

forskkel, der har sproglige årsager, kan vel give anledning til konfusion. Middelfejlen („the standard deviation“) betegnes på amerikansk for populationer med det græske σ og for samples med et s .

Det kan iøvrigt let bevises, at $\sigma^2 > s^2$, idet

$$\begin{aligned}\sigma^2 &= \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \mu)^2}{n} \\ &= \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n} + (\bar{x} - \mu)^2.\end{aligned}$$

Konsekvensen heraf er, at man ved beregningen af s tager hensyn til antallet af frihedsgrader ved at dividere med $n-1$ i stedet for med n .

For det andet indeholder bogen beskrivelser af en række statistiske metoder, der ofte ses anvendt i moderne økonomisk litteratur. Således anvender f. ex. Karl-Erik Wärneryd i sin ved Handelshøjskolen meget benyttede bog „Motiv och beslut i företagsledningens marknadspolitik“ (anmeldt af prof. dr. polit. Bjarke Fog i E. T. nr. 4, 1957) en række statistiske metoder, der falder ind under områderne samplingteknik, signifikanstests og statistisk hypoteseprovning. Den, der har læst Wärneryds bog og følt sig usikker over for de anvendte korrelationskoefficienter, chikvadrattests og t -tests m. v., vil i „Modern Business Statistics“ kunne finde en letfattelig beskrivelse af disse metoder og deres værdi under forskellige forudsætninger og derved bedre blive i stand til at vurdere de foretagne beregninger.

Bogen kan således varmt anbefales til enhver, der arbejder med statistiske problemer i praksis eller under studiet af økonomi støder på moderne statistiske metoder og på en relativt let måde ønsker at erhverve mere viden herom.

Ernst Poulsen.

Karen Gredal: **Moderne forbrugeres motiver og adfærd.** 143 sider. Einar Harcks Forlag. København 1959. Kr. 18,-.

I forordet til denne bog betegner professor Max Kjær-Hansen dette værk som et pionerarbejde. Allerede dermed er tilkendegivet, at der her er ydet noget ud over det sædvanlige. Bogen er en viderebearbejdning af den afhandling, med hvilken forfatterinden i 1956 vandt førsteprisen ved den i tilknytning til den 10. nordiske salgs- og reklamekongres udskrevne priskonkurrence om et nyt teoretisk afsætningsøkonomisk arbejde.

„Moderne forbrugeres motiver og adfærd“ må først og fremmest betragtes som en lærebog i faget „konsumentøkonomi“, en disciplin, som i de senere år har indtaget en passende plads ved salg- og reklame-diplomstudiets undervisning. Hvor rigtigt det må være i afsætningsarbejdet at tage hensyn til konsumenternes særegenheder, kan muligvis enhver tænke sig til på forhånd, men overbevist bliver man vel først ved læsning af bogen.

Karen Gredal understreger selv i sin undervisning, som hidtil har været baseret på forarbejderne til bogen inclusive diverse artikler i Det Danske Marked, at de tanker, som fremsøres, er en hel række selvfølgeligheder, som burde ligge lige for, og som i bogen blot er blevet systematiseret. Nuvel – en fornuftig systematisering er overordentlig nyttig, og det må erkendes, at det hyppigt er selvfølgelighederne, der tages mindst hensyn til.

Efter en indledning om konsumentøkonomiens placering gøres der rede for forskellige grundlæggende teorier i forbindelse med behovene. Derefter følger en behandling af begrebet konsumentenhed. Indholdet af disse to afsnit vil være kendt fra anden litteratur, men er dog fuldt på sin plads her som et naturligt udgangspunkt for den følgende gennemgang af emnet. Familiens indkomstbegreb er derefter genstand for behandling.

forskæl, der har sproglige årsager, kan vel give anledning til konfusion. Middelfejlen („the standard deviation“) betegnes på amerikansk for populationer med det græske σ og for samples med et s .

Det kan iøvrigt let bevises, at $\sigma^2 > s^2$, idet

$$\begin{aligned}\sigma^2 &= \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \mu)^2}{n} \\ &= \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n} + (\bar{x} - \mu)^2.\end{aligned}$$

Konsekvensen heraf er, at man ved beregningen af s tager hensyn til antallet af frihedsgrader ved at dividere med $n-1$ i stedet for med n .

For det andet indeholder bogen beskrivelser af en række statistiske metoder, der ofte ses anvendt i moderne økonomisk litteratur. Således anvender f. ex. Karl-Erik Wärneryd i sin ved Handelshøjskolen meget benyttede bog „Motiv och beslut i företagsledningens marknadspolitik“ (anmeldt af prof. dr. polit. Bjarke Fog i E. T. nr. 4, 1957) en række statistiske metoder, der falder ind under områderne samplingteknik, signifikanstests og statistisk hypoteseprovning. Den, der har læst Wärneryds bog og følt sig usikker over for de anvendte korrelationskoefficienter, chikvadrattests og t -tests m. v., vil i „Modern Business Statistics“ kunne finde en letfattelig beskrivelse af disse metoder og deres værdi under forskellige forudsætninger og derved bedre blive i stand til at vurdere de foretagne beregninger.

Bogen kan således varmt anbefales til enhver, der arbejder med statistiske problemer i praksis eller under studiet af økonomi støder på moderne statistiske metoder og på en relativt let måde ønsker at erhverve mere viden herom.

Ernst Poulsen.

Karen Gredal: **Moderne forbrugeres motiver og adfærd.** 143 sider. Einar Harcks Forlag. København 1959. Kr. 18,-.

