

# B O G A N M E L D E L S E R

*Arne Rasmussen: Pristeori eller parameter-teori. Studier omkring virksomhedens afsætning.* Einar Harcks forlag. Kbh. 1955. 252 sider. Pris 24 kr.

Denne bog, for hvilken forf. har erhvervet økonomie doktorsgraden ved handelshøjskolen i Stockholm, består af tre ret skarpt adskilte dele. I den første (ca. 60 sider) drøfter forf. *virksomhedens handlingsparametre* og *konkurrencebegrebet*. Han fremhæver, at prispolitikken hidtil har fået løvens part af opmærksomheden, og understreger, at de forskellige handlingsparametre — pris, kvalitet, reklame etc. — bør behandles jævnsides. Begreberne monopol og konkurrence drøftes i tilslutning til Triffin, og der er desuden forskellige randnoter og tilføjelser til de senere årtiers teori om prispolitik, salgsomkostninger og konkurrence.

Når forf. så stærkt understreger, at vor teori om virksomhedernes politik må blive en teori om samtlige handlingsparametre, ikke blot en pristeori, har han vel egentlig ikke kunnet møde nogen modsigelse i de sidste 25 år. Problemet har været det at få programmet omsat til virkelighed. Her har træghed og tradition nok spillet en vis rolle, men der har jo også været andre vanskeligheder, ikke mindst m.h.t. kvalitetskonkurrencens behandling.

Selv om det fremhæves, at samtlige parametre må med, er det alligevel en hovedtanke hos forf., at de må behandles hver for sig. Det er ikke helt klart, hvor meget forf. egentlig lægger ind heri. Brems har i en anmeldelse i tidsskriftet »Det danske Marked« 1955 peget på, at efterspørgslen må kunne beskrives ved bestemte særlige funktionstyper, hvis man ved et partialstudium skal kunne finde frem til størrelser, der kan bruges ved bestemmelsen af de optimale parameterværdier.

Hovedemnet for bogens midterste del (ca. 100 sider) er markedsforholdene og

udviklingen i forbrug og produktion i den periode, hvor *en ny vare* introduceres og indarbejdes, indtil et mætningspunkt nås. Forf. understreger, at det ofte vil være vildledende at vurdere mætningsgraden ved at betragte forbruget pr. indbygger. Mange ting bruges f.eks. kun af kvinder eller børn, og for andre varer, f.eks. gulvtæpper, er det bedst at betragte husstanden som forbrugerenhed. Forf. opstiller derfor begrebet *konsumentenhed*, der defineres som en person eller en gruppe af personer, der opfylder de fysiologiske betingelser for at have behov for varen, og som råder over de tekniske forudsætninger for at anvende den.

Derefter tænker forf. sig en ny forbrugs-vare introduceret på markedet og rejser det spørgsmål, hvordan forbruget af den nye vare vil udvikle sig, hvis alle efterspørgselsdeterminanter, d. v. s. konsumenternes indkomster og producentens samt de øvrige virksomheders handlingsparametre, tænkes holdt konstante fra varens introduktion og fremefter. Der er nu, siger forf., tre grupper af potentielle efterspørgere: 1) pionerkonsumenterne, som strømmer hurtigt til, ivrige efter at prøve alt nyt, 2) en talstærk gruppe af mere almindelige konsumenter og 3) de konservative forbrugere, som kun vanskeligt og langsomt vindes for det nye. Forf. mener derfor, tidskurven over udviklingen af forbruget pr. konsumentenhed af en ny vare under de angivne forudsætninger må få et udseende som den normale fordelings sumkurve. *Mætningspunktet* nås, når forbruget pr. konsumentenhed har nået sit maksimum — eller asymptotisk nærmer sig stærkt dertil. Her er *indtrængningstiden* afsluttet, og forud for dette tidspunkt kan *varens afsætningsmæssige udviklingsstade* løseligt måles ved forholdet mellem den allerede forløbne tid og hele indtrængningstiden.

For ikke-varige goders vedkommende viser tidskurven over det samlede forbrug

# B O G A N M E L D E L S E R

*Arne Rasmussen: Pristeori eller parameter-teori. Studier omkring virksomhedens afsætning.* Einar Hærcks forlag. Kbh. 1955. 252 sider. Pris 24 kr.

