

af hans gode venners indenfor denne grænse bedste arbejder, uanset om man på denne måde når nogen dækning af det område, som bogens titel udsiger.

Det betyder, at der gemt i disse bøger ligger spredt ægte perler i en kæde af uægte. Som de sidste må man betegne artikler om emner, der af de fleste fagfolk bedømmes som perifere, samt sådanne, som efter normalt skøn er af »dårlig kvalitet«.

Der er i intet tilfælde tale om en all-round behandling af et emne, således som dette er gjort i en række Penguin monografier. Der er heller ikke tale om et optryk af klassikere, som vi er så forstoppe med fra amerikansk hold. Der er tale om en blanding af skidt og kanel. Og det har vi faktisk dårlig tid til at sortere, når vi hos købmanden på hjørnet kan købe et brev kanel for en krone. Skidt har vi nok af under neglene.

**Raymond R. Mayer, Production Management, Second Edition, McGraw-Hill Series in Management, McGraw-Hill, London, 1968, 692 sider, \$ 10.95.**

Denne anden udgave af professor Meyers kendte bog har fået en ansigtsløftning i forhold til den første. Det er ikke ubekendt, at samme forlag udgiver Samuelsons store bog Economics. Ej heller at denne har dannet skole med hensyn til lækre figurer og tiltalende lay-out i det hele taget. Denne bog marcherer i samme retning.

Indholdet kan enhver engelsklæsende labbe i sig uden vanskeligheder. Om man så kan noget om produktionsstyring, når man er færdig, får stå hen i det uvisse.

Men orientering har man fået om produktionsplanlægning, investeringsanalyser, lagerkontrol, produktionsstyring, statistisk kvalitetskontrol, arbejdsstudieteknik, lønfastsættelse og lidt EDB.

Spøg til side. Dette er ikke nogen dårlig elementær lærebog på det helt grundlæggende plan.

**Palle Hansen, red, Håndbog i Regnskabsvæsen, Branner og Korch, København, 1966, 1106 sider.**

Palle Hansens håndbog er erfaringsmæssigt stærkt savnet, når den med mellemrum er udsolgt. Denne tredje, udvidede og omarbejdede udgave vil for en tid dække behovet.

Der skal ikke her gås i detaljer med ændringerne fra anden udgave, end ikke med medarbejderlisten. Det skal blot konstateres, at mange af disse har skiftet titel i epadgående retning. Nærværende bogomtaler mener i et tidsskrift for virksomhedsledelse at have læst, at et kendetegn på den gode leder er, at han omgiver sig med gode medarbejdere. Og en god medarbejder kan vel karakteriseres som een, der vokser i titulatur. Spørgsmålet er så, om det betyder, at når alle er blevet alt det, de kan blive, så er der ikke mere at sige om praktisk regnskabsvæsen. I så fald er der med denne udgave lukket på flere områder.

Hvis det virkelig er tilfældet, ville det nok være lidt synd for alle dem, der med udgangspunkt i afvigte udgaver stiller større og større forventninger til hver ny frembringelse. For de anstrengelser, der er nedlagt i en håndbog af denne karakter, er formidable. Og hidtil har den været et skoleeksempel, således forstået, at man her står overfor den eneste velsystematiserede erhvervsøkonomiske disciplin på dansk.

**Claude S. George, jr., The History of Management Thought, Prentice-Hall, London, 1968, 210 sider, 38 sh.**

Det er klart, at der en dag måtte komme en virksomhedsledelsens historie. En beskrivelse af, hvorledes ledelsestankemåder har udviklet sig fra forhistorisk tid op til det Herrens år 1968.

Ideen er god. Men er det ikke ligesom lidt underligt at læse om Nebukanezer på side 10 og A. K. Erlang på samme bogs side 158?

O. K., begyndelsen er gjort, nogle af de

klassiske historiske skikkelser er gjort til virksomhedsledere, og det tyvende århundredes skikkelser er pænt rubricerede. Der er med andre ord en hel del information i denne bog, som man kan have glæde af, vel navnlig på kursusplan.

Der er en enkelt sentens, der måske særlig glæder anmelderen, og det er George's korte og fyndige formulering af grundlaget for en generel ledelsesteori. Han siger (s. 162): »Determining the collective objectives of an undertaking and generating an environment for their achievement is the total function of a manager«.

Dette svarer næsten fra ord til andet til, hvad anmelderen selv har bygget sin egen ledelsesteori op på.

**Wroe Alderson & Michael Halbert, Men, Motives, and Markets, Prentice-Hall, Foundations of Marketing Series, London, 1968, 118 sider, 21 sh.**

Foundations of marketing-serien er beregnet på at introducere folk til den afsætningsøkonomiske videnskab og gøre det på et højt informationsniveau. Men i et sådant sprog, at alle kan læse det. Det er ikke nogen simpel opgave at løse et avanceret informationsproblem og et pædagogisk problem på nogle få sider. Men det skal gøres for at bringe vort undervisningsmateriale op på et stedse bedre stade.

Denne serie er beregnet til at udgøres af femten mindre fremstillinger på ca. 100 sider hver. Det er en god ting. Mindre fremstillinger er lette at overse og navnlig lette at skifte ud. Vanskeligheden kommer til at ligge i sammenbindingen. Den har hidtil igen redaktør kunnet overkomme. Heller ikke Eugene J. Kelley, som står for denne serie. Så det er stadig læserens sag at skabe sit eget billede af marketing disciplinen.

Serien startes med markedsførings funktion og strategi. Den følges så op af fire metodefremstillinger: konsumentadfærd, adfærdsvidenskab, kvantitative metoder, samt nærværende bog »Mennesker,

motiver og markeder«. Hertil kommer så en specialbehandling af fem vigtigere funktioner: prisfastsættelsen, produktpolitikken, salgsfremmende foranstaltninger, distributionsvej og fysisk distribution i almindelighed. Der kommer så en vis miljøbeskrivelse: international marketing og markedsføring og den offentlige politik (lovgivningen m. v.), samt en række cases.

Programmet ser således tilforladeligt ud.

Ser man på indholdet af nærværende bog, så er den et levende bevis på, hvor svært det er at diskutere metode, om man ikke anvender sig af selve metodens sprog og teknik. Når så kyndige folk, som der her er tale om, efter min opfattelse ikke magter at gøre det, så er det måske en advarsel til lærebogsforfattere i almindelighed og til metodeinteresserede læsere i særdeleshed.

Der skal dog ikke fra denne ene iagttagelse laves nogen prognose for serien som helhed. Ej heller på dens markedspotentialer.

**Börje Langefors, System för företagsstyrning, Studentlitteratur, Lund, 1968, 178 sider.**

Langefors' bog er for mig at se et meget originalt oplæg til systemstyring. Originalt fordi det er baseret – i vidt omfang – på egne funderinger over målsætningsformuleringernes betydning for ledelse af en virksomhed. Og originalt fordi Langefors egentlig har en anden baggrund (ingeniørmæssig og datamatisk) end de adfærdsvidenskabeligt afmarcherede folk, der ellers slår på operationelle målsætningsformuleringers nødvendighed for systemstyring.

For en vurderingsmand, der regner sig til den sidste gruppe, er det ganske opløftende at se, at en disciplin, som han agter, kommer tæt til de samme resultater som han selv er kommet, ud fra andre præmisser.

Langefors laver flere målsætningskasser, f. eks. operative mål og ønskemål, hoved-