I forordet til denne bog betegner professor Max Kjær-Hansen dette værk som et pionerarbejde. Allerede dermed er tilkendegivet, at der her er ydet noget ud over det sædvanlige. Bogen er en viderebearbejdning af den afhandling, med hvilken forfatterinden i 1956 vandt førsteprisen ved den i tilknytning til den 10. nordiske salgs- og reklamekongres udskrevne priskonkurrence om et nyt teoretisk afsætningsøkonomisk arbejde.

„Moderne forbrugeres motiver og adfærd“ må først og fremmest betragtes som en lærebog i faget „konsumentøkonomi“, en disciplin, som i de senere år har indtaget en passende plads ved salg- og reklame-diplomstudiets undervisning. Hvor rigtigt det må være i afsætningsarbejdet at tage hensyn til konsumenternes særegenheder, kan muligvis enhver tænke sig til på forhånd, men overbevist bliver man vel først ved læsning af bogen.

Karen Gredal understreger selv i sin undervisning, som hidtil har været baseret på forarbejderne til bogen inclusive diverse artikler i Det Danske Marked, at de tanker, som fremsøres, er en hel række selvfølgeligheder, som burde ligge lige for, og som i bogen blot er blevet systematiseret. Nuvel – en fornuftig systematisering er overordentlig nyttig, og det må erkendes, at det hyppigt er selvfølgelighederne, der tages mindst hensyn til.

Efter en indledning om konsumentøkonomiens placering gøres der rede for forskellige grundlæggende teorier i forbindelse med behovene. Derefter følger en behandling af begrebet konsumentenhed. Indholdet af disse to afsnit vil være kendt fra anden litteratur, men er dog fuldt på sin plads her som et naturligt udgangspunkt for den følgende gennemgang af emnet. Familiens indkomstbegreb er derefter genstand for behandling.

Afsnittet benævnt „Forbrugsmønstret“ optager en forholdsvis stor del af afhandlingen; dette er forståeligt nok, idet forbrugsmønstret netop dækker over motiver, som betinger konsumentadfærd – bogens emne. Afsnittet behandler behov og indstilling som baggrund for henholdsvis forbrug og efterspørgsel samt forbrugsmønstrets praktiske betydning og herunder det moderne fænomen „brand image“.

Som en naturlig fortsættelse af sidstnævnte kapitel kommer dét om kvalitetsbegrebet – funktionel og smagsmæssig kvalitet.

Væsentligt er også næste kapitel om de sociale motiver til vareanskaffelse – Bandwagon, Snob og Veblen effect – samt konsekvenserne af disse motiver. Konsumenternes dispositioner, som dernæst tages op til behandling, synes også fundamentale i sammenhængen. Disponibilitetsbegrebet indføres og fire dispositioner inden for vareanskaffelsen forklares set i forhold til konsumet.

Til sidst klarlægges i kapitlet „Konsumenternes adfærd“ overvejelses-, vane- og indskydelseshandlinger samt disse handlingers betydning for konsumenternes adfærd og vareanskaffelsesdispositioner.

Bogen må hilses velkommen dels som et vellykket forsøg på en videreførelse af afsætningsøkonomisk forskning og dels som lærebog for de studerende. De fleste kender det store ubehag, ved at der ikke eksisterer lærebøger i pensum.

Til sidst et hjertesuk: Hvornår bliver definitionsoversigt, emneregister samt samlet litteraturfortegnelse obligatorisk tilbehør til lærebøger?

Werner Bachmann.

Sasieni, Yaspan and Friedman: **Operations Research, Methods and Problems**, 316 s., 1959. John Wiley and Sons.

Sasieni, Yaspan og Friedmans bog er et nyt team work fra Case Institute of Technology. Den er formentlig beregnet på at

skulle afløse Churchman, Ackoffs and Arnoffs bog som standardlærebog i operationsanalyse.

Det skal siges straks, at der her er tale om en fremragende lærebog, måske den mest homogene der til dato er set i dette meget heterogene stof. De tre forfattere besidder en tilstrækkelig blanding af teoretisk, praktisk og pædagogisk indsigt i tingene til at give disse tre aspekter passende vægte i fremstillingen.

Hvert kapitel er delt op i et (relativt kort og koncist) teoretisk afsnit, hvorpå der bygges en række (forholdsvis) praktiske eksempler, og kapitlerne slutter så med en række velvalgte og velkonstruerede opgaver. Det matematiske og statistiske abstraktionsniveau er et sådant, at bogen med udbytte kan læses af studerende ved Handelshøjskolen, der har gennemgået kurset i matematik og i statistik. Herved bliver bogen også et eksempel på, hvor meget der kan fås ud af et forholdsvis elementært grundlag.

De 9 kapitler, der passer til et semesters undervisning, er delt op på følgende måde: Først kommer der to særdeles oversigtlige kapitler statistisk teori, dels om sandsynlighed, dels om stikprøver, begge områder, der spiller stor rolle i operationsanalysen. Dernæst følger et kapitel om lager, hvor man behandler modeller dels med kendt efterspørgsel, dels med ubestemt.

Kapitlet om replacement, som vi nok bør begynde at betegne som gen-investering (og ikke investering), er skrevet betydelig mere instruktivt end i Churchman-Ackoff-Arnoff, og det samme gælder det følgende kapitel om køteori.

Afsnittet om konkurrencestrategier er ved *Friedmans* indsats blevet mindre teoretisk præget end vanlig er. Der aftegner sig en række anvendelsesområder for den spilteoretiske tankegang og dens udløbere, som f. eks. auktions- og licitationsteori, som er *Friedmans* opfindelse. Dog er de meget relevante fler-person spil ikke behandlet her.