

Bog anmeldelser

Anmelder: Amanuensis, cand. oecon. *Erik Johnsen.*

Harry W. Karn & B. von Haller Gilmer: Readings in Industrial and Business Psychology. McGraw-Hill Publishing Company, London 1962. 515 s., 38 s 6 d (paperbound).

Der er her samlet 57 artikler fra grænseområdet mellem psykologi og virksomhedsledelse i videste forstand. Artiklerne er opdelt i følgende grupper (4 à 6 artikler i hver): motivation og gruppe-tilpasning, indstilling og perception, personaleudvælgelse, træning, arbejdsvurdering, arbejds effektivitet og arbejdsbetingelser, ulykker og sikkerhed, psykologiske faktorer i systemopbygning, virksomhedsledelse, organisation, arbejder-arbejdsgiver problemer og marketingproblemer.

Som helhed kan det vel siges, at samlingen gør status over den anvendte del af psykologien på virksomhedens mangeartede problemer, om ikke ved de trykte artikler, så ved den righoldige litteratur, der følger i artiklernes kølvand.

De fleste aftrykte bidrag er af empirisk tilsnit, hvilket for så vidt er prisværdigt som man for praktiske formål vil foretrække på forskellig vis underbyggede teoridannelser. Bagdelen er mangelen på en eller flere grundlæggende modeller, som de mange aspekter kan sættes i relation til, ligesom man også kun i ganske få bidrag når ned til problemernes græsrodde.

Alligevel er der grund til at gøre kraftigt opmærksom på denne samling, samt til at opmuntre redaktørerne til fortløbende at revidere indholdet, hvad de foreløbig har gjort ved at udsende denne anden udgave.

Erik Johnsen.

Phil Carroll: Profit Control, How to Plug Profit Leaks. McGraw-Hill Publishing Company, London 1962. 259 s., 58s.

Som praktisk konsulent for mange virksomheder har forfatteren formuleret sin egen lov, Carrolls lov, som i sin simpleste udformning (s. 21) lyder som noget i retning af: »De fleste virksomheders nettofortjeneste bliver reduceret af tabt indtjening for en del af omsætningens vedkommende, til tider bevidst, til tider fordi omkostningerne er forkert eller ufuldstændigt opgjorte«. Allerede her svigter anmelderens forståelse, og han vil give ordet til C. selv (s. 23): »Profits lost are equal to one fourth the volume of period sales times the square of the per cent that maximum item profit exceeds twice the company average profit all divided by the difference between maximum per cent profit and company average«.

Bogen giver naturligvis alle svar på, hvorledes man kan kontrollere sin gevinst, og stundom sætte den i vejret (det fremgår jo bl. a. af bogens titel). Den lange række how-to reglementer er resumeret i fire punkter (s. 236, som er let at huske, da sidetallet er identisk med anmelderens faders telefonnummer, hvis man foran sætter 0881):

1. udtryk dit gevinstmål som en procentdel af den investerede kapital,
2. bestem hvilke mængder der skal sælges af dine forskellige produkter for at opnå det opstillede gevinstmål,
3. motivér dine sælgere til at opnå det budgetterede gevinstmål,