

hvad man kunne betegne som nogle af hans væsentlige synspunkter. *ej.*

Børge O. Madsen, Familiens økonomiske livsløb, Allers blade - 1964. 230 s.

Børge O. Madsens studie om familiens økonomiske livsløb er rent metodemæssigt typen på et velfunderet licentiatarbejde. Madsen er grundig i sit metodevalg og i sin anvendelse af de pågældende metoder, ligesom hans problemstilling er helt klar. Denne er at sige noget om, hvorledes forbruget svinger med en families livscyklus. Det er klart, at en families behovskonstitution er anderledes, når den starter, end den er, når løbet afsluttes, og ind imellem vil der være karakteristiske forløb. Det er i hvert fald en plausibel hypotese, og denne hypotese har Børge O. Madsen eftervist på et empirisk materiale på sådan vis, at han har overbevist os om, at livsløbsmodellen kan anvendes i praktisk markedsplanlægningsarbejde. *ej.*

Oliver E. Williamson, The Economics of Discretionary Behavior: Managerial Objectives in a Theory of the Firm, Englewood, N. J., (1964) 182 s.

Williamson's bog er en disputats fra Carnegie Institute of Technology og er en uddybning af de konsekvenser, som det adfærdsvidenskabelige oplæg fra denne institution får for en række klassiske økonomiske modeller.

Discretionary behavior består i, at en virksomhedsledelse fastsætter et vist minimumskrav til virksomhedsgevinst og derefter begynder at opfylde andre formål, herunder bl. a. ledelsens egne personlige formål. Sådanne kan være (side 30) aflønning, sikkerhed, status, magt, prestige og professionel perfektivitet. Hvis det er givet, at en ledelse tilstræber f. eks. sådanne formål, er spørgsmålet, hvordan man kan opbygge økonomiske modeller, som tager hensyn til disse faktorer. Williamsons svar herpå er, at de

formål, der ikke kan måles i penge, kan omsættes til det, han kalder for en udgiftspræference (expense preference), som går på rækkefølgen af de omkostningsposter, som ledelsen anser for at være vigtige. Gennem en sådan omkostningspræferencestruktur kan man lave forskellige ligevægts- og komparative statistiske modeller på normal vis. I Williamsons utility funktion indgår foruden minimumsgevinst også organisationsstruktur og i ovennævnte formål »emoluments«.

Det karakteristiske ved Williamsons arbejds metode er altså at konvertere flere målsætninger i en enkelt utility funktion. Der er 2 tests på en sådan transformation, lykkes eller ikke lykkes. Det er, om det er muligt at lave fornuftige normative modeller, og Williamsons modeller synes i den henseende ligeledes stærke som normale økonomiske modeller, formuleret som gevinst, maximering og omkostningsminimering. Den anden test er, i hvilket omfang Williamsons forudsætninger kan siges at være empirisk eftervist. På dette område møder forfatteren med et materiale bestående af case studies for en række amerikanske virksomheder, der støtter hans analyser.

Williamsons bog må anses for at være et betydningsfuldt skridt i retning af at integrere klassisk driftsøkonomi med Carnegie skolens adfærdsteoretiske oplæg.

Wroe Alderson & Paul E. Green, Planning and Problem Solving in Marketing, Richard D. Irwin, Inc., Homewood, Ill., 1964, 661 s.

Alderson & Green hører til de forskere, der forsøger at integrere operationsanalysemodeller og marketingproblemer, og nærværende bog står vel som eksponent for den øjeblikkelige status på dette område. Man har hovedopdelt bogen i et ledelsesperspektiv, nogle vurderingsproblemer og nogle planlægningsproblemer. Med hensyn til ledelsesperspektiv forsøges der et systemoplæg, som dog er meget