

Erhvervsøkonomisk litteratur

Af Erik Johnsen

Markedsføringslitteratur (fortsat fra E.T., nr. 2, 1980)

På det mere tekniske område kan man pege på Ursula H. Funke, *Mathematical Models in Marketing, A Collection of Abstracts*, Springer-Verlag, Berlin, 1976, 514 sider samt Flemming Hansen, *Måleproblemerne i samfundsvidenskaberne*, Nyt Nordisk Forlag, Kbh., 1979, 440 sider.

Bogen med Abstracts kan være nyttig for specialisten, den er i og for sig et ganske betydeligt værk.

Det samme kan siges om Flemming Hansens bog, det er ganske simpelt den vigtigste nydannelse på metodesiden som vi i mange år har set med speciel relation til markedsanalyse.

Flemming Hansen har stillet sig den opgave at give en ajourført og fyldestgørende fremstilling af målingsmetoder specielt i sammenhæng med markedsanalytiske opgaver. Målinger skal opfylde visse tekniske krav, men de skal også ses som led i en definitionsproces som giver den til en beslutning nødvendige og tilstrækkelige information. Målingsprocessen skal altså dimensioneres også efter dens ønskede indvirkning på resultatet på en beslutningsproces.

Bogen, som er på over 440 sider, behandler i teori og eksempler: Målingsopgavens karakter, krav til målingerne, måling af stimuli i én dimension, formulering af hypoteser om måledimensioner, opstilling og anvendelse af fler-dimensionale måleinstrumenter. Derefter beskrives metoder der bygger på kendskab til én afhængig variabel og

kvantificering af stimuli i flere kendte dimensioner samt ikke-metriske skalering af flere stimuli i flere dimensioner. Bogen afsluttes med afsnit om heterogene målgrupper og en samtidig analyse af respondenter og stimuli.

Uden at gå i detaljer med beskrivelse af bogens indhold og enkelte konklusioner kan det generelt siges at der er tale om en ajourført oversigt over dels måling af klassisk målelige fænomener, men også af »umålelige« fænomener som indstillinger, holdninger og værdimønstre.

Det er ajourført lærebog for marketingfolk og folk der iøvrigt beskæftiger sig med målingsproblemer i andre dele af samfundsvidenskaberne.

Martin Christopher, Philip Schary og Tage Skjøtt-Larsen, *Customer service and distribution strategy*, Associated Business Press, London, 1979, 191 sider.

Ved kundeservice forstås her »et system der er organiseret med henblik på at udgøre et stedsevarende led mellem tidspunktet hvor en ordre afgives og det tidspunkt hvor varer eller ydelser modtages med det formål at tilfredsstille kundernes behov ud fra en langtidsbetragtning«. Det betyder at der i kundeserviceaktiviteten indgår lagerføring, transport, fysisk placering af lagre, ordrebehandling, prognostisering og produktionsplanlægning og kontrol.

Bogens formål er altså at pege på kundeservice i denne forstand som led i ikke alene markedsføring men også udførelse af en virksomheds strategiske funktion i dens omgivelser.

Bogens budskab er at kundeservice er et nødvendigt element i selve produktet, at en virksomhed bør redefinere sin markedsførings- og distributionsaktivitet i form af klart definerede serviceopgaver og endelig at den fremtidige udvikling af kundeservice-management må ligge i at udvikle stærkere inter-organisatoriske led.

Det er forfatterens opfattelse at der er endog meget store potentielle gevinster nedlagt i at også klargøre sig kundeservice-funktionens betydning.

På den internationale front findes nu 2. udgave af Carl-Axel Engdahl, *Internationell marknadsföring*, Akademiförlaget, Stockholm, 1978, 153

sider. Det er en meget koncentreret og godt eksemplificeret fremstilling opdelt i to afsnit: Overvejelser vedrørende international markedsføring og gennemførelse af international markedsføring.

Første del består af international markedsføring, det internationale marked, valg af markedssegment, markedsundersøgelser, udformning af produktmix, prispolitik, kundekreditter, produktudvikling, retsbeskyttelse for produkter og viden, samt markedskommunikation.

