

Bog anmeldelser

Anmeldere i dette nummer: Docent ved Handelshøjskolen, dr. phil. Age Agesen. Professor ved University of Illinois, dr. polit. Hans Brems.

Johns. Humlum: **Kulturgeografisk Atlas**, 3. udgave. Gyldendalske Boghandel, Nordisk Forlag. Kbh. 1955 1 atlasbind med 127 kortsider og 20 tekstsider + 1 tekstbind med 320 sider. Kr. 55 indb.; kr. 46 hft.

Den nu udkomne 3. udgave af »Kulturgeografisk Atlas« (4. udgave af Erhvervsgeografisk Atlas) kan, selv for en forsigtig vurdering, betegnes som årets store begivenhed i dansk geografisk litteratur. Den nye udgave repræsenterer nemlig ikke blot en ajourføring af stoffet, men på afgørende punkter så gennemgribende forbedringer, at atlasset delvis skifter karakter. For det første ændres formatet fra det fortvivlende store kvart-format til almindeligt bogformat, og teksten skilles fra kortene, hvilket medfører den iøjnefaldende fordel, at tekstens omfang ikke har måttet tilpasses til kortene, således som de i tidligere udgaver, hvor kortsider og de tilsvarende tekstsider stod overfor hverandre. Dernæst er antallet af hovedkort udvidet med værdifulde kort over f. eks. agerland, kunstvandingsområder, Mellemeuropas, Sovjetunionens og USA's mineralproduktion, vandkraftstationer i Norden o. a. Lige så vigtigt er det, at antallet af bikort er forøget stærkt, hvorved en detailbehandling er blevet mulig i langt

højere grad end i de tidligere udgaver. Netop gennem disse detaljerede kort kan årsagssammenhængen mellem de forskellige forholdsudbredelse belyses og uddybes, og disse bikort kan derfor hilses med glæde.

Al ledsagende tekst udover de nødvendige signaturforklaringer er samlet i tekstbindet, der er disponeret på samme måde som atlas. Teksten er fyldig og velskrevet, og er ledsaget af et stort antal diagrammer, supplerende kort og velvalgte billeder. Teksten er mere udførlig end i nogen anden kulturgeografisk håndbog på et nordisk sprog.

»Kulturgeografisk Atlas« har i de tidligere udgaver været anvendt bl. a. ved Nordens universiteter og handelshøjskoler. I sin nye udformning træder atlas ind i rækken af internationale håndbøger, og at dette forhold står forfatter og udgiver klart, fremgår af, at atlasbindet er forsynet med forord og signaturforklaring på engelsk, fransk, tysk og dansk.

Det kan tænkes, at det nye omfang og især den nye pris vil virke hæmmende for dens anvendelse på lavere uddannelsesstrin, og en sådan udvikling må beklages. Formodentlig vil dette forhold mere end fuldt ud kompenseres ved den større udbre-

Bog anmeldelser

Anmeldere i dette nummer: Docent ved Handelshøjskolen, dr. phil. Age Agesen. Professor ved University of Illinois, dr. polit. Hans Brems.

Johns. Humlum: **Kulturgeografisk Atlas**, 3. udgave. Gyldendalske Boghandel, Nordisk Forlag. Kbh. 1955 1 atlasbind med 127 kortsider og 20 tekstsider + 1 tekstbind med 320 sider. Kr. 55 indb.; kr. 46 hft.

Den nu udkomne 3. udgave af »Kulturgeografisk Atlas« (4. udgave af Erhvervsgeografisk Atlas) kan, selv for en forsigtig vurdering, betegnes som årets store begivenhed i dansk geografisk litteratur. Den nye udgave repræsenterer nemlig ikke blot en ajourføring af stoffet, men på afgørende punkter så gennemgribende forbedringer, at atlasset delvis skifter karakter. For det første ændres formatet fra det fortvivlende store kvart-format til almindeligt bogformat, og teksten skilles fra kortene, hvilket medfører den iøjnefaldende fordel, at tekstens omfang ikke har måttet tilpasses til kortene, således som de i tidligere udgaver, hvor kortsider og de tilsvarende tekstsider stod overfor hverandre. Dernæst er antallet af hovedkort udvidet med værdifulde kort over f. eks. agerland, kunstvandingsområder, Mellemeuropas, Sovjetunionens og USA's mineralproduktion, vandkraftstationer i Norden o. a. Lige så vigtigt er det, at antallet af bikort er forøget stærkt, hvorved en detailbehandling er blevet mulig i langt

højere grad end i de tidligere udgaver. Netop gennem disse detaljerede kort kan årsagssammenhængen mellem de forskellige forholdsudbredelse belyses og uddybes, og disse bikort kan derfor hilses med glæde.

