

William McGehee and Paul W. Thayer, **Training in Business and Industry**. John Wiley & Sons, Inc., New York 1961. 305 sider.

»Training in Business and Industry« har til formål at placere træningen som et ledelsesinstrument, der skal bidrage til opfyldelsen af virksomhedens målsætning. Forfatterne har derfor koncentreret sig om at indplacere træningen i virksomhedens organisation i stedet for at skrive en lærebog i voksenpædagogik.

Bogen er disponeret over den traditionelle fire-delning: analyse, planlægning, igangsætning og kontrol. Med hensyn til analysen indeholder bogen ikke noget særligt nyt, og det samme forhold gælder for kontrollen - desværre; kontrol er achilleshælen i træning af idag. Gennemgangen af planlægning og igangsætning er til gengæld noget af det bedste, nærværende anmelder endnu har set.

Når det ovenfor er sagt, at det ikke er en lærebog i voksenpædagogik, betyder det ikke, at indlæringens psykologi helt er udeladt. Men fremstillingen af de forskellige aspekter af indlæring er forholdsvist kortfattet og utilstrækkelig.

Bogen er udkommet i 1961, og afsnittene om indlæringsmaskiner, business games og sensitivitetstræning virker allerede nu lidt forældede.

Trods de nævnte indvendinger må bogen som helhed karakteriseres som en udmærket lærebog i træningens problematik.

*Fl. Klöcker-Larsen.*

Ronald E. Frank, Alfred A. Kuehn, and William F. Massy, **Quantitative Techniques in Marketing Analysis: Text and Readings**. Richard D. Irwin, Inc., Homewood, Ill., 1962, 556 s., Dollars 7.95.

Nærværende bog er atter en samling operationsanalytiske metode-artikler indenfor marketingsfæren. Bogen er opdelt i 5 dele, hvor første del er en introduk-

tion til marketing metodik. Anden del er en videregående oversigt over mulige fremgangsmåder, herunder naturligvis navnlig statistisk analyse. Tredie del giver en lang række marketing eksperimenter, og det er vel dette afsnit på ca. 100 sider, som er bogens tyngdepunkt. Man har her samlet et ganske godt udpluk om den metodik og dens resultater, som synes at være mest anvendelig. Fjerde del giver nogle statistiske modelanvendelser, herunder den sædvanlige regressionsanalyse og Markov analyse; et afsnit om simulation afslutter bogen.

Det er anmelderens opfattelse, at man ikke i denne bog kan finde noget egentlig »How to do it« oplæg, men mange af artiklerne kan vel give den praktiske marketing-mand en vis inspiration, medens marketing-teoretikeren næppe kan finde nye ting af interesse.

*Erik Johnsen.*

Gloria Cheek, **Economic and Social Implications of Automation**, 130 s., \$ 1.25, Michigan State University, 1961.

Dette er en duplikeret bibliografi over de implikationer, som automation kan have på en virksomheds økonomi og organisation. Adskillige af referencerne har så megen tekst, at man har mulighed for at få hovedsynspunktet i de pågældende referencer, men hovedparten er dog ukommenterede.

*Erik Johnsen.*

John Madge, **The Origins of Scientific Sociology**, Tavistock Publications, London, 1963, 600 s., 63 s. net.

Nærværende fremstilling af sociologi har til formål at påvise, at sociologi er videnskab, og den gør det på den måde, at den gennemgår og kommenterer en lang række konkrete studier inden for de fleste af de celler, som sociologien efterhånden har opdelt sig selv i. Af særlig interesse for økonomer er vel afsnit

William McGehee and Paul W. Thayer, **Training in Business and Industry**. John Wiley & Sons, Inc., New York 1961. 305 sider.

»Training in Business and Industry« har til formål at placere træningen som et ledelsesinstrument, der skal bidrage til opfyldelsen af virksomhedens målsætning. Forfatterne har derfor koncentreret sig om at indplacere træningen i virksomhedens organisation i stedet for at skrive en lærebog i voksenpædagogik.

Bogen er disponeret over den traditionelle fire-delning: analyse, planlægning, igangsætning og kontrol. Med hensyn til analysen indeholder bogen ikke noget særligt nyt, og det samme forhold gælder for kontrollen - desværre; kontrol er achilleshælen i træning af idag. Gennemgangen af planlægning og igangsætning er til gengæld noget af det bedste, nærværende anmelder endnu har set.

Når det ovenfor er sagt, at det ikke er en lærebog i voksenpædagogik, betyder det ikke, at indlæringens psykologi helt er udeladt. Men fremstillingen af de forskellige aspekter af indlæring er forholdsvist kortfattet og utilstrækkelig.

Bogen er udkommet i 1961, og afsnittene om indlæringsmaskiner, business games og sensitivitetstræning virker allerede nu lidt forældede.

Trods de nævnte indvendinger må bogen som helhed karakteriseres som en udmærket lærebog i træningens problematik.

*Fl. Klöcker-Larsen.*

Ronald E. Frank, Alfred A. Kuehn, and William F. Massy, **Quantitative Techniques in Marketing Analysis: Text and Readings**. Richard D. Irwin, Inc., Homewood, Ill., 1962, 556 s., Dollars 7.95.

