

de Commissie Meayer, van de schorsing van een verordening door de staatssecretaris van Economische Zaken, van de inhoud van het rapport 'Neutraal maar niet passief' e.d. zal veel van hetgeen naar voren is gebracht hen noodzakelijk moeten ontgaan. Zij zullen ook geen raad weten met afkortingen als SWIA, AAC, RAD e.d. die tot het beroepsjargon van registeraccountants behoren maar voor derden onbegrijpelijk zijn en niet worden toegelicht.

Dit mag overigens niet als verwijt worden aangemerkt in een rapport dat zich richt tot (het bestuur van een organisatie van) beroepsgenoten.

Beroepsgenoten zullen overigens kunnen weten dat inmiddels een begin is gemaakt met het verwelijken van de in het rapport gedane aanbevelingen. De mededeling dat in dit verband een voorlopige instituutsraad zal worden gevormd, is op de ledenvergadering in december 1981 aanvaard. Daarmee is een proces in gang gezet dat wel niet op korte termijn zal zijn beëindigd. Voorstellen voor concrete maatregelen heeft de Commissie Thomassen (wijselijk) niet gedaan. Deze zullen nog uitgedacht, besproken en gerealiseerd moeten worden. Het zijn er vele. Te denken valt - om er maar één te noemen - aan de consequenties voor het NIVRA-bureau. Daarbij zal steun van vele leden niet gemist kunnen worden. Het is met het oog daarop dat ik nogmaals aanbeveel dat beroepsgenoten van het gehele rapport Thomassen kennis nemen.

Prof. Drs. Sj. Muller

A.R. van Goor

Distributie en Logistiek

H.E. Stenfert Kroese B.V., 1980, Leiden/Antwerpen, 257 pp.

Dit boek richt zich, aldus de schrijver in zijn voorwoord, op de relaties tussen distributie als marktinstrument en fysieke distributie. De commerciële en fysieke distributievraagstukken op de verschillende niveaus in de bedrijfskolom, bezien vanuit het gezichtspunt van de fabrikant, staan centraal. De doelgroepen van het boek zijn studenten van het H.B.O. en W.O. en marketing- en distributiemangers uit het bedrijfsleven.

Het boek bestaat uit vier delen: Deel A, Marketing en Distributie, met hoofdstukken over Distributie als element van de Marketing-Mix en over Distributiebe beslissingen; Deel B, het Marktinstrument Distributie, met de hoofdstukken De keuze van een distributiekanaal en Aard en aantal distribuanten; Deel C, Fysieke Distributie, met hoofdstukken over Voorraadbeheer, Magazijnen en depots, over Transport en over Integratie en organisatie; en Deel D, Raakvlakken tussen het Marktinstrument Distributie en Fysieke Distributie, met een hoofdstuk over Raakvlakken in de praktijk.

De schrijver behandelt in Deel A een aantal grondbegrippen uit de Marketing. Hij geeft in dat deel een typologie van de distributie in samenhang met produkteigenschappen en ontwikkelt een classificatie in strategische, organisatorische en operationele distributiebe beslissingen. Het eerste hoofdstuk Distributie als element van de Marketing Mix is een bondige samenvatting van de Marketing-discipline. De structuur van het marketingproces en een aantal belangrijke elementen ervan worden systematisch behandeld.

De betekenis van distributie in de beginperiode van de marketing-discipline had hier wellicht iets meer aandacht kunnen krijgen. Het tweede hoofdstuk geeft een helder beeld van de belangrijkste facetten van distributiebe beslissingen.

Deel B van het boek bevat een aantal hoofdstukken over de keuze van distributiekanaalen en over belangrijke onderdelen van distributiekanaalen. Als evaluatiemethoden voor de kanaalkeuze worden in hoofdstuk 3 de gewogen factorscore en de hiërarchieke voorkeursordering behandeld. De betekenis van produkteigenschappen, consumptiegewoonten,

concurrentie en van de interne omgeving van de onderneming voor de keuze van het distributiekanaal wordt belicht. In hoofdstuk 4 komen verschillende vormen van distributiebeleid, zoals 'Push' versus 'Pull' en 'Intensief, selectief, exclusief', alsmede verschillende bedrijfstypen en samenwerkingsvormen in detailhandel en groothandel aan de orde, met als slot een beschouwing over macht in het distributiekanaal. In kort bestek is in dit hoofdstuk 4 een grote hoeveelheid informatie samengebracht. De beschouwing over macht in het distributiekanaal is door louter te refereren naar een artikel van Van Wissen en Van der Ster beperkt van opzet; titel en inhoud van paragraaf 4.3.2 sluiten niet volledig op elkaar aan.

