

portional fordeling meget overlegen, idet den ensidige hale (skævhed) får indflydelse på effekten af de to stratifikationsmetoder. Dette forhold må få stor betydning for den økonomiske statistik, hvor man jo ofte har skæve fordelinger; men man må se i øjnene, at dette kan besværliggøre forarbejderne ved samplingens tilrettelæggelse.

I forbindelse med disse betragtninger kunne det have været interessant at have fået betydningen af indførelse af en kostfunktion behandlet. Ønskes en minimalisering af variansen, må omkostningernes indflydelse på *fordelingen* (allokeringen), der ikke længere bliver optimal, øve indflydelse på den ønskelige stratifikation.

Lykke Jensen har en indgående behandling af to-trins udvælgelsen. Han betoner, det kendte, at hvert trin i stikprøveudtagningen yder sit bidrag til variansen. Han omtaler (s. 446), at det ved indsamling af statistiske oplysninger kan være praktisk, at udvalgsbrøken på andet trin er konstant, og at man da kan foretage en systematisk udvælgelse af sekundærenhederne. Ved de danske arbejdsstyrkeundersøgelser valgte man ikke denne fremgangsmåde. Antallet af sekundærenheder bestemtes under hensyn til, hvad man mente, interviewerne kunne overkomme, hvorved udvalgsbrøken blev forskellig fra stratum til stratum. Det synes, at denne fremgangsmåde fra et økonomisk synspunkt var relevant.

I de afsluttende bemærkninger diskuterer Lykke Jensen spørgsmålet om bibeholdelse af enhederne, når man foretager sammenligninger mellem forskellige tidspunkter.

Ønsker man således at sige noget om forskydninger fra et tidspunkt til et andet, opnås størst nøjagtighed, når man bibeholder enhederne, idet variansen

$$V(y) = \sigma_1^2 + \sigma_2^2 + 2\rho\sigma$$

hvor  $\rho$  almindeligvis er positiv. Ønsker man derimod størst mulig præcision på et gennemsnit over to (eller flere) tidspunkter, kommer variansen på en sum på tale:

$$V(y) = \sigma_1^2 + \sigma_2^2 + 2\rho\sigma_1\sigma_2$$

Da  $\rho$  almindeligvis er positiv, hvis man anvender de samme enheder, bør man sørge for, at skønnene på de to tidspunkter er stokastisk uafhængige, hvorved  $\rho = 0$ . Dette opnås ved at udvælge en tilfældig stikprøve på hvert undersøgelsestidspunkt.

Ved de danske arbejdsstyrkeundersøgelser, hvor man var interesseret i forskydningerne, valgte man den første fremgangsmåde; men da man ikke stadig kunne ulejligede de samme lejlighedsindehavere, var man opmærksom på, at man (desværre) blev nødt til en succesiv udskiftning af enheder.

Selv med de vanskeligheder in mente, som gælder for små lande med hensyn til stikprøveundersøgelser, skal der ikke megen spådomskunst til for at sige, at stikprøverne på mangfoldige områder er fremtidens statistiske redskab. Det er da af meget stor betydning, at der nu foreligger et dansk værk, som på alle områder indenfor de givne rammer opfylder de krav, man som »konsument« kan stille til det. Værket er et betydeligt arbejde.

*Kjeld Bjerke\**

\* Kontorchef i Det statistiske Departement. Lektor på Handelshøjskolen.

**Karen Gredal: Moderne forbrugeres motiver og adfærd.** Einar Harcks forlag, København 1959, 144 s., Pris kr. 18,00

Karen Gredal, der underviser på Handelshøjskolen i København, er blevet opfordret til at udbygge konsumentteorien, og det foreliggende værk er svaret på denne opfordring. Dispositionen i bogen er i så henseende også ganske klar, idet forfatteren — en for en — behandler en række faktorer, der har betydning for konsumenternes adfærd.

Forfatteren tager udgangspunkt i grænse-nyttelæren og valghandlingsteorien, idet hun i kapitel II gennemgår disse to teorier. Kapitlet slutter derefter med at hævde det ofte fremførte synspunkt, at begge teorier er temmeligt virkelighedsfjerne.

portional fordeling meget overlegen, idet den ensidige hale (skævhed) får indflydelse på effekten af de to stratifikationsmetoder. Dette forhold må få stor betydning for den økonomiske statistik, hvor man jo ofte har skæve fordelinger; men man må se i øjnene, at dette kan besværliggøre forarbejderne ved samplingens tilrettelæggelse.

