

Erhvervsøkonomisk litteratur

Ved Erik Johnsen

Bøger fremsendt til anmeldelse i Erhvervsøkonomisk Tidsskrift 1982

Afsætningsøkonomi:

Dan Ahlmark, *Mätning av konkurrensintensitet*, Studentlitteratur, Lund, 1982.

Oluf Henell, *Säljfunktioner under ekonomisk og teknologisk tryck*.

Stig Ingebrigtsen, red., *Refleksions on Danish Theory of Marketing*, NNF.

Karin Holstius, *Attituder till reklamtekstar och deres syntax – en empirisk studie*, Helsingfors, 1981.

Cai F. Christensen og Ulf Kjær Hansen, *Trends in Danish Advertising Expenditure, 1958-78*, Erhvervsøkonomisk Forlag, København, 1981.

Erhvervsøkonomisk litteratur

Ved Erik Johnsen

Bøger fremsendt til anmeldelse i Erhvervsøkonomisk Tidsskrift 1982

Afsætningsøkonomi:

Dan Ahlmark, *Mätning av konkurrensintensitet*, Studentlitteratur, Lund, 1982.

Oluf Henell, *Säljfunktioner under ekonomisk og teknologisk tryck*.

Stig Ingebrigtsen, red., *Refleksions on Danish Theory of Marketing*, NNF.

Karin Holstius, *Attituder till reklamtekstar och deres syntax – en empirisk studie*, Helsingfors, 1981.

Cai F. Christensen og Ulf Kjær Hansen, *Trends in Danish Advertising Expenditure, 1958-78*, Erhvervsøkonomisk Forlag, København, 1981.

Organisation:

Henrik Holt Larsen, red., *Personaleudvikling og samme, Personaleadministration*, Nyt fra Samfundsvidenskaberne, København, 1981.

Finn Borum og Harald Enderud, *Konflikter i Organisationer*, Nyt Nordisk Forlag, 1981.

Bo Hedberg og Sven-Erik Sjöstrand, red., *Från företagskriser till industripolitik*, Liber Läromedel, Malmö.

Finn Borum, red., *EDB, arbejdsmiljø og virksomhedsdemokrati*, Nyt fra Samfundsvidenskaberne.

Søren Christensen og Aksel Gaarslev, *Beslutningsteori i praksis*, Nyt fra Samfundsvidenskaberne.

Finansiering:

Winston Paakjær Pedersen og Erik Jacobsen, *Rekonstruktion af virksomheder i betalingsstandsning*.

A. Hartmann-Olesen, *Investerings teori*.

Peter Lynggaard, *Investeringskalkuler*.

Aage Walther-Jørgensen, *Investerings- og finansieringsplanlægning – med eksempler fra landbruget*, DSR-forlag, København.

Egil Hieshaug, *Moderne kreditvesen*, Universitetsforlaget, Oslo.

Peter Wendt, *Penge og kapitalmarked*, i serien Erhverv og samfund, København, 1981.

Lars Eskesen, Flemming Dalby Jensen, Ole Zacchi, *Finansielle institutioner og markeder*, Samfundsvidenskabeligt forlag.

Lars Oxelheim, *Företagens utlandslån, valuta- och redovisningsaspekter*, Liber Läromedel, Malmö.

Regnskabsvæsen:

Sven Høgsberg Christensen, *Beskatning af koncerner*, GAD, 1981.

Årsregnskabsloven af 1981 med kommentarer, GAD, 1982.

Palle Hansen, red., *Håndbog i årsregnskab*, Institutet for Lederskab og Lønsomhed, 1982.

Stig Ingebrigtsen, ed., *Reflections on Danish Theory of Marketing*, Nyt Nordisk Forlag, København, 1981, 134 sider, 122,- kr.