Al ledsagende tekst udover de nødvendige signaturforklaringer er samlet i tekstbindet, der er disponeret på samme måde som atlas. Teksten er fyldig og velskrevet, og er ledsaget af et stort antal diagrammer, supplerende kort og velvalgte billeder. Teksten er mere udførlig end i nogen anden kulturgeografisk håndbog på et nordisk sprog.

»Kulturgeografisk Atlas« har i de tidligere udgaver været anvendt bl. a. ved Nordens universiteter og handelshøjskoler. I sin nye udformning træder atlas ind i rækken af internationale håndbøger, og at dette forhold står forfatter og udgiver klart, fremgår af, at atlasbindet er forsynet med forord og signaturforklaring på engelsk, fransk, tysk og dansk.

Det kan tænkes, at det nye omfang og især den nye pris vil virke hæmmende for dens anvendelse på lavere uddannelsesstrin, og en sådan udvikling må beklages. Formodentlig vil dette forhold mere end fuldt ud kompenseres ved den større udbre-

delse, atlas uvægerlig vil få internationalt.

For studiekredse og i endnu højere grad i det praktiske liv vil »K.A.« blive en nyttig håndbog. For enhver erhvervsvirksomhed, stor eller lille, er den her samlede og ordnede viden af så fundamental interesse, at atlas faktisk er uundværlig for den overordnede eller ledende forretningsmand. At også enhver geografisk interesseret i »K.A.« vil finde en uvurderlig kilde til viden om og forståelse af sin samtids problemer, er en selvfølge.

Den nye udgave er en indsats af en dansk geograf på et internationalt plan og fortjener derfor opmærksomhed. Man må håbe, at dette værk i sin nye form må være medvirkende til at give geografisk viden og forskning den plads i Danmark, som den forlængst har opnået i andre kulturlande.

Aage Aagesen.

Das Konkurrenzproblem im Oligopol.

Af Rudolf Richter (Berlin og München: Duncker og Humblot, 1954, 112 sider, DM 8,00).

Det her foreliggende værk er en disputats ved Frankfurts universitet. Med traditionel tysk grundighed behandler bogens første halvdel 10 oligopolmodeller, nemlig Cournot, Bertrand, Hotelling, Frisch, Chamberlain, Stackelberg, Schneider, Kaysen, Fellner og Brems. De findes alle utilfredsstillende, enten fordi de forudsætter en reaktionsfunktion, som aldrig kan realiseres, eller fordi deres løsninger kun er subjektivt, aldrig objektivt rationelle.

Oligopolteorien er jo et område, hvor det er lettere at kritisere end at bidrage, så større interesse knytter der sig til Richters positive teori i bogens anden halvdel. Der er for

Richter to helt adskilte problemer, som bør løses. Først hele industriens problem, der er et rent prisproblem, dernæst det enkelte foretagendes problem, hvor ikke-pris-konkurrencen udfolder sig. Lad os først se på industriproblemet.

Richter forudsætter, at pris og produktkvalitet er fælles for alle foretagender i industrien. Under sådanne forudsætninger kan man tegne en for industrien som sådan gældende efterspørgselskurve. På hvilket punkt vil nu industrien sætte sin pris? Ræsonnementet her er ikke ganske klart hos Richter, men lad os gengive det for hvad det er værd. Hvis først industriens pris var fastsat, ville industriens samlede salg være bestemt, og det enkelte foretagende kunne betragte sin omsætning (pris gange mængde) som ligefremt proportional med afsat mængde. Antag nu fremdeles, at produktionsomkostninger såvel som salgsomkostninger er ligefremt proportionale med afsat mængde. Så vil også profitten (omsætning minus alle omkostninger) være ligefremt proportional med afsætning og altså også med omsætning. Så langt kan vi følge Richter uden vanskelighed. Men derpå siger han, at eftersom i et oligopolitisk marked vægten ligger på omsætning og markedsandel (et foretagende kan vinde omsætning alene ved at berøve et andet foretagende en del af dets omsætning), så står industrien sig bedst ved at sætte sin pris der, hvor industriens *omsætning* bliver maximum. Richter synes at være helt klar over den kendsgerning, at når omkostninger eksisterer, vil industriomsætningen blive maximum for en lavere pris end industriens samlede profit. Men han overbeviser ikke sin læser om, at det er mere rationelt for industrien