In Deel C over Fysieke Distributie wordt in hoofdstuk 5 over Voorraadbeheer voor een aantal deterministische voorraadmodellen de optimale bestelgrootte, de formule van Harris en twee varianten hierop, berekend. Het voorstellen van de vraag door middel van exponentieel gewogen gemiddelden en de karakteristieken van de B- en s-bestelmethode, met name het vaststellen van veiligheidsvoorraden, worden besproken. Deze basiselementen uit het voorraadbeheer worden zorgvuldig en met ruime aandacht voor de toepassing in praktijksituaties behandeld. Een meer expliciete behandeling van varianten op 'exponentieel gewogen gemiddelden' bij trend en seizoenbewegingen in tijdreeksen ware nuttig geweest. Met de zogenaamde A.B.C.-analyse, servicegraad en keten-effecten wordt dit hoofdstuk gecompleteerd. In hoofdstuk 6 over Magazijnen en depots komen een tweetal locatiemodellen - het zwaartepuntmodel en de methode van Kuehn en Hamburger - aan de orde, alsmede een aantal criteria voor de beoordeling van het intern functioneren van een distributiecentrum. Er wordt een duidelijk beeld gegeven hoe deze problematiek kan worden benaderd en in eenvoudige situaties kan worden opgelost. Hoofdstuk 7 is systematisch opgebouwd aan de hand van de vraagstellingen: welk transportmiddel, eigen vervoer of beroepsvervoer en welke routeplanning. Het transportmodel wordt uitgewerkt en de grondslagen van het 'transshipment'-probleem worden vermeld. In hoofdstuk 8 over Integratie en organisatie worden enige 'Integrale' Fysieke distributiemodellen en de organisatie van de Logistiek behandeld. Met name een model uit het boek 'Systems Analy-

sis for Marketing Planning and Control' van S.F. Stasch wordt uitvoerig beschreven. De auteur besteedt veel aandacht aan centrale en decentrale planning van de fysieke distributie. Resultaten van een enquête onder Nederlandse bedrijven over de organisatie van de logistiek worden gerapporteerd; iets meer toelichting op de draagwijdte van de getrokken conclusies op pagina 201, 202 zou nuttig geweest zijn. De behandeling van het Planning Programming en Budgeting System en van de Profit Centre benadering als methoden voor de financiële beheersing van de goederenstroom is zeer bondig.

Deel D bestaat uit één hoofdstuk, Raakvlakken in de praktijk, dat voor een groot deel gewijd is aan een 'case study' over 'Display Containers' van de werkgroep Marketing en Fysieke Distributie van het NIMA. Deze 'case study' illustreert de samenhang tussen het beleid van fabrikant en distribuut ten aanzien van logistieke problemen; de feiten en analyse ten aanzien van deze 'case study' zijn vrij globaal.

Het boek biedt in een kort bestek veelzijdige informatie over het thema Distributie en Logistiek. Het is systematisch van opbouw en stelt gesteund door veel literatuurverwijzingen de hoofdonderwerpen uit het betreffende vakgebied aan de orde. Een aantrekkelijk punt van het boek is ook dat op diverse plaatsen naar Nederlandse praktijksituaties wordt verwezen. Men zou zich ten aanzien van een aantal onderwerpen een uitvoeriger behandeling hebben kunnen voorstellen, zoals b.v. ten aanzien van 'macht in het distributiekanaal' en de methoden voor routeplanning. Ook zou op enige plekken in het boek een uitgebreider argumentatie voor de lezer interessant geweest zijn, zoals bijvoorbeeld ten aanzien van de voorkeur van de schrijver voor decentrale planning van de logistiek (p. 196, 197), en voor exponentieel gewogen gemiddelden bij vraagvoorspelling (p.127). De doelstelling om een beknopt boek te schrijven brengt echter met zich, dat de auteur keuzes moest maken en zich bij een aantal onderwerpen tot de hoofdlijnen heeft moeten beperken.

Onze conclusie is, dat de auteur in kort bestek en met goed gevoel voor de problemen in de praktijk een nuttig en actueel boek over distributie en logistiek heeft geschreven.

Prof. Dr. Ir. M.T.G. Meulenberg