

hvorledes en given reklameindsats bør fordeles over tid. Også dette problem diskuteres.

På basis af en seriemodel, hvor man lader antallet af konsumenter og disses karakteristika variere over tid, og hvor man kan studere betydningen af grove indikatorer som en vares afsætningsmæssige udviklingsstade og et mærkes grad af indarbejdelse, når forfatteren til bl. a. følgende konklusioner:

- a. En periodebetragtning er rimeligt realistisk, dersom det drejer sig om indarbejdede, kortvarige mærker. Den er generelt urealistisk, hvad angår langvarige mærker.
- b. Når det gælder fordelingen af en given reklameindsats over tid, er der en væsentlig forskel mellem kortvarige og langvarige mærker. Et mærket kortvarigt, vil løsningen normalt være at sprede indsatsen jævnt over planlægningsperioden. Et mærket langvarigt, bør indsatsen groft set følge varens »sæson«.

Afhandlingen er på i alt 327 sider. Heraf fylder det egentlige tekstafsnit 160 sider. Resten er tabelbilag.

Ole Heise, Håndbog i EDB-service, G. E. C. Gad, København, 1971, 309 sider.

Ole Heise har i denne bog gjort rede for sine praktiske erfaringer som edb-konsulent.

Han beskriver de konkrete spørgsmål, der knytter sig til valg af program, samarbejde med et edb-servicebureau, den første kontakt med et edb-servicebureau, valg af dette, aftale med dette, samt en række mere detaljerede problemer om selve dataindsamlingen og behandlingen, samt naturligvis det organisatoriske arbejde, der knytter sig til en edb-funktion.

Richard Rosenbloum and John R. Russell, New Tools for Urban Management, Division of Research, Graduate School of Business Administration, Harvard University, Boston, 1971, 298 sider.

Bogen bærer undertitlen Studier i systemer og organisationsanalyse. Dette står for en sammenkædning af Operationsanalyse og Systemanalyse. Forfatterne siger, at Operationsanalyse er optimering indenfor givne grænser, medens Systemanalyse også inkluderer selve dette at finde frem til såvel

mål som midler. (Dette er i hvert fald kendetegnet ved det åbne, dynamiske system).

Dette er en anden måde at tage udgangspunkt i den teknik, der er gennemprøvet her, nemlig det såkaldte PPB-system, der står for Planlægning, programmering, Budget-system.

Det afgørende her er, at man ikke går ud fra en given budgetramme, og så finder ud af, hvad man kan nå indenfor den, men at man overvejer, hvilket system det er muligt at opbygge og ser på såvel dets resultat som dets omkostninger. Der bliver altså tale om alternative systemer med alternative mål og midler.

Denne teknik har været anvendt i forbindelse med planlægningen af to bysamfund. På god Harvard-maner er studierne indgående beskrevet som cases og de tør siges at være særdeles lærerige.

Meget tyder på, at PPB-systemerne er på vej frem i offentligt regi for at blive afprøvet og raffineret.

Ronald R. Gist, Basic Retailing, Texts and Cases, Wiley, London, 1971, 554 sider.

Dette er en meget indgående lærebogsfremstilling af en amerikansk detailhandelsproblematik. Den er således ikke direkte relevant for danske forhold, men en række områder synes at være af en sådan karakter, at også denne bogs materiale kan indgå i den lokale diskussion.

Det drejer sig om det, forfatteren kalder The Nature of Retailing, og navnlig det, man kunne kalde for butiksledelse, herunder varesortimentet, konferencer, markedssegmentering, m.v. Også målinger af handelsområdet og evaluering af dette og indretning af butiksstørrelse er klart samme type problemstilling.

En række mindre relevante afsnit skal ikke omtales, men til gengæld skal det understreges, at butikkens organisationsproblemer behandles kompetent, ligesåvel som en række driftsøkonomiske analyser og regnskabsteknik for en indgående behandling.

Paul Östling, Projektering af reell tidssystem – en introduktion, Studentlitteratur, Lund, (Akademisk Forlag, København), 1971, 222 sider.

Ifølge forfatterens forord henvender denne fremstilling sig i første omgang til system for medarbejdere, projektledere og projektchefer, som ønsker