I anledning af Institut for Afsætningsøkonomi's 50 års dag har 10 af instituttets medarbejdere på engelsk ajourført en række af de arbejdsområder, som har gjort Institut for Afsætningsøkonomi kendt og skattet. Både i teoretiske og praktiske kredse. Da bogen fremtræder som en tilpasset oversættelse af en række indlæg fra fødselsdagskonferencen, vil en del af materialet formentlig være velkendt på dansk. Men der er grund til at kippe med flaget for den indsats der er gjort for kort og koncist at angive strømpilene for 80'erne baseret på 50 års forskning.

En af disse er det udvidede marketingbegreb der fremkommer, når man ser på virksomheden og samtlige dens interesser: Cai F. Christensen, Bent Dalum, H. C. Haugaard og Bjørn Juell-Sundbye, *Virksomheden og omverden – i afsætningsøkonomisk belysning*, Civiløkonomernes Forlag ApS., København, 1982, 304 sider.

Denne bog er bemærkelsesværdig i flere henseender. For det første er den et samarbejde mellem afsætningsøkonomer fra Handelshøjskolen i København, Institut for Produktion ved Ålborg Universitetscenter, Erhvervsøkonomisk Institut ved Odense Universitet og Industriministeriet (repræsenteret ved sidstnævnte forfatter).

Dernæst er der tale om en næsten lærd lærebog med historiske rødder helt tilbage til 1800-tallet suppleret med doktrinøkonomiske oversigter.

Ideen med den historiske analyse er at kæde afsætningsøkonomisk tankegang til udviklingen i erhvervslivet og teoretisk økonomi.

Bogens budskab er at hvis man ser virksomheden ud fra en interessentmodel, bliver »afsætningen« noget helt andet og mere end blot dette at deltage i kundernes behovsdækningsproces. Således arbejder forfatterne (side 138) med en interessentmodel hvori der indgår kapitalejere, medarbejdere, leverandører, massemedier på den ene side og konsumenter, forhandlere, interesseorganisationer og pressionsgrupper på den anden side. Hertil kommer det offentlige i form af myndigheder, folketing og kommunalbestyrelsen.

Kobler man den afsætningsøkonomiske »modermodel« til den offentlige sektor som »regelgiver« (side 90) får man et noget mere differentieret interaktionsmønster i form af varestrømme, reguleringsstrøm-

me og påvirkningsstrømme. Det traditionelle marketing begreb (oversigt side 145) udvides altså betydeligt og man får en kombination af den afsætningsøkonomiske beslutningsmodel før og efter den nye hovedsynsvinkel (side 150). Denne sidste er karakteriseret ved at der er tale om nogle rene individuelle og kollektive målsætninger plus en række ikke økonomiske mål, »relativeret målkompleks«, ligesom der er tale om acceptable og ikke acceptable handlingsalternativer og en omverden hvor nogle interessentkarakteristika kan påvirkes mens andre er uafhængige af virksomhedens indsats. Hertil kommer begrebet »forhandlingsparameter«.

Forfatterens beskrivelse af informationskilder og specielle informationsmuligheder i den offentlige sektor er en interessant tilbygning. Det samme kan siges om diskussionen af det danske organisationssystems interne strukturer og interesseorganisationernes indflydelse (figuren side 199).

En nydannelse er også diskussionen af virksomhedens samspil med nyhedsmediernes.

Alt i alt lægger denne fremstilling, incl. et stort casemateriale op til en diskussion af afsætningspolitikken som led i en virksomheds realisering af sine strategiske målsætninger.

I det øjeblik man betragter virksomhed og omverdenen i afsætningsøkonomisk belysning nærmer man sig stærkt strategisk tankegang, hvor det jo drejer sig om at opretholde en dynamisk balance mellem interessentgruppernes bidrag og belønning. Et nødvendigt, men ikke tilstrækkeligt, middel hertil er en intensiv kommunikation med interessenterne. Såvel klassisk som nyere afsætningsøkonomisk teori giver en række modelementer hertil.

