

Boganmeldelser

Anmeldere i dette nummer: Rådgivende økonom, cand. polit. *Helge Andersen*; kontorchef, lektor ved Handelshøjskolen, cand. polit. *Kjeld Bjerke*; lektor ved Handelshøjskolen, cand. polit. *Bjarke Fog*; assistent ved Forsikringsinstituttet ved Handelshøjskolen, cand. polit. *Knud Hansen*; assistent ved Regnskabslaboratoriet ved Handelshøjskolen *Flemming J. Jensen*, H. A. & H. D.; cand. polit. *Martin Korst*; dommerfuldmægtig *Ole Lando*; lektor ved Handelshøjskolen *Jens J. Lund*, H. A. & H. D.; driftsøkonom, cand. oecon. *T. W. Rasmussen*; sekretær, cand. merc. *A. Villemoes*.

Productivity in the Distributive Trade in Europe. Wholesale and Retail Aspects. Published by the Organisation for European Economic Co-operation. Paris. 1954. (Kommission for Danmark: Ejnar Munksgaards Forlag). 120 sider. Sh. 6/-.

Formålet med rapporten, der i sin endelige form er udarbejdet af James B. Jefferys, Simon Hausberger og Göran Lindblad, har været at give en oversigt over medlemslandenes aktuelle distributionsproblemer og specielt de sider heraf, der skønnes at rumme mulighed for en forøgelse af produktiviteten.

Rapporten skal i første række tjene som vejledning for O.E.E.C. i dens videre arbejde med disse problemer, og offentliggørelsen, der tilsigter at stimulere den offentlige diskussion, må ses som et led heri.

I de første efterkrigsår, da efterspørgselen efter varer oversteg produktionen, samlede interessen sig naturligt om industriens produktivitet; men ligeså naturligt er interessen i de senere år udstrakt til distributionen, der skønsmæssigt tegner sig for 35 til 50 pct. af konsumvarernes detailpris.

Bestræbelserne på at øge produktiviteten sætter sig på de to områder det samme mål, nemlig en bedring af forholdet mellem ydelse — output — og indsats — input. Måling af disse størrelser frembyder i begge tilfælde betydelig vanskelighed. I en tidligere publikation tilslutter O.E.E.C. sig den ved industrimålinger almindeligt anvendte fremgangsmåde: at indsnævre definitionen til forholdet mellem output og en input-faktor uden hensyn til, at det, der derved vindes i retning af at forenkle opgaven, næppe opvejer den begrænsning i målingernes værdi, som følger hermed.

I spørgsmålet om distributionsmålinger synes O.E.E.C. at være gået til den anden yderlighed: at inddrage ikke alene samtlige output- og input-faktorer i vid forstand, men også virkninger af forskydninger i disse størrelser på andre aktiviteter i samfundet. »Productivity in distribution is seen to concern producers and manufacturers, transport undertakings, wholesalers, importers, agents and other intermediaries, retailers of all types and finally the consumers themselves« (p. 15). Rigtigheden heraf lader sig vel ikke bestride, ej heller at der med problemstillingen følger uoverkommelige komplikationer for sammenfattende kvantitative målinger. Et par citater, der refererer sig til detailhandelens output, underbygger dette: »the service provided to the consumer in the form of a selection from six pairs of shoes of the same size but different styles cannot be considered equal to the service of a choice from a selection of twelve pairs of shoes«.

Boganmeldelser

Anmeldere i dette nummer: Rådgivende økonom, cand. polit. *Helge Andersen*; kontorchef, lektor ved Handelshøjskolen, cand. polit. *Kjeld Bjerke*; lektor ved Handelshøjskolen, cand. polit. *Bjarke Fog*; assistent ved Forsikringsinstituttet ved Handelshøjskolen, cand. polit. *Knud Hansen*; assistent ved Regnskabslaboratoriet ved Handelshøjskolen *Flemming J. Jensen*, H. A. & H. D.; cand. polit. *Martin Korst*; dommerfuldmægtig *Ole Lando*; lektor ved Handelshøjskolen *Jens J. Lund*, H. A. & H. D.; driftsøkonom, cand. oecon. *T. W. Rasmussen*; sekretær, cand. merc. *A. Villemoes*.

Productivity in the Distributive Trade in Europe. Wholesale and Retail Aspects. Published by the Organisation for European Economic Co-operation. Paris. 1954. (Kommission for Danmark: Ejnar Munksgaards Forlag). 120 sider. Sh. 6/-.

Formålet med rapporten, der i sin endelige form er udarbejdet af James B. Jefferys, Simon Hausberger og Göran Lindblad, har været at give en oversigt over medlemslandenes aktuelle distributionsproblemer og specielt de sider heraf, der skønnes at rumme mulighed for en forøgelse af produktiviteten.

Rapporten skal i første række tjene som vejledning for O.E.E.C. i dens videre arbejde med disse problemer, og offentliggørelsen, der tilsigter at stimulere den offentlige diskussion, må ses som et led heri.