Anden del beskæftiger sig med at organisere international markedsføring, licensgivning, agenter og øvrige repræsentationsformer, egne salgsselskaber, egne produktionsselskaber og eksportsamarbejde.

Bogen slutes med en checkliste vedrørende bedømmelse af forskellige distributionskanaler på de udenlandske markeder.

Sluttelig kunne man i relation til international markedsføring nævne Laurids Mikaelsen, *Fællesmarkedsret, En grundbog om De europæiske Fællesskaber/EF*, GAD, Kbh., 1976, 262 sider.

Denne lærebog i EF-ret omtaler de grundlæggende traktater, EF-organerne, fællesskabsrettens skriftlige kilder og domstolskontrollen. Anden del beskriver reglerne omkring de frie varebevægelser i EF, regler for arbejdsmarkedet i EF, den frie etableringsret og fri ret til at yde tjenesteydelser samt kapitalens frie bevægelighed i EF. Tredje del omhandler kartelret, virksomheders misbrug af dominerende stilling, reglerne om dumping og statsstøtte, samt indførelse i landbrugspolitikens grundbegreber og EF's transportregler, finansierings- og støttekilder samt forskellige emner som selskabsret, patent- og varemærkeret, domstolskompetence og fuldbyrdelse af dommene.

Bogen afsluttes med bibliografier og registre over domme og beslutninger og traktatbestemmelser.

Børge Dahl og Flemming Hansen, red., *Forbrugerforskning i Danmark*, Samfundslitteratur, Kbh., 1980, 312 sider, kr. 171,50.

Forbrugerforskning i Danmark indeholder 25 indlæg disponeret som følger: Forbrugerforskning, forbrugerholdninger og forbrugerpolitik, mediepolitik, forbrugerinformation og reklame, forbrugerklager, forbrugerretlige problemer og varedistribution.

Redaktørerne begrundet i deres forord arbejdet med forbrugerforskning i Danmark således: I erkendelse af forbrugerforskningens tvær-

videnskabelige karakter tog nogle forskere indenfor jura, økonomi og psykologi ved Handelshøjskolen i Århus og Aalborg Universitetscenter i oktober 1975 initiativ til dannelse af en arbejdsgruppe, der skulle have til opgave at etablere kontakt og samarbejde mellem de temmelig få og geografisk såvel som institutionelt spredte forskere med interesse for forbrugerforskning. Det er senere blevet til nogle konferencer og publikationer. Nærværende skrift indeholder materiale fra en konference i september 1979 og man har redaktørernes ord for at »Den afspejler ret præcist dansk forbrugerforsknings stade«. (side 5).

Børge Dahl og Folke Ölander siger i indledningen til deres artikel om forbrugerforskning, at forbrugerforskning er forskning der sætter forbrugeren i centrum. Udfra et forbrugersynspunkt beskæftiger den sig med husholdningerne, erhvervslivet og samfundet. Ved at stille sine resultater til rådighed for forbrugerne, kan forbrugerforskningen bidrage til optimering af den fysiske, psykiske og sociale trivsel indenfor rammerne af de samlede globale ressourcer, ligesom den er det nødvendige forskningsmæssige grundlag for forbrugerpolitikken, hvis formål er højnelse af livskvaliteten.

Da nærværende anmelder i midten af 60'erne (1960'erne) beskæftigede sig aktivt med afsætningsøkonomi var det hellige formål dengang at bidrage til større tilfredsstillelse af forbrugeren, idet man gik ud fra at man kun på denne måde selv ville kunne overleve. Disse idealer har man åbenbart ikke kunnet realisere, thi så havde der ikke været nogen forbrugerforskning efter ovennævnte definition.

En nøje gennemlæsning af nærværende skrift tør jo nok antyde at der er praktiske problemer forbundet med at enes om, hvad der er godt og hvad der er skidt i produktions-forbrugsprocessen.

