

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.*