

Med disse bemærkninger er det ikke meningen at fornægte, at der er en forbindelse mellem konjunkturbevægelsen og annonceringens mængde. Den overmåde taktfasthed, hvormed udsvingene i de to gengivne kurver foregår, er for så vidt et bevis for en sådan afhængighed, men at den skulle have en så klar og enkel forbindelse, som understreget i det andet citat, kræves der en mere udtømmende analyse for at konstatere. Når dette spørgsmål er draget frem til indgående behandling her, så skyldes det ønsket om, at en sådan analyse må blive foretaget, da resultatet har krav på særlig interesse. Ja, så må også tilføjes, at det forekommer anmelderen at være en noget kategorisk udtryksmåde, der er anvendt i prognosen. Det er lidet påkrævet at anvende så autoritativ udtryksmåde, når det dog drejer sig om en formodet fremtidig udvikling, særlig når påstanden er så svagt underbygget, som tilfældet er her.

Denne indgående behandling af et enkelt punkt af afhandlingen, må ikke opfattes som nogen deklassering af selve det indsamlede talmateriale, men snarere som en anmodning om en mere dybtgående analyse af de indsamlede tal.

En anden indvending, der er grund til at fremdrage, er mere knyttet til formen end til analysen. Værkets anden hovedtabel (side 61) sammenligner tallene for ikke kommensurable undersøgelser i Danmark, England og U.S.A. Der er væsentlig forskel i de tre undersøgelser, specielt med hensyn til oplysningerne om omkostninger til vinduesudstillinger (de omfatter 25,2 pct. af det danske budget, men er slet ikke optaget i det amerikanske). Trods denne forskel har man omregnet de tre budgetter til en fællesnævner. Det ville utvivlsomt have lettet sammenligningerne og udelukket mange læsermisforståelser, hvis man helt havde udeladt de poster, der ikke er kommensurable, og derefter foretaget en ny procentberegning for de poster, der virkelig kan sammenlignes. Analysen var dermed blevet rigtigere og lettere forståelig. Til delvis undskyldning tjener, at der i teksten er nævnt et forbehold, men det er godt skjult og kommer først, efter at de ulige procenter er anvendt til kommentering af annonceringsudgifterne. Kun den årvågne og meget opmærksomme læser vil få fat i dette forbeholds virkelige betydning.

Disse mangler til trods kan man ikke undgå at beundre det meget store arbejde, der er ydet i den foreliggende undersøgelse. Den mere vidtskuende reklamefagmand har fået mange værdifulde oplysninger, der har været stærkt savnet.

*Helge Andersen.*

### **Nogle nyere amerikanske publikationer om salgsomkostningskontrol.**

Det er tit blevet sagt, at salgsomkostningerne (distributionsomkostningerne, forhandlingsomkostningerne) har været forholdsvis alt for lidt påagtet fra driftsøkonomernes, ikke mindst regnskabsfolks side. Skønt distributionsomkostningerne udgør gennemsnitlig rundt regnet halvdelen af den pris, konsumenterne betaler for varerne i detailhandelen, andrager den plads, der i faglitteraturen er ofret denne gruppe omkostninger kun

en ringe brøkdel af, hvad der er skrevet om produktionsomkostningerne, især industriens produktionsomkostninger. Hvad nu end årsagen kan være — de tilsyneladende større vanskeligheder, salgsomkostningerne byder på, det, at de gennemgående har relation til mindre bedrifter end fabriktionsomkostningerne, manglende forståelse af salgsomkostningernes betydning etc. — så er der grund til endnu en gang at pege på det utvivlsomme misforhold, der foreligger. Ikke mindst herhjemme har vi sikkert meget at lære, for vi er bare å jour med de mest fremskredne fremmede lande. Der skal i nærværende anmeldelse gøres opmærksom på nogle nyere amerikanske bøger o. l. om distributionsomkostningernes regnskabsmæssige behandling; alle de omtalte publikationer findes på Handelshøjskolens bibliotek.

*J. Brooks Heckert: The Analysis and Control of Distribution Costs. The Ronald Press Company, N. Y. 1946. 420 sider.*

Denne bog indeholder antagelig den mest grundige og pålidelige redegørelse for emnet, som endnu foreligger i litteraturen. Det er en bog, der synes at have betingelser for at blive en klassiker på sit felt.

Det siges indledningsvis: »The basic purpose of distribution cost analysis is to supply marketing executives with the information needed in the planning, direction, and control of distribution effort. Questions must be answered as to what, when, where, and how to sell, and at what prices«. Bogen gennemgår udførligt formål og metoder for salgsomkostningernes opdeling efter distrikter, varearter, afsætningskanaler, kunder, ordrestørrelser og afdelinger. Videre gennemgås standardomkostningskontrol for de forskellige salgsfunktioner, ligesom budgetkontrol og bogføring af salgsomkostningerne omtales.

*Charles H. Sevin: How Manufacturers Reduce Their Distribution Costs (U. S. Department of Commerce, Office of Domestic Commerce, Economic Series no. 72), Washington 1948, 151 sider.*

Denne pjece er — ligesom de følgende — en frugt af den grødefulde publiceringsvirksomhed, der udføres af United States Department of Commerce. Den bygger, som det er reglen med Department of Commerce's skrifter, på undersøgelser foretaget i praksis, og størstedelen af hvert afsnit er en gengivelse af oplysende praktiske eksempler (»cases«), af hvilke principielle konklusioner uddrages. Pjecen gennemgår omkostningsanalyse efter kunder, distributionskanaler, ordrer, salgsdistrikter m. v. og går til lige ind på undersøgelse af omkostningerne ved den fysiske behandling af ordrerne (lagring, ekspedition, udbringning m. v.), idet den stedse søger at anvise veje til indkredsning af de relativt urentable dele af omsætningen og påvise grundene til, at de er urentable, således at man kan overveje foranstaltninger til at gøre dem rentable.