I de første efterkrigsår, da efterspørgselen efter varer oversteg produktionen, samlede interessen sig naturligt om industriens produktivitet; men ligeså naturligt er interessen i de senere år udstrakt til distributionen, der skønsmæssigt tegner sig for 35 til 50 pct. af konsumvarernes detailpris.

Bestræbelserne på at øge produktiviteten sætter sig på de to områder det samme mål, nemlig en bedring af forholdet mellem ydelse — output — og indsats — input. Måling af disse størrelser frembyder i begge tilfælde betydelig vanskelighed. I en tidligere publikation tilslutter O.E.E.C. sig den ved industrimålinger almindeligt anvendte fremgangsmåde: at indsnævre definitionen til forholdet mellem output og en input-faktor uden hensyn til, at det, der derved vindes i retning af at forenkle opgaven, næppe opvejer den begrænsning i målingernes værdi, som følger hermed.

I spørgsmålet om distributionsmålinger synes O.E.E.C. at være gået til den anden yderlighed: at inddrage ikke alene samtlige output- og input-faktorer i vid forstand, men også virkninger af forskydninger i disse størrelser på andre aktiviteter i samfundet. »Productivity in distribution is seen to concern producers and manufacturers, transport undertakings, wholesalers, importers, agents and other intermediaries, retailers of all types and finally the consumers themselves« (p. 15). Rigtigheden heraf lader sig vel ikke bestride, ej heller at der med problemstillingen følger uoverkommelige komplikationer for sammenfattende kvantitative målinger. Et par citater, der refererer sig til detailhandelens output, underbygger dette: »the service provided to the consumer in the form of a selection from six pairs of shoes of the same size but different styles cannot be considered equal to the service of a choice from a selection of twelve pairs of shoes«.

...»the sale of the same goods from the same selection of goods in two different shops cannot be given an equal output measurement if the customer is served in five minutes in one unit due to layout of the shop or number of assistance etc., but has to wait twenty minutes in the second unit.« (p. 17).

Det er afskrækkende problemer, og sammen med mange andre af lignende art, der drøftes i rapportens første trediedel, indgår de utvivlsomt i forklaringen på »the fact that only a hundredth part of the time and effort has been devoted to a consistent analysis and measurement of distribution problems compared with that devoted to problems of productivity in industry« (p. 29). Spørgsmålet er imidlertid, om ikke problemer, der er tilsvarende komplicerede, i virkeligheden er til stede i industrien, og om den problemstilling, O.E.E.C. vælger som udgangspunkt for drøftelser af engros- og detailhandelen, derfor ikke er mere realitetsbetonet.

At den ikke af den grund behøver at blive ufrugtbar, beviser rapporten, der drager den konsekvens af de konstaterede vanskeligheder, at målinger af den totale produktivitet i hvert fald indtil videre må vige for »the descriptive approach«.

Dette sker i de følgende afsnit, hvor i rækkefølge fabrikanternes, grossisterne og detailhandlernes distributionsproblemer gennemgås — i flere tilfælde ledsaget af eksempler på, hvorledes »highly successful firms in the financial as well as the distributive sense« har søgt at løse dem.

Dette grundlag for udvælgelse af eksempler forekommer rigtigt, og i særdeleshed hvis det er muligt at formå firmaerne til i højere grad at stille talmateriale til rådighed, idet det vel kan forventes, at offentliggørelse af »hemmelighederne« bag sådanne enkeltforetagenders succes ville virke mere ansporende på fagfæller end mange tabelværker med gennemsnitstal. Tanken er formuleret i rapportens rekommandation 10 — der er 25 af dem.

De øvrige omhandler emner som voluntary wholesales chains, retail buying groups, home delivery, pre-packaging, self-service, consumer information and education, etc., etc.

Nogen dyberegående behandling af alle disse hver for sig omfattende spørgsmål har som nævnt ikke været tilsigtet; til gengæld er vistnok alle aktuelle distributionsproblemer medtaget, og man får et klart indtryk af, at der i tiden sker noget på området — at nye ideer, nye metoder og ny teknik vinder indpas. Men man får også et indtryk af, at kun en begyndelse er gjort, og at den videre udvikling er uafklaret. Bag hele fremstillingen ligger en understregning af, at flere oplysninger og flere undersøgelser er nødvendige for at fremme udviklingen og lede den ad de rette baner.

Selvom det vel ikke har kunnet undgås, at de traditionelle distributionsformer i nogen grad er stillet i skyggen af alt det nye, forsøger rapporten ikke en sammenligning eller vurdering. Det må blive — ikke erhvervsorganisationernes og ikke regeringernes — men forbrugernes sag, og det ønske fremføres, at valget mellem gammelt og nyt kommer til at ske med fuld viden ikke alene om varepriser og kvaliteter, men også om serviceforanstaltninger og prisen, der må betales herfor; thi »in the long run a well-informed shopping public which is given a choice of different services and qualities of goods at different prices is one of the strongest possible pressures towards a healthy, efficient system of production and distribution.« (p. 92).

A. Villemoes.