Nærværende bog er atter en samling operationsanalytiske metode-artikler indenfor marketingsfæren. Bogen er opdelt i 5 dele, hvor første del er en introduk-

tion til marketing metodik. Anden del er en videregående oversigt over mulige fremgangsmåder, herunder naturligvis navnlig statistisk analyse. Tredie del giver en lang række marketing eksperimenter, og det er vel dette afsnit på ca. 100 sider, som er bogens tyngdepunkt. Man har her samlet et ganske godt udpluk om den metodik og dens resultater, som synes at være mest anvendelig. Fjerde del giver nogle statistiske modelanvendelser, herunder den sædvanlige regressionsanalyse og Markov analyse; et afsnit om simulation afslutter bogen.

Det er anmelderens opfattelse, at man ikke i denne bog kan finde noget egentlig »How to do it« oplæg, men mange af artiklerne kan vel give den praktiske marketing-mand en vis inspiration, medens marketing-teoretikeren næppe kan finde nye ting af interesse.

*Erik Johnsen.*

Gloria Cheek, **Economic and Social Implications of Automation**, 130 s., \$ 1.25, Michigan State University, 1961.

Dette er en duplikeret bibliografi over de implikationer, som automation kan have på en virksomheds økonomi og organisation. Adskillige af referencerne har så megen tekst, at man har mulighed for at få hovedsynspunktet i de pågældende referencer, men hovedparten er dog ukommenterede.

*Erik Johnsen.*

John Madge, **The Origins of Scientific Sociology**, Tavistock Publications, London, 1963, 600 s., 63 s. net.

Nærværende fremstilling af sociologi har til formål at påvise, at sociologi er videnskab, og den gør det på den måde, at den gennemgår og kommenterer en lang række konkrete studier inden for de fleste af de celler, som sociologien efterhånden har opdelt sig selv i. Af særlig interesse for økonomer er vel afsnit

6 om industriel sociologi og afsnit 12 om gruppedynamik.

*Erik Johnsen.*

Bertil Hållsten – Bengt Magnusson, **Produktval och Lönsamhet**, P. A. Norstedt & Söner, Stockholm, 1962, 92 s., kr. 10,-.

Nærværende materiale har været anvendt ved den svenske arbejdsgiverfor- enings kursusvirksomhed, og fremstillingen er holdt i en form, som normale del- tagere i f. eks. Egelunds kurser vil kunne akceptere.

Denne lille bog er et ganske instuktivt eksempel på, hvorledes en metode, der for få år siden var volapyk for de fleste, nu er bragt ned på jorden, således at den kan indlæres direkte i manden fra plo- ven (eller fra kontorbordet, om man vil).

FFI har gjort et fortjenstfuldt stykke arbejde ved at arbejde metode-cases hen på det plan, hvor virksomhedsledere af den mere generelle skole har mulighed for at forstå og akceptere dem, hvilket atter er det første skridt på vejen til at sætte metoderne i gang hjemme i virk- somheden.

Hållstens og Magnusson arbejde er en udløber af denne aktivitet, og deres ar- bejde er påskønnelsesværdigt for formålet.

*Erik Johnsen.*

Frank Restle, **Psychology of Judgment and Choice**, John Wiley & Sons, Inc., New York, 1961, 235 s.

Professor Restle's bog behandler nytte- problemerne fra et psykologisk eksperimen- telt synspunkt, ligesom han med ud- gangspunkt i sådanne eksperimenter går i brechen for en stokastisk formulering af folks handlinger og den under disse liggende motivations-black-box.

Restles specifikke bidrag ligger i det økonomerne plejer at kalde valghand- lingsteori, og Restle peger altså på det stokastiske i denne adfærd og adfærdens

afhængighed af erfaring og indlæring. De konkrete formuleringer er knyttet til en række forsøg, som synes forholdsvis relevante for den økonomiske virkelighed, således at Restle's bog gør os noget klo- gere.

*Erik Johnsen.*

Harold Bierman, Jr. and Seymour Smidt, **The Capital Budgeting Decision**, The Macmillan Company, New York, 1960, 246 s., dollars 6.00.

Denne lille bog er en ganske fremra- gende lærebog i investeringsteori. Den er ikke særlig matematisk, og civiløkonomer vil fra dette synspunkt finde den let læselig. Men den er temmelig sophisti- cated i sin udformning, så der er proble- mer nok at tage fat på med udgangs- punkt i bogens tekst.

Foruden de helt normale opstillinger af investeringskalkylen findes der føl- gende afsnit, som er gode at få forstand af: Hvad menes der egentlig med nutids- værdi, klassificering af investeringer, ind- komstskatternes betydning og usikkerheds betydning.

Bogen slutter med en veritabel formular for investeringskalkyler, og da denne for- mular er en logisk konklusion af en for- svarligt tekst, har anmelderen ikke meget at indvende.

Bogen kan absolut anbefales, men læ- seren må tage sig i agt for en fejl side 45, fodnote 6, og side 82, eksempel C. Det skal overlades til læseren selv at finde de pågældende fejl.

*Erik Johnsen.*

Myles L. Mace, George G. Montgomery, Jr., **Management Problems of Corpo- rate Acquisitions**, Division of Research, Graduate School of Business Admini- stration Harvard University, Boston, 1962, 276 s., Dollars 4.00.

I dette Harvard studium behandles de problemer, der knytter sig til en virksom- heds køb af en anden virksomhed. Man