I forbindelse med disse betragtninger kunne det have været interessant at have fået betydningen af indførelse af en kostfunktion behandlet. Ønskes en minimalisering af variansen, må omkostningernes indflydelse på *fordelingen* (allokeringen), der ikke længere bliver optimal, øve indflydelse på den ønskelige stratifikation.

Lykke Jensen har en indgående behandling af to-trins udvælgelsen. Han betoner, det kendte, at hvert trin i stikprøveudtagningen yder sit bidrag til variansen. Han omtaler (s. 446), at det ved indsamling af statistiske oplysninger kan være praktisk, at udvalgsbrøken på andet trin er konstant, og at man da kan foretage en systematisk udvælgelse af sekundærenhederne. Ved de danske arbejdsstyrkeundersøgelser valgte man ikke denne fremgangsmåde. Antallet af sekundærenheder bestemtes under hensyn til, hvad man mente, interviewerne kunne overkomme, hvorved udvalgsbrøken blev forskellig fra stratum til stratum. Det synes, at denne fremgangsmåde fra et økonomisk synspunkt var relevant.

I de afsluttende bemærkninger diskuterer Lykke Jensen spørgsmålet om bibeholdelse af enhederne, når man foretager sammenligninger mellem forskellige tidspunkter.

Ønsker man således at sige noget om forskydninger fra et tidspunkt til et andet, opnås størst nøjagtighed, når man bibeholder enhederne, idet variansen

$$V(y) = \sigma_1^2 + \sigma_2^2 + 2\rho\sigma$$

hvor  $\rho$  almindeligvis er positiv. Ønsker man derimod størst mulig præcision på et gennemsnit over to (eller flere) tidspunkter, kommer variansen på en sum på tale:

$$V(y) = \sigma_1^2 + \sigma_2^2 + 2\rho\sigma_1\sigma_2$$

Da  $\rho$  almindeligvis er positiv, hvis man anvender de samme enheder, bør man sørge for, at skønnene på de to tidspunkter er stokastisk uafhængige, hvorved  $\rho = 0$ . Dette opnås ved at udvælge en tilfældig stikprøve på hvert undersøgelsestidspunkt.

Ved de danske arbejdsstyrkeundersøgelser, hvor man var interesseret i forskydningerne, valgte man den første fremgangsmåde; men da man ikke stadig kunne ulejlig de samme lejlighedsindehavere, var man opmærksom på, at man (desværre) blev nødt til en succesiv udskiftning af enheder.

Selv med de vanskeligheder in mente, som gælder for små lande med hensyn til stikprøveundersøgelser, skal der ikke megen spådomskunst til for at sige, at stikprøverne på mangfoldige områder er fremtidens statistiske redskab. Det er da af meget stor betydning, at der nu foreligger et dansk værk, som på alle områder indenfor de givne rammer opfylder de krav, man som »konsument« kan stille til det. Værket er et betydeligt arbejde.

*Kjeld Bjerke\**

\* Kontorchef i Det statistiske Departement. Lektor på Handelshøjskolen.

**Karen Gredal: Moderne forbrugeres motiver og adfærd.** Einar Harcks forlag, København 1959, 144 s., Pris kr. 18,00

Karen Gredal, der underviser på Handelshøjskolen i København, er blevet opfordret til at udbygge konsumentteorien, og det foreliggende værk er svaret på denne opfordring. Dispositionen i bogen er i så henseende også ganske klar, idet forfatteren — en for en — behandler en række faktorer, der har betydning for konsumenternes adfærd.

Forfatteren tager udgangspunkt i grænse-nyttelæren og valghandlingsteorien, idet hun i kapitel II gennemgår disse to teorier. Kapitlet slutter derefter med at hævde det ofte fremførte synspunkt, at begge teorier er temmeligt virkelighedsfjerne.

Dernæst skriver fru Gredal, at det er vanskeligt — for ikke at sige umuligt — for økonomer at arbejde med behovene som baggrund for forbruget. Dette synspunkt, som må bifaldes, fører frem til ordet forbrugsmønster.