Man kan vel sige at betjening af kundegrupper via engagerede interessenter når et lokalt højdepunkt, når talen er om at producere serviceydelser. Det er derfor a propos når Civiløkonomernes Forlag har lanceret bogen *Service Management* skrevet af Kim Knudsen og Klaus Lund (København, 1982, 144 sider).

Det er forfatterens bearbejdede hovedopgave fra cand. merc. studiet i strategisk planlægning (Handelshøjskolen i København) der publiceres som en hurtig første danske introduktion til service management.

Forfatterne veksler mellem begrebsdannelse og praktiske danske cases.

De spørger først hvad er service, og gennemgår produktion, distribution og forbrug af serviceydelser illustreret ved Palads biografen og Spies Rejser. Derefter diskuterer de markedsføring af serviceydelser med cases fra NCR Danmark og Burger King. Herefter beskriver de organisation og personaleledelse i servicevirksomheder illustreret ved Hotel Marienlyst og IBM Danmark. Herefter kommer økonomisk styring af serviceproducerende virksomheder og innovation. Det sidste illustreres karakteristisk nok ved SAS. Bogen afsluttes med et afsnit om strategisk ledelse af serviceproducerende virksomheder.

Forfatterne har foruden at koble deres egen opfattelse af danske cases på fremstillingen studeret tilgængelig servicelitteratur. Der er således tale om en ganske instruktiv introduktion til et område af voksende betydning.

Et konkret studium i noget der tangerer service er Rita Mårtensons doktordisputats fra Företagsekonomiska Institutionen vid Göteborgs Universitet, *Innovations in Multinational Retailing*, Göteborg 1981. Bogen har tilføjelsen *IKEA on the Swedish, Swiss, German and Austrian furniture markets* (458 sider).

Dette kan vel betegnes som en monumental afhandling om et foreløbigt monument på original markedsføring, nemlig IKEA's indtrængning på det svenske marked og derefter eksport af sin idé til en række europæiske lande og senere oversøiske markeder.

Forfatteren ser på IKEA's udvikling ud fra fire synsvinkler:

Et multinationalt detailhandels foretagende, en institutionel fornyelse i detailhandlen, en ny komponent i marketingssystemet for møbler og endelig som en ændringsagent i samfundet.

Det vil føre for vidt at gå i detaljer, men det kan kort siges om IKEA som multinational detailkæde at firmaet introducerede et koncept hvor møbellager, udstilling og cash- and carryprincippet gik op i en højere enhed. Med hensyn til den institutionelle fornyelse er IKEA ganske simpelt en ny virksomhed i forsyningskanalen, folk kan kombinere de individuelle elementer til de møblelementer, de har lyst til. Det nye element i marketingssystemet ligger i konkurrencen overfor de traditionelle udbydere ved netop at slå på det nye marketingkoncept, og

ikke mindst lokalisering og annoncering, samt en prispolitik, som kan sætte fabrikanterne i vanskeligheder.

Ændringsagent – rollen består navnlig i at en innovationsvirksomhed vil – som forfatteren udtrykker sig – bombardere de bestående detailhandlere på markedet med nye forretningsmetoder, som kan ændre såvel kundernes indstilling til »varen«, som den måde som de hidtil har forsynet sig med disse goder på.

Fremstillingen kan også læses som beskrivelse af et strategisk felttog med alle de detaljer der skal passes sammen for succes og alle de omkostninger og fejltagelser der er forbundet med at skabe succes.

Sluttelig skal omtales en anden svensk fremstilling i relation til den afsætningsøkonomiske problematik, Dan Ahlmark, *Mätning av konkurrensintensitet*, Studentlitteratur, Lund 1981, 155 sider.

Forfatter har sat den opgave at udvikle begrebet konkurrenceintensitet, dels for at beskrive konkurrentadfærd og dels for at anvende begrebet operationelt og normativt. Det konkrete studium omfatter konkurrencesituationens udvikling for bogklubber i Sverige.