Denne bog, for hvilken forf. har erhvervet økonomie doktorsgraden ved handelshøjskolen i Stockholm, består af tre ret skarpt adskilte dele. I den første (ca. 60 sider) drøfter forf. *virksomhedens handlingsparametre* og *konkurrencebegrebet*. Han fremhæver, at prispolitikken hidtil har fået løvens part af opmærksomheden, og understreger, at de forskellige handlingsparametre — pris, kvalitet, reklame etc. — bør behandles jævnsides. Begreberne monopol og konkurrence drøftes i tilslutning til Triffin, og der er desuden forskellige randnoter og tilføjelser til de senere årtiers teori om prispolitik, salgsomkostninger og konkurrence.

Når forf. så stærkt understreger, at vor teori om virksomhedernes politik må blive en teori om samtlige handlingsparametre, ikke blot en pristeori, har han vel egentlig ikke kunnet møde nogen modsigelse i de sidste 25 år. Problemet har været det at få programmet omsat til virkelighed. Her har træghed og tradition nok spillet en vis rolle, men der har jo også været andre vanskeligheder, ikke mindst m.h.t. kvalitetskonkurrencens behandling.

Selv om det fremhæves, at samtlige parametre må med, er det alligevel en hovedtanke hos forf., at de må behandles hver for sig. Det er ikke helt klart, hvor meget forf. egentlig lægger ind heri. Brems har i en anmeldelse i tidsskriftet »Det danske Marked« 1955 peget på, at efterspørgslen må kunne beskrives ved bestemte særlige funktionstyper, hvis man ved et partialstudium skal kunne finde frem til størrelser, der kan bruges ved bestemmelsen af de optimale parameterværdier.

Hovedemnet for bogens midterste del (ca. 100 sider) er markedsforholdene og

udviklingen i forbrug og produktion i den periode, hvor *en ny vare* introduceres og indarbejdes, indtil et mætningspunkt nås. Forf. understreger, at det ofte vil være vildledende at vurdere mætningsgraden ved at betragte forbruget pr. indbygger. Mange ting bruges f.eks. kun af kvinder eller børn, og for andre varer, f.eks. gulvtæpper, er det bedst at betragte husstanden som forbrugerenhed. Forf. opstiller derfor begrebet *konsumentenhed*, der defineres som en person eller en gruppe af personer, der opfylder de fysiologiske betingelser for at have behov for varen, og som råder over de tekniske forudsætninger for at anvende den.

Derefter tænker forf. sig en ny forbrugs-vare introduceret på markedet og rejser det spørgsmål, hvordan forbruget af den nye vare vil udvikle sig, hvis alle efterspørgselsdeterminanter, d. v. s. konsumenternes indkomster og producentens samt de øvrige virksomheders handlingsparametre, tænkes holdt konstante fra varens introduktion og fremefter. Der er nu, siger forf., tre grupper af potentielle efterspørgere: 1) pionerkonsumenterne, som strømmer hurtigt til, ivrige efter at prøve alt nyt, 2) en talstærk gruppe af mere almindelige konsumenter og 3) de konservative forbrugere, som kun vanskeligt og langsomt vindes for det nye. Forf. mener derfor, tidskurven over udviklingen af forbruget pr. konsumentenhed af en ny vare under de angivne forudsætninger må få et udseende som den normale fordelings sumkurve. *Mætningspunktet* nås, når forbruget pr. konsumentenhed har nået sit maksimum — eller asymptotisk nærmer sig stærkt dertil. Her er *indtrængningstiden* afsluttet, og forud for dette tidspunkt kan *varens afsætningsmæssige udviklingsstade* løseligt måles ved forholdet mellem den allerede forløbne tid og hele indtrængningstiden.

For ikke-varige goders vedkommende viser tidskurven over det samlede forbrug

samtidig udviklingen i *salget*, men for de varige goder derimod udviklingen i *bestanden*. Salget består her dels af afsætningen til nye konsumenter, dels af *erstatningssalget* ved ældre enheders udskiftning med nye. *Nysalget* beror på tilvæksten i bestanden, og da bestanden efter forf.s teori udvikler sig efter den normale fordelings sumkurve, kommer nysalget pr. konsumentenhed til at følge en kurve som den normale fordelings. Det samlede nysalg bliver derfor først stigende, men begynder derefter at aftage fra det tidspunkt, hvor kurven over den totale bestand, skønt stadig stigende, har en vendetangent. Nysalgets nedgang kan delvis blive opvejet gennem erstatningssalget, og forf. viser ved hjælp af en meget instruktiv model, hvordan udviklingen i totalsalget påvirkes af forholdet mellem indtrængningstidens længde og varens levetid.