Efter således at have slået fast, at der er behov for en ny konsumentteori, behandler forfatteren i kapitel III de principielle udgangspunkter for en sådan. Således defineres konsumentenheten som „en person eller en organiseret gruppe af personer, som opfylder de fysiologiske betingelser for at have behov for en given vare, og som råder over de tekniske forudsætninger for at kunne anvende den“. (Det virker ejendommeligt, at fru Gredal på s. 21 mener, at ordet behov er meget uhensigtsmæssigt at arbejde med for en økonom, når hun på s. 22 anvender det i definitionen af konsumentenheten).

Hvordan man i det konkrete tilfælde vil anvende den opstillede definition, må afgøres ud fra den pågældende vares karakter, og udviklingen kan evt. kræve en ændring af definitionen.

I denne forbindelse vises det også, at det er meget vigtigt, at den anvendte konkrete definition er hensigtsmæssig.

Forbrugernes (konsumentenhedernes) adfærd er på den ene side bestemt af deres ønsker og på den anden side af deres muligheder for at få disse ønsker opfyldt. Kapitel IV omhandler de begrænsninger, der gør sig gældende m. h. t. ønskernes opfyldelse, idet udgangspunktet er indtægten, der kan fremkomme enten som penge- eller som naturalieindkomst. Lige så vel som en øget indtægt kan hjælpe til at få større ønsker opfyldt, ligesådan kan en større arbejdsindsats, der ikke honoreres med egentlig indkomst, medføre, at flere ønsker bliver opfyldt. Som illustration kan det nævnes, at husmoderen kan ofre tid på at finde den forretning, hvor en eller flere varer er billigst, og til gengæld kan hun få råd til en eller anden ting, der ellers ikke var penge til.

Kapitel V har overskriften „Forbrugsmønsteret“ og her redegøres for, hvorledes be-

hov opstår, hvilke faktorer, der påvirker dem og hvilke virkninger, de får på forbruget.

Kapitlet slutter med en omtale af *brand image*, som fru Gredal har en udmærket definition på: „De forestillinger, følelser og fornemmelser, der hos forbrugerne knytter sig til et bestemt produkt“. Overgangen til kapitel VI, der omhandler kvalitetsbegrebet, funktionelt og smagsmæssigt, er derved ganske naturlig.

Kapitel VII med overskriften „Sociale motiver til vareanskaffelsen“ er absolut læseværdigt, men det er kun på tyve sider. Her behandles tre ikke-funktionelle forholdes betydning for udseendet af efterspørgselskurven: *Bandwaggon effect*, *Snob effect* og *Veblen effect*.

Man taler om *bandwaggon effect*, når den enkelte konsuments efterspørgsel stiger alene som følge af, at andre mennesker køber den pågældende vare. Forholdet er illustreret grafisk i fig. 1, (der svarer til bogens fig. 15).

Kurverne mærket D er afsætningskurver dannet ved summation af de enkelte konsumenters efterspørgselskurver. Det forudsættes, at konsumenterne tror, at den samme givne mængde af varen vil blive solgt til alle priser på samme kurve. Denne givne mængde er konstant inden for f. eks.  $D_1$  eller  $D_2$ , men vokser ved overgang fra  $D_1$  til  $D_2$ , mængden er større, jo længere til højre kurven ligger. På hver D-kurve vil der blive et punkt, der bliver aktuelt i den forstand, at der vil findes en pris, hvor den forudsatte mængde bliver solgt.

Ved forskellige tænkte grader af *bandwaggon effect* får vi forskellige D-kurver og forskellige „aktuelle“ punkter, der forbindes til kurven E.

I forbindelse med modesvingninger inden for f. eks. damebeklædning, vil man ofte se, at den pågældende vare introduceres på markedet til en høj pris, og efterhånden som moden trænger igennem, falder prisen. Ved hjælp af disse kurver kan vi se, i hvor høj grad det faktum, at moden trænger igennem, skyldes prisnedsættelser, og i hvor høj grad det skyldes *bandwaggon effect*.

