

Bog anmeldelser

Anmeldere: Stud. merc. *J. F. Bakka*, amanuensis *Helge Hammerich*, landsretssagfører *Axel Jacobsen*, amanuensis *Erik Johnsen*, cand. polit. *Paul Lind*, amanuensis *Lauge Stetting* og amanuensis *Erik Trolle-Schultz*.

Knud Ehlers, Arne Blom og Allan Bonnis: Lejeloven med ændringer af 22. juni 1962. Nyt Nordisk Forlag.

Bogen indeholder kommentarer til de ændringer, der er indført i lejeloven ved lov af 22. juni 1962. Af størst interesse er retten til lejeforhøjelse ved genudlejning og huslejestoppets afskaffelse i de små kommuner. Et interessant afsnit omhandler forslaget (fremsat af Venstre og Konservative, støttet af Det radikale Venstre) om lejernes adgang til at opnå en egentlig direkte ejendomsret til de enkelte lejligheder på samme måde som f. eks. rækkehus og parcelhus. Efter gældende ret er det ikke muligt her i landet, men tanken har uden tvivl fremtiden for sig. *Axel Jacobsen.*

Ralph L. Day: Marketing in Action: A Dynamic Business Decision Game. Richard D. Irwin, Homewood, Illinois.

Forfatteren er en erfaren økonomispil designer, der bl. a. har arbejdet med Carnegie Tech. Management Game, som vel nok må anses for det mest komplerede spil til dato inden for topledelsespillene.

Det foreliggende spil er i modsætning hertil et funktionsspil, idet der kun medtages parametervariationer, som kan siges at høre under marketingfunktionen, nemlig beslutninger vedrørende parametrene pris, kvalitet og salgsindsats. Denne sidste spaltes op i reklameindsats og antal sælgere og deres uddannelse. Af hensyn til de økonomiske restriktioner, der må pålægges spillerne, bliver hver spilperiode afsluttet med opstillingen af et årsregnskab.

Selve modellen åbenbares ikke i den foreliggende tekst, der alene henvender sig til folk, der skal deltage som spillere. Men gennem markedsinformationerne og spilinstruktionen er det dog muligt at danne sig et indtryk af den bagved liggende model. - Konkurrencesituationen er temmelig enkel, da man kun arbejder med 3 selskaber, der hver for sig sælger et produkt. Ved spillets start er selskaberne identiske, hvilket også gælder alle de øvrige handlingsparametre. Med baggrund i denne identiske udgangssituation skal spillerne gennem parametervariation søge at maximere gevinsten for deres selskab.

Formålet med dette spil er som for de fleste andre spil at træne deltagerne i at træffe beslutninger på grundlag af tilflydende data, der må analyseres som led i planlægningen af næste periodes parameterindsats.

Selv om forfatteren ønsker at dette spil alene skal være en træning inden for marketingfunktionen, bliver dette billede noget tilsløret af regnskabsspørgsmålene og hensyntagen til produktionstilpasningen, således at spillet får en stærk lighed med de almindelige topledelsespil. *E. Trolle-Schultz.*

Robert C. Meier & Stephen H. Archer: An Introduction to Mathematics for Business Analysis. McGraw-Hill Book Company. New York 1962. 283 sider. 45 sh.

Som antydtes i titelen er forfatternes formål med denne bog at give en indføring i den del af matematikken, som er nødvendig eller i hvert fald et nyt-