Forf. søger derefter ved hjælp af nogle empiriske eksempler, som dels stammer fra hans egne undersøgelser, dels fra andre forfattere, at påvise, at den postulerede teoretiske udviklingslinje stemmer overens med den faktiske forbrugsudvikling. Han har ikke her søgt at eliminere virkningerne af forandringerne i de andre efterspørgselsdeterminanter, som teorien forudsætter konstante, og han kommer heller ikke ind på at drøfte, hvorvidt og hvordan det lader sig gøre med rimelig sikkerhed. Forf. mener, at selve varens indarbejdelse i forbruget i de pågældende tilfælde har været en så dominerende faktor, at en sådan elimination ikke har været nødvendig. Han slutter med at hævde, at hans model må gælde for en hvilken som helst nyintroduceret (forbrugs)vare.

Det hører sig jo til, at en disputats helst skal indeholde en bestemt tese, og denne tradition frister måske nok engang imellem præses til at lægge sagerne lidt hårdt op, for at der ikke skal være tvivl om, at den omtalte fordring er opfyldt. Måske har også Arne Rasmussen ligget noget under for denne tendens. Hans teori om de tre grupper af potentielle kunder til en ny vare er et noget spinkelt grundlag for postulater om en bestemt form på ud-

viklingskurven, og hans empiriske eksempler, som i bedste fald er temmelig fåtallige, overbeviser langt fra alle læseren ved nogen slående lighed med den normale fordelings sumkurve. Det ville straks have været lidt mindre fordringsfuldt at hævde, at udviklingskurven for en ny vare har samme form som proportionslovens totalproduktkurve, som man ikke plejer at tillægge et så strengt symmetrisk forløb. Men vil det i det hele taget på forskningens nuværende stadi være rigtigt at afvise den mulighed, at udviklingskurvens form kan være forskellig fra tilfælde til tilfælde? Hvis man kan drage nogen slutning af forf.s egne eksempler, synes det nærmest at være den, at flere muligheder må holdes åbne. Et af eksemplerne drejer sig om udviklingen i bestanden af radioapparater i Danmark. Kurven over den faktiske lytterhyppighed er taget fra Arne Rasmussen og Max Kjær Hansen: Efterspørgselen efter radioer i Danmark, Kbh. 1954, men i denne bog har man givet de faktiske tal udtryk i en empirisk efterspørgselsfunktion, som er logaritmisk og ikke giver kurven nogen vendetangent.

Selv om der kan rettes indvendinger mod forf.s teori, og selv om grundtankerne vedrørende sammenhængen mellem forbrug, bestand, nysalg og erstatningssalg af varige goder ikke er nye, har forf. imidlertid indlagt sig fortjeneste ved at tage en vigtig og interessant emnekreds op og uddybe dens behandling i en pædagogisk værdifuld fremstilling. Også den resterende del af hans behandling af problemerne omkring varens afsætningsmæssige udviklingsstadi indeholder tankevækkende synspunkter, men fremstillingen forekommer dog her mindre afklaret end i det netop refererede kapitel.

Efter at have behandlet en ny vares afsætningsmæssige udvikling under forudsætning af konstante værdier for efterspørgselsdeterminanterne bortset fra tiden, lader forf. nu denne forudsætning falde og rejser først det spørgsmål, hvordan *determinanternes strukturelle værdier* påvirker indtrængningstidens længde og mætningspunktets højde, d.v.s. det maksimale for-

brug pr. konsumentenhed. Med strukturelle ændringer menes store forandringer i determinanternes værdier, og spørgsmålet tager altså bl. a. sigte på virkningerne af, om en ny vare kommer til at ligge i en høj eller en lav prisklasse. Forf. opstiller — meget plausibelt — den teori, at mætningspunktets højde afhænger af de strukturelle værdier af indtægterne, prisen, kvaliteten og reklamen. For de varige forbrugsgoders vedkommende mener han, at betalingsmåden — kontant eller afbetaling — måske er den væsentligste determinant. Indtrængningstidens længde, mener forf., navnlig beror på selve varearten. Den kan forkortes ved hjælp af reklame o. l., og den beror også i nogen grad på prisen og indkomsterne.