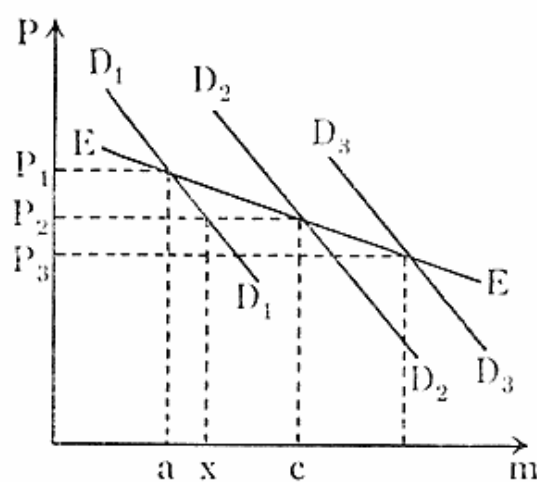


Fig. 1

På fig. 1 ser vi således, at ved en prisnedsættelse fra  $p_1$  til  $p_2$ , sker der mængdeforøgelse på  $ac$ , hvoraf  $ax$  skyldes prisnedsættelsen i sig selv, mens  $xc$  skyldes bandwagon effect.

Af fig. 1 vil det ses, at elasticiteten bliver mindre for hver D-kurve til højre. Man kunne også tænke sig, at elasticiteten aftog endnu stærkere, som det er vist i fig. 2. Hvis vi kalder hældninger på  $D_n$  for  $h_n$  o. s. fr., må vi kunne opstille den regel, at  $|h_n| < |h_{n+1}|$ . Reglen gælder naturligvis kun, så længe vi betragter bandwagon effect isoleret; billedet forandres, når vi tillige tager snob effect og andre forhold i betragtning.

Virkningen på E af, at D-kurverne i stedet for det i fig. 1 viste forløb har et udseende som det i fig. 2 viste er umuligt at forudsige.

Den afhænger af, hvor langt der er imellem de enkelte D-kurver samt „hvor hurtigt“ disse hældninger går mod  $\infty$ . Bandwagon effecten kan, såvidt anmelderen kan se, aldrig forårsage positive hældninger. Hvilke punkter, der bliver „aktuelle“ i den tidligere omtalte forstand, afhænger også af produktionsomkostningerne og prispolitikken.

Iøvrigt vil det bemærkes, at Duesenberrys „Demonstration effect“ næsten er sammenfaldende med Leibensterns „Bandwagon effect“. Forskellen er den, at Leibensterns (og Karen Gredals) betragtninger er stati-

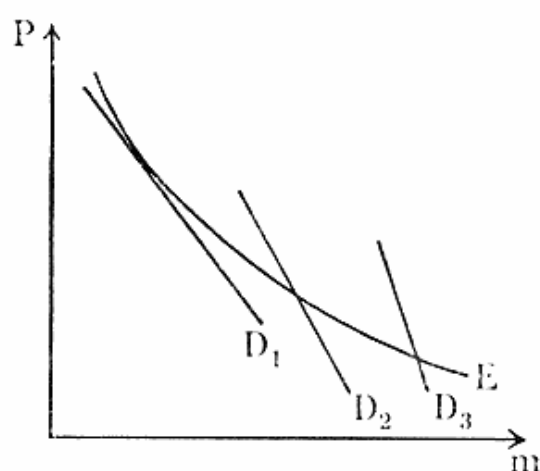


Fig. 2

ske, mens Duesenberry arbejder med en dynamisk model.

*Snob effect* er udtryk for det modsatte: Den enkelte konsuments efterspørgsel er omvendt proportional med markedets efterspørgsel. Forholdet er illustreret i fig. 3, der svarer til bogens fig. 17. Anmelderen mener her at kunne fremsætte betragtninger analogt med de i forbindelse med fig. 2 opstillede.

Virkningen på efterspørgslen af conspicuous consumption kaldes af Leibenstern i en artikel i *Quarterly Journal Economics* 1950 for Veblen effect. Årsagen hertil er den, at Torstein Veblen har behandlet begrebet conspicuous consumption i „The Theory of the Leisure Class“. Veblen effekten er også et udslag af snobberi, men i dette tilfælde er snobberiet knyttet til prisen og ikke til den afsatte mængde. Virkningen af denne form for snobberi er behandlet i adskillige national-økonomiske lærebøger, og man kan som bekendt ved varer, hvor dette forhold er særlig udpræget, få efterspørgselskurver, der på et kortere eller længere stykke har en *positiv* elasticitet.