Ahlmark ser konkurrence som ganske simpelt samlingen af de aktiviteter en virksomhed udøver på et afgrænset marked. Konkurrenceintensiteten bliver derfor graden af rivalisering eller kvaliteten af rivalisering mellem de virksomheder, der ønsker at betjene dette specifikke marked.

Han karakteriserer det specifikke marked ved en række komponenter: Efterspørgsel, teknologi, love m.v., distributionskanaler og konkurrenternes antal, størrelse, formål og aktiviteter, traditioner, etc. Disse markeds karakteristika afkaster så konkurrenceaktiviteter fra virksomhederne med henblik på et specielt marked, og det giver sammen med resultaterne heraf konkurrenceintensiteten. Men resultaterne af indsatsen kan have en række konsekvenser for den enkelte virksomheds ressourcer, produkt/markeds matrice, strategiske mål og program for interne aktiviteter. Ligesom disse naturligvis er afgørende for konkurrenceaktiviteten. Budskabet er at de ressourcer, der sættes ind i konkurrencen og nogle af deres konsekvenser må opfattes som hver sin kniv på en saks. En bevægelse i enten den ene eller den anden af disse får presset til at stige eller falde og ændringen influerer derfor på konkurrenceintensiteten.

Forfatterens egentlige bedrift er nok at han er i stand til at udarbejde et indeks for ændringer i konkurrenceintensiteten.

Professor Palle Hansen udsendte 1982 på forlaget Institut for Lederskab og Lønsomhed sin monumentale *Håndbog i årsregnskab og andre eksterne regnskaber*, 706 sider.

Blandt de 18 medarbejdere er de 13 statsautoriserede revisorer (foruden redaktøren selv), resten er lektorer, docenter og professorer i regnskabsvæsen, mens en enkelt er direktør. Forfatterkredsen borger altså for den højeste sagkundskab.

Palle Hansen skriver i sit forord at det har været redaktionen magtpåliggende ligesom i tidligere udgaver at behandle stoffet så tilbunds-gående, som det er praktisk muligt. Hovedformålet har været ikke at slippe det enkelte problem før læseren må formodes at være i stand til at overføre informationen herom direkte til sit konkrete problem. Med de erfaringer som redaktør og medarbejdere har på dette område og baseret på håndbogens lange tradition og formentlig masser af feedback fra brugere gennem tiderne, tør dette formål vel siges at være nået også med denne seneste udgave.

Håndbogen er disponeret efter den opdeling at årsregnskabsposter, der følger af Regnskabsloven af 1981.

De 20 hovedafsnit har hver for sig en forbilledlig klar opbygning og stikordsregistret giver – som sædvanlig – en hurtig reference til de problemstillinger, man måtte stå overfor.

Man tør uden overdrivelse sige at det er en fantastisk præstation at samle et komplet sæt af relevant regnskabsstof på en så overskuelig og let tilgængelig måde.

Er dette den sidste trykte håndbog vi ser før de elektroniske databaser overtager forsyningen med relevant information?

I forlængelse af *Håndbog i årsregnskab* er på Gads forlag, København, 1982 kommet *Årsregnskabsloven af 1981*, med kommentarer af Olaf Hasselager og Axel Runge Johansen, 556 sider.

Bogen er disponeret på den måde at først er årsregnskabsloven aftrykt, derefter kommer en indledning og resten af teksten er ganske simpelt detaljerede kommentarer til loven.

Et omfattende stikordsregister afslutter fremstillingen.

På en anden del af regnskabsfronten har Vagn Madsen og Thomas Polesie udgivet bogen *Human Factors in Budgeting: Judgement and Evaluation*, Pitman, London, 1981, 133 sider.

Judgement and Evaluation kan nærmest siges at stå for kvalitativ og kvantitativ udformning af en virksomheds budget – og planlægningsaktivitet.

Forfatterne har – med rette – den opfattelse at den måde folk foretager strategiske kvalitative overvejelser på og den måde man følger disse op på i form af kvantitative budgetter og handlingsplaner er forskellige. Det drejer sig om at få et samspil frem imellem disse måder at tænke og handle på.

