

Sven-Erik Johansson och Hans Edenhäm-
mar, **Investeringsforders Lönsamhet**,
EFI, Norstedts, Stockholm, 1968. 146
sider, sv. kr. 28.

Dette er ikke en anmeldelse, men en
omtale.

Det er en kendt sag, at investeringsteo-
rien i dens klassiske udformning ikke er
anvendt af fornuftige disponenter. Disse
tager bl. a. hensyn til finansiering, skatte-
forhold og afskrivningsmuligheder. Men
finde ud af det, det kan de ikke.

Vi må være forfatterne taknemmelige
for, at de forsøger at hjælpe de mere kal-
kulerende beslutningstagere med et nyt sæt
af modeller til at forhøje lønsomheden ved
anvendelse af investeringsfond.

Når man til Johansson-Edenhammers
bog følger Leif Mutén's om Bolagsbeskatt-
ning och kapitalkostnader (Industriens Ut-
redningsinstitut, Stockholm, 1968), må
man sige, at den svenskläsande publiken
er godt kørende med godnatlitteratur.

Erik Johnsen.

Philip Kotler, **Marketing Management**,
analysis, planning and control, Pren-
tice-Hall, Englewood Cliffs, N. J.,
1967, 628 pp., 102 sh./-

Philip Kotlers bog er på vej til at ind-
tage samme position i den introducerende
afsætningsøkonomi som Samuelsons store
pædagogiske værk, Economics har opnået
i nationaløkonomien.

Man kunne fristes til at drage en di-
rekte sammenligning mellem de to frem-
stillinger: De indeholder alle væsentlige
problemer, og teksten er skrevet på en
sådan måde, at alle kan læse den, og den
er direkte motiverende for videre studier.
For begge tekster er jo introducerende.

Kotler har opdelt sin bog i fire hoved-
afsnit. Det første behandler analyse af
potentielle afsætningsmuligheder. Andet af-
snit beskæftiger sig med det forfatteren
kalder organisering af afsætningsaktivite-
terne. Dvs. opstilling af målsætninger,

planlægning i form af opstilling af be-
slutningsmodeller, fremskaffelse af nume-
risk information til disse, samt kreativitet.

I tredje afsnit diskuteres løsningsmåder
på de klassiske marketingproblemer: pris-
fastsættelsesproblemet, sortimentsproble-
met, nye produkter, distributionskanaler-
ne, salgsindsatsen, samt totalplanlægning
af marketingfunktionen, samt visse lovgiv-
ningsmæssige begrænsninger for denne.

I sidste afsnit diskuteres kontrol af pla-
nerne, både passivt sammenlignende kon-
trol og aktivt styrende kontrol.

Med den lange række af case-agtige eks-
emplificeringer af afsætningsøkonomiens
hovedproblemer og vigtigste metoder til
løsning af disse må denne bog udråbes til
een af de gode instruktioner til afsætnings-
økonomien.

Erik Johnsen.

David G. Luenberger, **Optimization by
Vector Space Methods**, Wiley, New
York, 1969, 326 pp., 125 sh./-

Det er længe siden en egentlig matema-
tikbog har været anmeldt i Erhvervsøko-
nomisk Tidsskrift. Det skyldes hovedsage-
lig, at ingen væsentlig nydannelse i genren
er kommet til redaktionens kundskab. I
hvert fald ikke nogen som er relevante for
dette tidsskrifts læsere.

Her er der imidlertid en veldisponeret
og sober fremstilling af optimeringsmate-
matikken. Den går videre end de normale
bøger om matematik for økonomer og er
således kun relevant for den arbejdende
analytiker, som anvender kvantitativ me-
todik i videre udstrækning, samt for stu-
derende på licentiatniveau. Cand. merc.-
studerende kan med fordel anvende visse
af snit på håndbogsbasis.

Bogen er nummer to i en foreløbig for-
tjenstfuld serie fra Wiley om optimerings-
metoder. Tidligere er anmeldt Nemhausers
bog om dynamisk programmering.

Erik Johnsen.