

vækst. Ekspansion opfattes her som en naturlig og selvgenererende proces for en profitorienteret virksomhed, der søger at udnytte sine ressourcer så effektivt som muligt. Rydén søger at belyse fusionernes andel i virksomhedsvæksten, og undersøgelserne peger på, at omkring 20 % af den samlede ekspansion i de analyserede virksomheder stammer fra fusioner. En række meget interessante hypoteser om sammenhængen mellem fusioner og lønsomhed og om fusioner som et middel til at imødegå hindringer for intern ekspansion lader sig desværre hverken bekræfte eller afkræfte.

Og det er iøvrigt karakteristisk for det foreliggende arbejde, at det – på trods af materialets omfang og forfatterens skarpsindighed og (dum) dristighed i dets udnyttelse – rejser flere spørgsmål, end det besvarer. Det gælder også bogens engelske Summary, Conclusions, Prospects.

Bogen anbefales på det varmeste til dem, der er interesseret i fusioner ud fra samfundsøkonomiske og erhvervspolitiske synspunkter. Bogen vil derimod sikkert skuffe den læser, der havde regnet med at finde råd og vejledning i driftsøkonomisk henseende.

*Søren Aggebo.*

Jan H. B. M. Huysmans, *The Implementation of Operations Research*, Wiley, London, 1970, 234 s.

Huysmans studium har undertitlen »An Approach to the Joint Consideration of Social and Technological Aspects.«

Emnet for denne fremstilling er den observation, at operationsanalysens metoder har haft svært ved at slå igennem, fordi de organisationer, man har anvendt den i, ikke har været forberedt og iøvrigt ikke er indrettede på at tage kvantitative og utraditionelle analyser så alvorligt, at man skrider til implementering af resultaterne. Huysmans hypotese er, at dette først og fremmest skyldes forskel i det, han kalder for virksomhedsledernes og analysefolkenes kognitive stil, d.v.s. deres måde at tænke på og deres måde at løse problemer på.

Forfatteren har designet en række eksperimenter, hvis resultater bekræfter den pågældende hypotese.

Dette får ham til at drage følgende slutning. Alle de begrænsninger, som man på forhånd kan overse, når det drejer sig om at få en organisation til at fungere bedre gennem operationsanalysestudier, må tages ind i problemformuleringen allerede

fra begyndelsen. Dette uanset om disse begrænsninger er af teknisk, økonomisk, politisk, psykologisk natur eller om de kan henføres til de sociale omgivelser. Konsekvensen er, at man som analysemand i en organisation må kæmpe på to fronter: Både den rent forskningsmæssige og den implementeringsmæssige. Disse to vil naturligvis interferere efterhånden som analysen skrider frem og man må derfor acceptere, at analyse og implementering er en proces, d.v.s. at man står over for en dynamisk udvikling, der kan ændre både forskningsprogrammet og implementeringsprogrammet.

Dette er ikke nye synspunkter på vore breddegrader, hvor man forlængst har forsøgt at integrere klassisk operationsanalyse og adfærdsteori, delvis i en systemteoretisk begrebsramme, men Huysmans arbejde går videre med at udvikle operationsanalytisk teori og praksis.

Warren G. Bennis, Kenneth D. Benne og Robert Chin, ed., *The Planning of Change*, second edition, Holt, Rinehart and Winston, London, 1970, 627 s.

Dette er en ajourført udgave af 1961-bogen, hvor redaktørerne satte sig som formål at samle signifikante artikler sammen om organisationsændringer. Den nye udgave indeholder dels det gamle stof og dels en række synspunkter på organisationsudviklingen.

Bogen er disponeret i 4 dele: 1. udviklingen i planlagte ændringer af en virksomhed, 2. elementer i planlagt ændring, 3. dynamikken i planlagte ændringer og 4. målsætningsproblematik.

Der skal ikke her gås i detaljer med de godt og vel 40 artikler, men det skal kort siges, at denne sammenstilling indeholder stort set, hvad vi ved om organisationsændringer og organisationsudvikling. Det er således en fremstilling, der kan indgå som lærebog i forskellige typer af kurser i ændrings- og implementeringsproblematik.

Steuert Henderson Britt, Editor, *Psychological Experiments in Consumer Behavior*, Wiley, London, 1970, 416 s., £3,10.

Henderson Britt, som er psykolog, har her udvalgt 33 artikler, hvis indhold knytter sig til positionen i ovennævnte bog om konsumentadfærd.

Redaktøren har forsøgt at leve op til seks intentioner i sin udvælgelse. For det første skal det