Det er en meget koncentreret og næsten lærd fremstilling garneret med passende eksempler fra forfatternes praksis.

Bogen er disponeret som følger: Kvalitativ og kvantitativ planlægnings-tænkning, ressourcer, målsætninger og ressourceanvendelse, finansielle ressourcer og budgetteret indkomst, strategier og budgetter og overordnede målsætninger: En zone for konflikter og synteser. (Anmelderens oversættelse).

Bogen kan vel siges at være en ajourført fremstilling af begge forfatteres mangeårige arbejder med strategisk planlægning, budgettering og regnskabsvæsen. Det er en stringent og koncentreret fremstilling, som det er godt at få forstand af.

En væsentlig lettere tilgængelig – og det er også meningen – fremstilling af et enkelt nyere regnskabsaspekt er Preben Melander, *Nulbasebudgettering, muligheder og begrænsninger*, Samfundslitteratur, København, 1981, 124 sider.

Nulbase betyder som bekendt at man glemmer fortiden og spørger hvad man skal bruge sine ressourcer til. »Man« er fortrinsvis relativt uafhængige beslutningstagende enheder i en virksomhed eller en offentlig institution. Brugen afhænger naturligvis af nogle overordnede målsætninger.

Ifølge forfatteren (side 11) bygger nulbasebudgettering på entydigt kompetancefordeling, resultatorienteret omkostningsstyring, økonomisk helhedsstyring og medarbejder engagement i planlægningen.

Heraf følger at hvis disse forudsætninger ikke lader sig opfylde, så kan nulbasebudgettering ikke være det eneste middel. Melander gør rede

for fordele og ulemper ved at anvende denne tankegang og gør det på en pædagogisk og instruktiv måde. Han peger på at der her ikke er tale om et nyt vidundermiddel, men der er tale om en tankegang som man bør overveje at anvende i visse situationer, der i særlig grad lægger op til at anvende nulbasebudgettering, som partiel planlægningsmetode. Melander henvender sig – ifølge forordet – til virksomhedernes øverste chefer og stabfolk, som har til opgave at være ajourført omkring nye ledelsesværktøjer, og som til stadighed vurderer mulighederne for at ændre og tilpasse virksomhedsledelsessystemer. Ud fra en nulbasetankegang må dette være en rigtig formulering af fremstillingens målgruppe.

På skattefronten er udkommet Kjeld Hemmingsen, *Skatteretten, Introduktion til skattesystemet*, Nyt Nordisk Forlag, København, 1983, 271 sider.

Forfatteren anfører at bogen er tilpasset skatteretsundervisningen på HA- og HD-studiet på Handelshøjskolen i København og har iøvrigt til formål at give en samlet og afrundet fremstilling af de skattemæssige problemer der opstår i indkomstopgørelsen.

Lad det være sagt straks, at dette er en fremragende lærebog.

Hvorfor det?

Først og fremmest fordi man som læser føler at man står overfor en forfatter med en kompetent, næsten overlegen indsigt i et – som vi ved – uhyre kompliceret område, og som forstår at meddele sig klart og stundom humoristisk til læseren.

Herudover fordrer en god lærebog naturligvis at afsnittene er hver for sig nødvendige og tilsammen tilstrækkelige til at tilfredsstille læserens formål.

Bogen er disponeret med et kapitel om skattesystemet, et om hvad er skattepligtig indkomst, fradragsret for driftsomkostninger og renteudgifter, skattemæssige afskrivninger, periodeafgrænsningsproblemet, salg og anden afståelse af formuegoder, finansieringsvederlag og låneomkostninger, samt en litteraturliste og materialesamling.

Uden at ville sammenligne fremstillingen hverken med Thøger Nielsens store værk eller forlagets Aktuelle Bøgers *Skatten*, kan man roligt sige, at her er der tale om en information som hører med til enhver

skatteydere almindelige dannelse. For slet ikke at tale om dem på den anden side af bordet.