I kapitel VIII omtaler forfatteren endnu et forhold, der må tages i betragtning ved opstilling af en model, der skal belyse spørgsmålet om moderne forbrugeres motiver og adfærd. I dette kapitel definerer fru Gredal en disponent, som den person eller den gruppe af personer, der foretager den

pågældende disposition i forbindelse med vareanskaffelsen. Derefter nævnes det, at disponibiliteten er forskellig for de forskellige varer; husmoderen bestemmer hvilket vaskepulver, der skal købes, mens hele familien er med til at bestemme indkøbet af fjernsynsapparat.

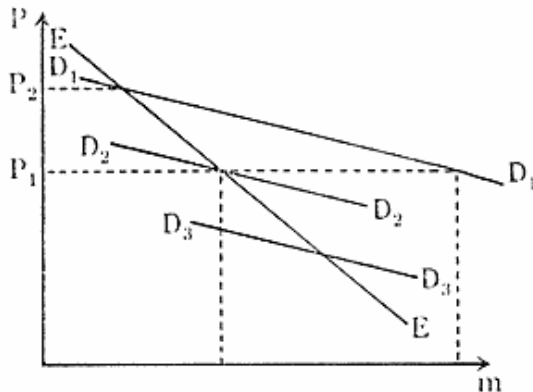


Fig. 3

I sine første 8 kapitler — bortset fra kapitel VII — rummer bogen i det væsentlige en systematisering af nogle ret selvfølgelig betragtninger. Dette har absolut sin værdi. Herefter venter læseren naturligt i det afsluttende kapitel IX Karen Gredals egne betragtninger til og konklusioner af det tidligere skrevne. Men de savnes, idet konklusionerne kun findes i det afsnit, hvori Lincoln H. Clark: "Consumer Behavior, Volume 1: The Dynamics Consumer Reaction" refereres.

*Sigurd Bennike\**.

\* Marketing konsulent.

*Subimal Mookerjee: »Factor Endowments and International Trade. A Statement and Appraisal of the Heckscher-Ohlin Theory«, Asia Publishing House for the Indian School of International Studies, Bombay 1958, VIII + 99 s. Pris 22 sh.*

Dr. Mookerjee, der er leder af den økonomiske afdeling ved the Indian School of International Studies i New Delhi, søger i denne lille bog at sammenfatte de senere års diskussion af Heckscher-Ohlin teoremet.

Indledningsvis præsenteres Heckschers og Ohlins tese, ifølge hvilken den internationale handel kommer i stand, fordi produktionsfaktorerne findes i forskelligt forhold i forskellige lande. Hvert land eksporterer da varer, hvis fremstilling kræver en relativt stor indsats af landets forholdsvis rigelige faktor, og importerer varer, hvis produktion i særlig grad kræver indsats af landets relativt knappe faktor. Dette fører til, at de relative faktorpriser bliver de samme overalt. Heckschers og Ohlins teori for den internationale handel er således dyberegående end den ricardianske real-cost teori og den såkaldte opportunity-cost teori. Disse to teorier forklarer udenrigshandelen som resultat af forskellige relative priser, men Heckscher-Ohlin teorien trænger længere ned og forklarer de forskellige relative priser som resultat af forskellig faktorudrustning.

Bogens kapitel 2 præciserer de forudsætninger, hvorpå Heckscher-Ohlin teoremet er baseret. Specielt fremhæves det, at man entydigt skal kunne fastslå de enkelte varers faktorintensitet, hvilket ikke alene kræver kendskab til isokvanternes beliggenhed, men i visse tilfælde også til det forhold, hvori produktionsfaktorerne forekommer i hvert enkelt land.

I kapitel 3 søger forfatteren frem til en verifikation af Heckscher-Ohlin teoremet. Ikke ved empirisk analyse, men ved geometrisk eksersits med konventionelle våben som Edgeworths kassediagram, konkave transformationskurver og simple indifferenskurver, der betegnes samfundsindifferenskurver, skønt de intet har med Scitovsky's geniale konstruktion af gøre. I dette og det næste kapitel varieres snart den ene, snart den anden forudsætning, og det vises hvornår teoremet gælder, og hvornår det ikke gør det. Specielt vises det, at der opstår vanskeligheder, hvis faktorudrustningen er således, at samme vare bliver arbejdsintensiv i et land og kapitalintensiv i et andet, men ved en velvillig fortolkning af teoremet overvindes disse.

Gennem bogens analyse får læseren afklaret sine begreber, men hans vej er lang