Hans Engstrøm og Hanne Hartvig Larsen giver i deres indlæg en god skitse over udviklingen i »forbrugerteori« fra den rationelle forbruger over dette at tilgodese forbrugerinteressen til selvrealisering. Hertil skal der naturligvis købes midler som forbrugeroplysning, produktudviklingsråd, regionalplanlægning og bevidstgørelse.

Flemming Hansen diskuterer i sit indlæg forbrugeradfærdsforskning og han konkluderer følgende: »Hvis man opfatter markedsføring som den proces hvorigennem afstanden mellem produktion og forbrug overvindes, så kan man se den moderne forbrugeradfærdsforskning som et forsøg på at forstå de centrale elementer i dette system. I denne

forstand er forbrugeradfærdsforskningen også væsentlig for en lang række andre end udbydere af varer. Den offentlige sektors markedsføring af sine egne ydelser og forbrugerpolitikken forfølger sine egne mål, kan søge hjælp i den viden disse forskere har etableret«. (side 33).

Jan Damgård diskuterer forskellige forestillinger om mål og midler i dansk forbrugerarbejde og opstiller i et bilag 40 mulige mål for det forbrugerpolitiske arbejde i det danske samfund. Der er faktisk noget at tage fat på for afsætningsfolk. Spørgsmålet er om vi ikke alle bør spille en aktiv forbrugerpolitisk rolle for overhovedet at komme igang med at flytte det bjerg af forhindringer som vi som forbrugere selv har skabt for vores egen forbrugsmæssige behovstilfredsstillelse.

Olav Jull Sørensen skriver om forbrugets politisering og har en smuk model for konfrontation mellem statens regulering og erhvervslivets (re-)aktioner, (side 72).

Morten Giersing opstiller 10 bud som konklusion af sin forbrugerpolitik og mediepolitik, hvor man måske tør citere det tiende: »Det er et overordnet formål for programpolitikken at producere forskellige programmer til forskellige samfundsgrupper således at brugsværdien for den enkelte bliver størst mulig og at forbruget ikke maximeres, men gennem sit samspil med de egne erfaringer også leder mod aktiviteter udover TV-forbruget selv«.

Preben Sepstrup diskuterer reklamens kønsroller baseret på en række undersøgelser. Det er dejligt at blive gjort opmærksom på de forvrængninger, som vi har accepteret som normale.

Der skal ikke gås i detaljer med artiklerne om forbrugeroplysninger og forbrugerklager, men der er her tale om et dokumentarisk materiale af stor værdi for den videre udvikling omkring forbrugerjustits. Det samme gælder afsnittet om forbrugerretlige problemer.

Leif Kristensen skriver om varedistributionen i forbrugernes tjeneste. Han har ikke nogen let løsning på hvorledes en benefit/cost-analyse kan foretages, men han lancerer en slags begrebsapparat, som »kan tjene til bedømmelse af forbrugernes velfærd anskuet i lys af omkostningerne ved at præstere denne velfærd« (side 296).

Jerker Nilsson afslutter bogen med et indlæg om distributionen udfra et forbrugerperspektiv. Han slår bl.a. mangler på i distributionsapparatets tilpasningsevne.

Alt i alt kan man sige at denne fremstilling åbner en række perspektiver som – selvom de velnok er velkendt i fagkredse – stiller yderligere krav til producent og forbruger om at effektivisere den gensidige kommunikationsproces.

Regnskabslitteratur

De sidste års høst indenfor regnskabslitteraturen er navnlig af svensk afstamning.

Sandor Asztély og Birgitta Jönsson-Lundmark, *Utvæklingslinjer i redovisning*, Liber Läromedel, Malmö, 1979, 103 sider.

Formålet med denne koncentrerede oversigt er at vejlede studerende i regnskabsvæsen med henblik på studering af de anerkendte litterære bedrifter indenfor dette område. Der gives en oversigt over regnskabsvæsenets udviklingslinier og tendenser bl.a. gennem kommentarer til væsentlige litterære bidrag. Derefter behandler forfatterne de klassiske statusteorier med en omtale af Schmalenbach og Schmidt i Tyskland og de fremtidsorienterede statusopfattelser ved tyskeren Wilhelm Rieger og amerikaneren John B. Canning.

