

Inhoud

COLUMN

Leo Stevens

Fiscale aardverschuiving

494

ORGANISATIE EN MANAGEMENT

Drs. H.H.J. van Elferen

Een strategische benadering van valutarisico

Ondernemingen vinden veel hinder van fluctuerende wisselkoersen. Derhalve vormen fluctuerende wisselkoersen een belangrijk risico. Om dit valutarisico te verminderen gaan veel ondernemingen transacties aan op derivatenmarkten. Echter, in veel gevallen blijken deze transacties niet het gewenste effect van risicovermindering te leveren. In dit artikel is het valutarisico van een onderneming op een andere wijze benaderd. Er wordt gesteld dat valutarisico een strategisch risico vormt voor een onderneming. Dit impliceert dat dit risico op een strategische wijze moet worden aangepakt. Deze strategische aanpak is uitgewerkt in een model dat is opgebouwd uit vier fasen die een onderneming sequentieel moet doorlopen. **497**

Drs. R.P. Bood

Management van het strategisch proces

De kritiek op de formele strategische planningsbenadering neemt toe en verdient zeker na Mintzberg's The Rise and Fall of Strategic Planning serieuze aandacht. Dit artikel analyseert deze kritiek en leidt enkele belangrijke eisen af waaraan adequate benaderingen voor strategie-ontwikkeling dienen te voldoen. Zo blijkt de strategische planningsbenadering alleen aandacht te schenken aan het technische proces van strategie-formulering en het sociale proces te verontachtzamen. Twee benaderingen die goeddeels tegemoet komen aan de geformuleerde eisen worden behandeld en hun mogelijke rol in het strategisch management wordt toegelicht: 'Soft Systems Methodology' en 'Strategic Options Development and Analysis' **504**

BESTUURLIJKE INFORMATIEVOORZIENING

Dr. A. Geurtsen

Situatie-afhankelijke informatievoorziening

Alhoewel in diverse onderzoeken de nadruk wordt gelegd op kritieke succesfactoren, blijkt uit dit onderzoek dat het niet per definitie noodzakelijk is om hierover informatie te ontvangen. Dit omdat in een dynamische situatie - waar veel bedrijven tegenwoordig mee worden geconfronteerd - juist behoefte bestaat aan informatie over zaken die zowel bedreigend als belangrijk zijn voor de verwezenlijking van de doelstellingen. Eveneens komt uit het onderzoek naar voren dat het een misvatting is om te spreken over de informatiebehoefte van bijvoorbeeld een Raad van Bestuur. Bij de bepaling van de informatiebehoefte moet terdege rekening worden gehouden met de onderlinge verschillen tussen de directieleden, want iedere persoon neemt op zijn eigen manier

waar, op basis van zijn persoonlijke ervaringen.

De consequentie van de conclusies van dit onderzoek is dat de manager in zijn omgeving centraal moet staan bij het inrichten van de informatieverzorging. **513**

FINANCIERING

Drs. L.R.T. van der Goot

Hebben personeelsopties ook waarde voor beleggers?

Een van de manieren om beleggers een positief signaal te geven over de kwaliteit van een relatief onbekend bedrijf is de introductie van personeelsoptieprogramma. De aanwezigheid van personeelsoptieprogramma's kunnen een onderneming op drie wijzen van pas komen. Personeelsopties kunnen een aanzienlijke bron van extra inkomen vormen. Ten tweede toont het onderzoek aan dat personeelsopties als financieringsbron fungeren.

Tenslotte bevorderen personeelsoptieprogramma's dat de belangen van de bezitters ervan en die van de 'outside' aandeelhouders beter met elkaar in overeenstemming gebracht worden, wat een positieve invloed heeft op de waarde van de onderneming. De uitkomsten van het onderzoek ondersteunen het laatste echter niet. **519**

MARKETING

Drs. M. van Willigen, Dr. W.J.M. Reijnders en Dr. T. Bijmolt

Succes in franchising

Het belang van franchising is de afgelopen jaren sterk toegenomen binnen de detailhandel. Het succes van een franchisevestiging zal over het algemeen afhangen van de franchisenemer, de franchisegever en de relatie tussen beide partijen. Uit een onderzoek onder 185 vestigingen, die behoren bij in totaal 22 ketens, blijkt dat er aanzienlijke verschillen zijn tussen de vestigingen. Componenten zoals de zeggenschapsverhouding, de winkelformule, het dienstenpakket en de achtergrond van de franchisenemer en -gever blijken van invloed op het succes. Goede communicatie, afstemming en samenwerking tussen de franchisenemers en franchisegever is derhalve noodzakelijk. **529**

LEZERS REAGEREN

Prof. Dr. P.S.H. Leeftang en Prof. E. Sterken

Een maandelijks patroon in aandelenrendementen: een reactie **538**

Nawoord door S. Bouman en B. Jacobsen

Nog meer over het maandelijks patroon **542**

BOEKBESPREKING

Prof. Dr. F.W. Vlotman

Situatie-afhankelijke informatieverzorging **546**

BINNENGEKOMEN BOEKEN

550