Blandt de faktorer, som er bestemmende for mætningspunktets højde og indtrængningstidens længde, nævner forf. altså indkomsterne. Det sker imidlertid meget kortfattet, og forf. kommer ikke ind på de problemer, der knytter sig til den kendsgerning, at realindkomsten *de facto* må anses for at være voksende gennem tiden. Hvor nås der da et mætningspunkt, og hvornår er følgelig indtrængningstiden afsluttet? Muligvis vil det såvel fra teoretisk som fra empirisk synspunkt være vanskeligt at adskille virkningerne af stigende indkomster fra følgerne af de ændringer i forbrugernes behovskonstitution, der fremkommer efter en ny vares introduktion. Men når det ikke gøres, kommer mætningspunktet efter forf.s foran refererede definition på den anden side let til at fortone sig i det fjerne, og begrebet indtrængningstid får en betydning, der ikke rigtig synes at svare til betegnelsen. Forf.s tavshed om disse spørgsmål medfører endelig en vis uklarhed omkring hele begrebet afsætningsmæssigt udviklingsstade.

Det næste spørgsmål, der tages op, er virkningerne af *mindre ændringer i parameterværdierne* omkring det gældende strukturelle niveau. Forf. opstiller her — tildels med henvisning til Kleppners reklameteori og Joel Deans behandling af prisansættelsen for nye varer — den teori, at virkningerne af mindre parameterændringer

og derfor også brugen af de enkelte parametre vil arte sig forskelligt i de forskellige afsætningsmæssige udviklingsstadier. (Ved afgrænsningen af disse synes forf. stiltiende at regne med konstante realindkomster). Først ved indtrængningstidens afslutning antager markedsforholdene den karakter, man plejer at regne med i teorien, medens andre træk gør sig gældende i de tidligere stadier. Lige efter varens introduktion påvirkes afsætningen f. eks. kun temmelig lidt af ændringer i prisen eller kvaliteten, medens konsumenterne senere bliver mere bevidste m. h. t. mindre variationer. Desværre er omtalen af dette interessante emne temmelig kortfattet og delvis noget uklar. Det er således vanskeligt at blive klar over, om forf. ligesom Kleppner og Dean går ud fra, at den nye vare introduceres af en enkelt virksomhed, der senere får efterlignere, eller om han forudsætter, at der straks fra begyndelsen er flere konkurrerende virksomheder på markedet.

Sidste del af bogen (70 sider) drejer sig om beregningen af *de optimale parameter-værdier*. Den sædvanlige regel: grænseindtægt lig grænseomkostninger, kan for prispolitikens vedkommende omskrives til

$$(1) \quad -e_p = \frac{p}{p-v} \left(1 - \frac{dv}{dp}\right)$$

hvor  $e_p$  = priselasticiteten,  $p$  = prisen,  $v$  = de variable enhedsomkostninger. Hvis  $v$  er konstant uanset produktionens størrelse, bliver parentesens lig 1, og formelen antager den simple skikkelse, som bl. a. er omtalt af Brems her i tidsskriftet 1951. Optimalprisen karakteriseres i så fald af, at priselasticiteten er lig forholdet mellem prisen og bruttoavancen, hvis man med sidstnævnte betegnelse mener forskellen mellem prisen og de variable (produktions-) enhedsomkostninger.

Arne Rasmussen argumenterer for, at man skal betjene sig af den omskrevne formel, selv om han ikke helt vil kaste vrage på den mere velkendte, og han opstiller tilsvarende formler for de optimale værdier af reklamen og af andre kontinuert

variable parametre. For reklamens vedkommende kommer regelen — under forudsætning af konstante variable produktions-enhedsomkostninger — til at lyde på, at det betaler sig at forøge reklamebeløbet, hvis reklameelasticiteten er større end reklamebeløbet divideret med virksomhedens samlede bruttofortjeneste.