Udviklingen efter den anden verdenskrig beskrives gennem en analyse af Richard Mattessich og hans 18 axiomer, samt Yuji Ijiri som specielt har beskæftiget sig med samspillet mellem regnskab og resourcefordeling.

Et forholdsvis indgående afsnit er viet til inflationsproblemets behandling og forfatterne slutter med adfærdsaspekter i relation til regnskab, dels gennem en beskrivelse af Hopwoods regnskab for lederadfærd og dels gennem Gröjer & Starks sociale regnskabstanker. Et omfattende forfatterregister afslutter bogen.

I forlængelse af denne Göteborgske produktion kan nævnes *Redovisning i Göteborg*, BAS, Vasagatan 3, S-411 24 Göteborg/Sverige, 1977. Denne fremstilling er et festskrift til professor Sandor Asztély, skrevet af Birgitta Jönsson-Lundmark, Bo Hedberg, Sten Jönsson, Sten-Erik Ingblad, Bertil Gandemo, Lennart Eriksson, Ingemar Claesson, Uno Larsson, Hans Malmquist, Thomas Polesie og Jell Elmgren-Warberg. Indlæggene går fra regnskab i en foranderlig verden over udformning

af informationssystemer for organisationer i et foranderligt miljø til edb-baserede planlægningsmodeller, finansiel planlægning i kommunen og finansieringsanalyse som hjælpemiddel til belysning af likviditetsudviklingen i kommuner. Der er også behandlet en række andre regnskabsmæssige problemstillinger som i særlig grad har interesseret forskerne ved Företaksekonomiska Institutionen, Göteborgs Universitet. Når man ser på denne og den bibliografi der kendetegner festens genstand tør det siges at man har drevet en meget varieret forskning indenfor regnskabsvæsen.

Lars Östman, *Styrning med redovisningsmått*, Ekonomiska Forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm, Stockholm, 1977, 370 sider.

Dette er en disputats vedrørende anvendelse af resultat- og rentabilitetsmål i divisionaliserede virksomheder. Det er en bog af mere teoretisk interesse, selvom det drejer sig om en empirisk undersøgelse hvor forfatteren har interviewet omkring 200 personer i 4 svenske virksomheder. Spørgsmålene har drejet sig om hvilken indstilling en divisionsledelse har til rentabilitetsbegreber, rentabilitetskrav og til et-årsbudgetter. Problemet er naturligvis at man af forskellige divisioner ikke kan forlange samme resultater med henblik på rentabilitetsprocenter og derved kommer man ind på kraven til det økonomiske styringssystem for koncernledelsen. Hvilke nøgletal bør man arbejde med?

Dette spørgsmål er til gengæld behandlet af Thomas Mossberg, *Utveckling af nyckeltal*, Ekonomiska Forskningsinstitutet, Handelshögskolan, Stockholm 1977, 248 sider.

Problemstillingen i denne fremstilling er hvorledes man kan sammenfatte større talmæssige fremstillinger i nøgletal, et spørgsmål som måske er accentueret af de umådelige store og detaljerede rapporter man kan få frem ved anvendelse af edb.

Baseret på studier i virksomheder i skovindustrien formulerer forfatteren en generel model som sigter til at besvare spørgsmål af typen: Hvornår kan nøgletal anvendes, med hvilke formål kan de anvendes, hvordan skal nøgletal tolkes, kan flere nøgletal sammenstilles i én model, kan numeriske data sammenkædes til at danne et nyt nøgletal og

hvorledes kan nøgletal medvirke i en løbende læreproces i virksomheden med henblik på at få taget det rigtige initiativ på det rigtige tidspunkt og med den rigtige kapacitet.

Det er således forbundet med ganske store besværligheder at nå frem til de for den enkelte virksomhed anbefalelsesværdige nøgletal og når man har nået dem må de hele tiden revideres, også i deres grundlæggende struktur.