Svend Høgsberg Kristensen, *Beskatning af koncerner*, Gad, København, 1981, 174 sider, er lærebogen i koncernbeskatningsspørgsmål. Forfatteren behandler skattemæssige beslutninger i koncernforhold, etablering af koncernforhold, igangværende koncernforhold, strukturændringer og skattemæssig integration i koncernforhold, dets ophør og endelig koncerner og skattepolitikken. Bogen afsluttes med en række relevante bilag, og næste udgave har forhåbentlig også det uundværlige stikordsregister.

På Samfundsvidenskabeligt Forlag, København, 1982, har Jens Gunst, Jørn Holdt og Jan Lyager Olsen i Danmarks Forvaltningshøjskoles skriftserie udsendt bogen *Skattepolitik*, 323 sider.

Forfatterens formål er at beskrive og forklare det danske skattesystem, hovedsageligt set ud fra en økonomisk synsvinkel. Dette gøres i 9 hovedafsnit med en indledning, skatternes historie og nogle skatteprincipper, struktur og skattetryk, samt indkomstbeskatningen. Hertil føjes så forbrugsafgifter og skatteformue, ejendom og besiddelse. De 3 sidste afsnit vedrører skatte- og toldadministrationens opbygning, skatterne og de økonomisk politiske målsætninger, samt den offentlige sektors placering i samfundsøkonomien.

Det er vel lettest at karakterisere denne fremstilling som komplementet til Hemmingsens, det er en bog der beskriver skattesystemet og skattepolitikken, mens den første er en skatteretlig fremstilling.

Systemeksport, redigeret af Jens Kampmann, Specialbladsforlaget, København, 1983, 136 sider.

Denne bog har ifølge redaktørens forord til formål, at informere, inspirere og mobilisere.

Dette gøres i to hovedafsnit.

I første del definerer og beskriver direktør Knud Overø systemeksport som eksport af samlede, integrerede leverancer, bestående såvel af hardware som software, og det karakteristiske ved systemeksport er, at den samlede leverance normalt er af en sådan størrelsesorden og struktur, at den nødvendige viden og de øvrige vilkår for leverancens gennemførelse er så omfattende, at der fordres et samarbejde mellem

en række virksomheder, institutioner, videnscentre af såvel privat som offentlig og officios natur, på tværs af den almindelige organisatoriske opbygning af samfundet (side 8).

Når systemeksport er blevet aktuelt ligger det naturligvis i, at en række nyrige U-lande – og iøvrigt andre lande med en mere langsigtet opbygningspolitik – baseret på ikke særligt gunstige erfaringer med »punktimport« har erkendt at hvis de skal have noget til at fungere, må de købe et fungerende system og viden om hvordan man holder det kørende.

Det er herefter naturligt at behandle de mindre virksomheders interesse i systemeksport, rådgiverinteressen, fagbevægelsens interesse, finansieringsproblemer og systemeksportens forhistorie og fremtidige muligheder. Dette gøres kompetent af Bjarne Hastrup, Helge Sørensen, Knud Kristensen, Preben Preus, Per Milner og bogens redaktør, Jens Kampmann.

I anden afdeling er der givet 11 eksempler på systemeksport, herunder en række uden offentlig deltagelse og en række med offentlig deltagelse. Uden at gå i detaljer med disse eksempler må den, der ikke har detaljeret kendskab til disse eksportprojekter bøje sig for den kreativitet og det meget betydelige organisatoriske og tekniske – fagligt betonede arbejde, samt forståelse for kundens problematik, der er lagt for dagen. Det kan vel siges at være en række stjerneeksempler til efterfølgelse.

I forlængelse af det industriministerens skriver i sit forord: »Bogen er et egnet redskab, som kan benyttes i arbejdet med at udbygge systemeksporten«, må man konstatere at dens formål at informere, inspirere og mobilisere på smukkeste måde er nået.