smørvik

21.1 Innledning 265
21.2 Kort om Hurtigruten 266
21.3 Tjenester og tjenestemarkedsføring 267

21.4 Produktivitet og kundetilfredshet 268
Segmentering 270
Posisjonering 271
Visjon og merkevarebygging 272
21.5 Avslutning 273
Referanser 275

DEL 4 AVSLUTNING 277

22 Læringsarbeid i økonomisk-administrative fag 279
Marit Lindstad, Trude Høgvold Olsen og Elsa Solstad
22.1 Innledning 279
22.2 Finn din egen stil 281
22.3 Å sikte mot stjernene 283
Tenk 284
Les 284
Skriv 285
Spør 286
Snakk 286
Lytt 287
22.4 Avslutning: stjerner i sikte 287
Referanser 289

23 Case – en uke som økonomi- og personalsjef 291
Ole T. Andreassen
23.1 Økonomi- og personalsjefens hverdag – en uke i april 291
23.2 Mandag 4. april 292
23.3 Tirsdag 5. april 294
23.4 Onsdag 6. april 296
23.5 Torsdag 7. april 298
23.6 Fredag 8. april 299
23.7 Lørdag 9. april 301
23.8 En uke i praksis 301
23.9 Til diskusjon 302

Forfatteromtaler 303
Redaktørene 303
Øvrige bidragsytere 303

Stikkordregister 311

Figur- og tabelloversikt

FIGURER

Figur 1.1 Hovedbrikkene i et økonomisk-administrativt kunnskapspuslespill 24
Figur 1.2 Aktører som er involvert i og som kan påvirke virksomhetens produksjonsprosess 26
Figur 2.1 Delbrikker i hovedbrikken bedriftsøkonomisk analyse 36
Figur 2.2 Hovedelementene i virksomhetens taktiske styringssløyfe 38
Figur 3.1 Markedslikevekt 49
Figur 3.2 Samfunnsøkonomiens delbrikker 51
Figur 4.1 Administrative fags delbrikker 60
Figur 4.2 Tre former for markedsføring i en virksomhet 62
Figur 4.3 Sentrale forklaringer på atferd i organisasjoner 64
Figur 4.4 Strategiprosessen inndelt i seks delsteg 67
Figur 5.1 De tre brikkene i metodefag 71
Figur 5.2 To typer empiri virksomheten kan ha nytte av 80
Figur 6.1 Bedriftsøkonomisk overskudd versus samfunnsøkonomisk overskudd 88
Figur 6.2 Markedslikevekt under fullkommen konkurranse 89
Figur 7.1 Lagerkostnader – bestillingskostnader, lagerholdskostnader og totale kostnader 98
Figur 7.2 Generell sammenheng mellom leveringsservice og virksomhetens kostnader 101
Figur 7.3 Generell sammenheng mellom leveringsservice og virksomhetens kostnader og overskudd 101
Figur 7.4 Lagerholdskostnad for forskjellige servicegrader 103
Figur 8.1 Nedbetalingsoversikt for et lån på kr 2,5 millioner, med 3 % nominell årlig rente, månedlig termin samt etablerings- og termingebyr gitt som henholdsvis kr 2 000 og kr 50 112
Figur 8.2 Graf for formel (6) 116
Figur 9.1 Hovedtema for kapittel 9 120
Figur 9.2 Ufullkommen konkurranse der tap for samfunnet er illustrert 123
Figur 10.1 Illustrasjon av utviklingen av en økonomisk modell 131
Figur 10.2 Sammenhengen mellom input- og output-variabelen i en simuleringsmodell 134
Figur 10.3 Etterspørsel etter lavutslippsbiler 135

Figur 10.4 Tilbud av lavutslippsbiler 136
Figur 10.5 Likevekt i markedet for lavutslippsbiler 137
Figur 13.1 Utregning av nøkkeltall 173
Figur 13.2 Beregning av faktor Z-koeffisienten for året 2010 174
Figur 16.1 Involvering i egen butikk samt mot leverandør og kunder 205
Figur 16.2 Forholdet mellom spesialisering, koordinering og involvering (integrasjon) 209
Figur 18.1 Innovasjonsprosessen 233
Figur 19.1 Innovasjonsmodellen 241
Figur 19.2 Modell for systematisk og kreativ problemløsning 243
Figur 20.1 Trinn 1. Sammenhengen mellom milepæler 253
Figur 20.2 Trinn 2. Milepæler satt inn et resultatløp 255
Figur 20.3 Trinn 3. Milepælsplan for konferansen 256
Figur 20.4 Konferansens budsjett med utgangspunkt i milepælene 258
Figur 20.5 Utdrag av usikkerhetsmatrisen for konferansen med utgangspunkt i milepælsplanen 260
Figur 21.1 Markedsføring av varer kontra tjenester 267
Figur 22.1 Læringsstjernen 283

TABELLER

Tabell 1.1 Hva er en virksomhet? 26
Tabell 6.1 Bedriftsøkonomisk og samfunnsøkonomisk lønnsomhet 91
Tabell 12.1 SWOT-analyse i Stordrift AS 157
Tabell 14.1 Verktøykassa i virksomhetsstyring 182
Tabell 14.2 Viktighet av ulike ledelses- og styringsmekanismer 189
Tabell 16.1 Grad av involvering i en forsyningskjede 211
Tabell 18.1 Ulike innovasjonsformer med eksempler 229

Bokens oppbygning

I kapittel 1 introduserer Trude Høgvold Olsen og Elsa Solstad de fire hovedfagområdene i økonomisk–administrative studier. Disse hovedfagområdene illustreres som puslespillbrikker i et kunnskapspuslespill der hensikten er å forstå det som foregår i og rundt økonomiske virksomheter.