På budgetfronten kan peges på to fremstillinger. Nils-Göran Olve, *Multiobjective Budgetary Planning*, Ekonomiska Forskningsinstitutet vid Handelshögskolan, Stockholm, 1977, 310 sider. Denne disputats bærer undertitlen *Models for Interactive Planning in Decentralized Organizations*.

Studiets formål er at relatere den almindelige opstilling af budgetter og tankegangen om at flere formål skal nås i en plan. Forfatteren peger på to fremgangsmåder for at nå denne kombination: Prioritering og interaktiv undersøgelse af præferencer. Under alle omstændigheder må en dialog organiseres mellem de beslutningstagende enheder, men selve måden at gennemføre dialogen spiller ind på planlægningsresultatet. Olve udvikler 4 metoder til at gennemføre denne multimålsætningstankegang og de bør – efter hans opfattelse – indgå enkeltvis eller i kombination i udformning af den praktiske budgetprocedure. Baseret på praktiske studier konkluderer forfatteren at man nu ved mere om hvorledes planlægning for multimålopfyldelse skal organiseres, han har en grundmodel af den decentraliserede planlægnings-situation udformet i multimålsætningsterminologi, han anskuer flere fremgangsmåder for at tackle disse situationer, og endelig har han empirisk eftervist at det er muligt og hensigtsmæssigt at arbejde med flere målsætninger i den almindelige praktiske budgetsituation.

En noget anden målsætning ligger i Göran Widebäck, red., *Inflation och budgetering*, Norstedts, Stockholm, 1976, 130 sider. Dette er en mere praktisk betonet lærebogsagtig fremstilling om budgettering, inflationsbudgettering, økonomisk styring under inflationsforhold, budgetteringsproblemer i forbindelse med prisfluktuationer, anvendelse af edb ved inflationsbudgettering og endelig eksempler på inflationsbudgettering i aktuelle virksomheder.

Fra lærebogsfronten kan nævnes Olov Larson og Lennart Rohlin, *Den nya affärsredovisningen*, Liber Läromedel, Lund, 1975, 320 sider og Sigurd Hansson, *Tolka årsredovisningen*, Studentlitteratur, Lund, 1975, samt Gösta Kedner, *Koncernredovisning*, Studentlitteratur, Lund, 1977, 98 sider.

Den første bog er ganske simpelt en meget velorganiseret lærebog i regnskabsvæsen, moderne og ajourført. Den anden beskæftiger sig specielt med årsregnskabet og er en koncentreret, lille lærebogsagtig fremstilling som ikke alene retter sig til studerende, men også til aktionærer og medarbejderrepræsentanter i bestyrelser. Det er en meget koncentreret og let forståelig fremstilling. Den tredje bog er atter en meget koncentreret fremstilling af koncernregnskabsproblemerne, den er nok speciel svensk idet den er baseret på Aktieselskabsloven fra 1975, men den giver naturligvis visse generelle retningslinier.

Det klassiske gevinstbegreb er under stadig diskussion. Er det ufint at tjene penge, eller er det nødvendigt? Spørgsmålet var til debat på Svenska Civilekonomforeningens Ekonomdag, 1979. Resultatet blev foruden referatet af en enquete, syv kompetente indlæg om begrebsdannelsen: Historisk set, begrebets betydning i Sverige og andre steder, beregningsmetoder, rentabilitetsstyring under inflation, bedømmelse af en virksomhed på grundlag af regnskabsanalyse, sociale regnskaber og gevinstbegrebet indenfor markedsføring. *Vinst*, Studentlitteratur og Svenska Civilekonomforeningen, Lund, 1979.

På området socialregnskaber har vi vel savnet en omfattende introduktion. Den findes nu på tysk af C. Leipert, *Gesellschaftliche Berichterstattung, Eine Einführung in Theorie und Praxis sozialer Indikatoren*, Springer-Verlag, Berlin, 1978, 284 sider.

Man står her overfor en meget grundig introduktion. Forfatteren har opdelt sin bog i 4 kapitler: Interessen for sociale indikatorer, de sociale indikatorers begrebsdannelse, alternative selskabsberetninger vedrørende sociale resultater og en sammenfatning.