Hvis virksomheden udbyder flere varer, der enten er komplementære eller konkurrerende, bliver forholdene mere komplicerede, men forf. viser, at de optimale parameterværdier — stadig under samme forudsætning m.h.t. omkostningsforløbet — kan angives ved simple formler, hvori bl. a. krydselasticiteterne indgår.

I bogens sidste kapitel kommer forf. med udgangspunkt i teorien om den knækkede afsætningskurve ind på konkurrence-teoriens flerperiode-analyse. Når den betragtede virksomhed ændrer en af sine parameter-værdier, tænkes det at vare en vis tid, før konkurrenterne reagerer, og drejer det sig f. eks. om en prisnedsættelse, vil den iflg. forf. betale sig, hvis

$$(2) -e_{p_1} \cdot T_x - e_{p_2} \cdot T_{n-x} \geq \frac{p}{p-v} \cdot T_n$$

I denne formel betyder  $T_n$  tiden indtil interessehorisonten,  $T_x$  længden af det tidsrum, der forløber, indtil konkurrenterne også nedsætter deres priser,  $e_{p_1}$  afsætningskurvens priselasticitet, som den er, når den betragtede virksomhed er ene om at ændre prisen, og  $e_{p_2}$  elasticiteten, når også konkurrenternes priser forandres i samme takt.

Formel (2) fremhæver på meget instruktiv måde den rolle, konkurrenternes reaktionshastighed kan spille, og den betydning det har at vælge parameterændringer, der kun forholdsvis langsomt kan efterlignes, f. eks. kvalitetsforbedringer i stedet for prisnedsættelser. Betingelserne for, at sagerne kan opstilles så simpelt som i ovenstående formel, er dog ret strenge. Det er forf. naturligvis selv klar over, og han omtaler bl. a., at  $e_{p_2}$  i virkeligheden er en funktion af  $T_x$ , fordi man lettere bevarer de erobrede kunder, jo længere man har

haft dem. Flere ting kunne nævnes. Bl. a. behøver konkurrenterne ikke nødvendigvis, som forf. forudsætter, ved  $t_x$  at foretage en tilsvarende prisændring som den, den betragtede virksomhed har foretaget ved  $t_0$ . De kan svare igen med en større prisnedsættelse, og der kan derved opstå en konkurrenceproces med gensidig skiftevis underbyden, som bl. a. kan føre prisen temmelig langt bort fra den, der danner udgangspunktet for forf.s elasticitetsberegninger. Noget lignende gælder de andre parametre. Endvidere må det erindres, at formel (2) forudsætter konstante variable enhedsomkostninger.

Hermed vender vi tilbage til spørgsmålet om den ændrede formulering af optimalbetingelserne, specielt sætningen: grænseindtægt lig grænseomkostninger. Når forf. anser det for bedst at anvende de nye formuleringer, er det dels fordi disse efter hans opfattelse i højere grad bygger på almindeligt kendte praktiske forretningsbegreber, dels fordi de i selve formierne henleder opmærksomheden på strategisk vigtige størrelser: prisen, reklamebeløbet, bruttoavance, elasticiteterne etc.

Hvad angår det sidstnævnte, er det jo ikke noget nyt, at grænseindtægtens størrelse beror på prisen og priselasticiteten, eller at optimalpunktets beliggende afhænger af hele afsætningskurvens (og grænseomkostningskurvens) forløb. Men i visse forbindelser kan det sikkert være nyttigt at stille sagerne op, som forf. vil gøre det. Fordelene herved afhænger dog i væsentlig grad af, hvorvidt man mener at kunne anse de variable enhedsomkostninger for at være konstante. I hvert fald viser forf.s fremstilling, at man ved de nye formuleringer fristes stærkt til at gøre denne forudsætning, og heri kan der ligge en vis fare, som man er bedre garderet mod ved den mere velkendte opstilling af optimalbetingelserne.