Boken er videre delt inn i tre deler. I tillegg inneholder boken to avslutningskapitler.

Del 1 De fire hovedfagområdene i studiet

Her presenteres de fire hovedfagområdene i studiet: bedriftsøkonomisk analyse, samfunnsøkonomi, administrative fag og metodefag.

I kapittel 2 beskriver Odd-Birger Hansen hovedbrikken bedriftsøkonomi. De ulike delbrikkene som inngår i hovedfagområdet, kan alle på et eller annet vis ses som virkemidler som bidrar til bedre lønnsomhet i virksomhetene. Hansen diskuterer noen dagsaktuelle utfordringer innenfor fagområdet: måling og styring av intellektuell kapital og koblingen mellom bedriftsøkonomi og etikk.

I kapittel 3 beskriver Harald Bergland hovedbrikken samfunnsøkonomi. Han diskuterer hvordan samfunnsøkonomi som fag kan hjelpe oss å forstå hvordan det økonomiske livet i samfunnet fungerer. Du blir kjent med tema fra samfunnsøkonomien som vanligvis inngår i økonomisk–administrative studieprogram.

I kapittel 4 gjennomgår Grete Hagebakken innholdet i hovedbrikken administrative fag. Hun gir en kort oversikt over fagområdene markedsføring, organisasjon og ledelse og foretaksstrategi. Disse fagene har til felles at de ser på virksomheter som sosiale systemer der samspill og konkurranse mellom mennesker spiller en avgjørende rolle.

Hovedbrikken metodefag omfatter både matematikk, statistikk og samfunnsvitenskapelig metode. Samfunnsvitenskapelig metode kan ses som metodefagets kjerne og som en innfallsport til de to andre emnene. I kapittel 5 har Baard Herman Borge sterkest søkelys på samfunnsvitenskapelig metode, men han viser også nytten av matematikk og den nært beslektede statistikken.

Del 2 Sammenhenger mellom de fire hovedfagområdene

I hvert kapittel i denne delen illustrerer vi en sammenheng mellom to hovedfagområder. Hensikten er å vise at selv om hovedfagområdene gjerne fremstilles hver for seg, kan du bruke kunnskap fra flere fagområder for å få en utvidet forståelse for en problemstilling.

I kapittel 6 belyser Anita Michalsen hva som er lønnsomt fra et bedriftsøkonomisk perspektiv, og hva som er lønnsomt for samfunnet som helhet. Hun ser på likheter og ulikheter innenfor bedriftsøkonomiske og samfunnsøkonomiske lønnsomhetsbetraktninger.

Formålet med kapittel 7 er å vise hvordan innsikt fra logistikkfaget, som bygger på både bedriftsøkonomiske og administrative fag, er nødvendig for å planlegge hvor stort et lager bør være. Trond Hammervoll har lagt vekt på å presentere et konkret og detaljert eksempel og vise til relevant teori og forskning.

I kapittel 8 ser Ørjan Kristensen og Arild Wikan på hvordan matematikk kan anvendes på ulike bedriftsøkonomiske problemstillinger. Spesielt studeres nytteverdien av matematiske metoder innen (1) bedriftslån, der spørsmål som pengenes tidsverdi og forskjellige typer lån tas opp, samt innen (2) kostnadsminimering.

Thomas Gressnes og May Kristin Vespestad viser i kapittel 9 gjennom teoretiske og praktiske eksempler koblinger mellom bedriftenes strategi og markedsføring og de samfunnsøkonomiske konsekvensene disse kan få. De strategiske målene vil for mange virksomheter være vekst og økt markedsmakt. Dette kan de blant annet oppnå ved markedsføring. Markedsmakten gjør virksomheter i stand til å ta ut et større overskudd. Ved bruk av samfunnsøkonomisk teori viser forfatterne at dette ikke nødvendigvis fører til en økonomisk gevinst for konsumentene og samfunnet samlet sett.

I kapittel 10 belyser Viggo Andreassen matematikkens betydning i samfunnsøkonomien ved hjelp av en modell fra mikroøkonomisk teori. Etter først å ha redegjort for hva som menes med en samfunnsøkonomisk modell, understeker han betydningen av at studentene utvikler et reflektert forhold til bruken av matematikk.

I kapittel 11 undersøker Nils Magne Larsen, Didrik Örn Gunnarsson og Valdimar Sigurdsson sammenhengen mellom metodefagene og administrasjonsfagene. Dette gjør de ved å diskutere hvordan en mer utstrakt bruk av eksperimentering i næringslivet kan gi virksomheter bedre kundeforståelse.