På et enkelt, men ret centralt punkt må der sættes et spørgsmålstejn ved forf.s terminologi. Han bruger som nævnt betegnelsen bruttoavance om forskellen mellem prisen og de variable produktionsenhedsomkostninger. I praksis anvendes

udtrykket bruttoavance imidlertid om meget forskellige størrelser, skiftende fra virksomhed til virksomhed, og i regnskabs-litteraturen her på bjerget, f.eks. Palle Hansen: Håndbog i regnskabsvæsen, betyder bruttoavancen forskellen mellem prisen (omsætningen) og samtlige fabrikationsomkostninger, incl. afskrivninger. (Bruttoavance lig nettoavance plus salgs- og administrationsomkostninger). Forf.s terminologi synes derfor at indebære en fare for mange misforståelser, både hos de analyserende økonomer og hos de forretningsfolk, hvis almindelige dagligdags begreber forf. vil tilpasse formlerne til.

Et er imidlertid terminologien, et andet tanken om så vidt muligt at bygge på størrelser, der er almindeligt kendte og forholdsvis let kan beregnes af virksomhederne. Her må det erindres, at det, man får fra virksomhedernes kalkulationer, er gennemsnitsstørrelser, og de kan kun træde i stedet for marginalstørrelser, hvis gennemsnittet er konstant ved forekommende variationer i produktion eller lignende. Ellers må der foretages korrektioner som f.eks. parenteser i formel (1), og så er man jo egentlig lige vidt. Iøvrigt er det forskellen mellem prisen og de direkte omkostninger, man sædvanligvis finder opgjort i kalkulationerne, og de direkte omkostninger er ikke ganske identiske med de variable.

Fra pædagogisk synspunkt er der næppe nogen fordel ved formel (1), medmindre man forudsætter, at parenteser er lig 1. Og gør man det, forøges rækken af de forbehold og modifikationer, der hurtigt glemmes, medens formlerne sidder fast. Går man over til en flerperiode-analyse som i formel (2), synes håbet om at kunne bygge på almindeligt kendte forretningsbegreber at være endnu ringere. Efter de retningslinjer, der foreløbig kan skimtes på dette område, vil formlerne komme til at indeholde en skok af elasticiteter, krydselasticiteter, diskonteringsfaktorer, sandsynligheder og forskelligt andet.

Den nye formulering af optimalbetingelserne har sikkert sine fordele på særlige områder. Den kan, som forf. har gjort det

i formel (2), benyttes til at demonstrere bestemte sammenhænge under forenkledte forudsætninger. Og hvor forudsætningerne er opfyldt, giver de nye formler meget simple relationer, som det er nyttigt at kende. Men til mere dagligt og generelt brug bør de hidtidige formuleringer vist bevares. —

Arne Rasmussen har gjort os den tjeneste at sætte et par vigtige emner på dagsordenen. Hane egne bidrag til debatten har ført problemernes opstilling og behandling et skridt videre frem, og selv om hans teorier og resultater ikke har fået lov til at stå uimodsagt, er der kommet en nyttig diskussion ud af det. Der har allerede været en hel lille række af indlæg i »Det danske Marked«.

*H. Winding Pedersen*<sup>1</sup>

1. Professor ved Københavns Universitet.

*Torsten Gårdlund Knut Wicksell*. Bonniers, Stockholm 1956. 412 sider. Pris: 34 s. kr., indb. 39 s. kr.

»Att göra skandal som jag anser vara min egentliga uppgift i livet, börjar jag nu bli för gammal till«, skrev Wicksell i et brev, da han i 1916 — 65 år gammel — blev pensioneret. Bedømt ud fra denne målsætning tør man vel påstå, at Wicksell i sjælden grad nåede at udfylde sit livs opgave. I professor Gårdlunds biografi kan detallerne herom findes. Bogen giver en fortløbende beskrivelse af Wicksell's liv og herunder ikke mindst af hans gerning som politisk samfundsreformatør. Derimod gives der ikke meget om Wicksell's indsats i den økonomiske teori. Herom foreligger der imidlertid andre arbejder<sup>1</sup>, således at denne bog har kunnet samle opmærksomheden om personen og de dele af Wicksell's forfatter-

1. Se f. ex. Erik Lindahl: »Till hundraårsminnet av Knut Wicksells födelse«, *Ekonomisk Tidsskrift*, Nr. 4, 1951, pp. 197—243 (hvori også en række biografiske oplysninger er givet) og Ragnar Frisch's store bidrag om Wicksell i Henry William Spiegel (ed.), *The Development of Economic Thought*, New York 1952, pp. 653—699.