

REPERTORIUM VAN TIJDSCHRIFTLITERATUUR OP HET GEBIED VAN ACCOUNTANCY EN BEDRIJFSHUISHOUDKUNDE

Verschijnt maandelijks, behalve in augustus

*Samengesteld door de Stichting voor
Economisch Onderzoek der Universiteit
van Amsterdam, redactie: Mevr. Dra. E.
Hijmans*

A. ACCOUNTANCY

III. LEER VAN DE INRICHTING

Punched tape accounting for smaller business

Schwartz, Donald A. — Een „tape adding machine” is een schrijvende telmachine met daaraan gekoppeld een machine, die een strook papier ponst. De schrijver geeft een voorbeeld van een boeking in het grootboek met behulp van de tape adding machine: Men slaat het code-nummer van de omschrijving en het nummer van de grootboekrekening aan, daarna drukt men de toets in, die bestemd is voor het aanslaan van bedragen, die niet mogen worden meegeteld, vervolgens slaat men het bedrag van de boeking aan en daarna de plus-toets of de min-toets al naar de boeking in debet of credit moet geschieden. Gegevens als datum en verwijzing naar het journaal hoeft men maar één maal aan te slaan en worden dan automatisch herhaald. Na de boekingen controleert men de beschreven rol en kunnen fouten door terugboekening worden gecorrigeerd.

Deze machine is niet duur (de prijzen liggen tussen de \$ 1.500 en \$ 2.250) en kan dus ook door kleine bedrijven worden aangeschaft. Een geoefende kracht kan er 300 boekingen per uur mee verrichten. De verdere verwerking van de geponste rol vereist een betrekkelijk kostbare installatie. In de Verenigde Staten zijn er dienstverleningsbedrijven, die deze verwerking op zich nemen.

De schrijver laat aan de hand van enige voorbeelden de mogelijkheden van de „punched tape” boekhouding zien.

A III - 3
E 738.4

The Journal of Accountancy, mei 1959

IV. LEER VAN DE CONTROLE

De verhouding van de accountantscontrole tot het bestuur van het bedrijf

Groeneveld, Drs G. L. — De functie van de accountant is bovenal de vertrouwensman te zijn van het maatschappelijk verkeer, de onafhankelijke controleur van de jaarrekening. De eventuele bemoeienis van de accountant met het bestuur dient in verband met zijn hoofdfunctie tot het uiterste te worden beperkt. Op twee punten echter is die bemoeienis onvermijdbaar.

Een goede externe controle is alleen mogelijk indien de administratieve organisatie aan bepaalde eisen van interne controle voldoet. Indien aan deze eisen niet is voldaan moet de controlerende accountant bij de verbetering van de administratieve organisatie worden betrokken.

Het certificaat van de accountant dient een getrouw beeld te geven van de financiële positie, hetgeen impliceert, dat de accountant een onderzoek zal moeten instellen naar de juistheid van de voorstelling in de jaarstukken van de gevolgen van de bestuurshandelingen. Te dien einde zal hij zich moeten verdiepen in het wezen van de bestuurshandeling. De grens van de bemoeienis van de accountant is daarin gelegen, dat de lezer der jaarrekening geen recht heeft op méér gegevens dan hem overeenkomstig de algemene opvattingen ter beschikking gesteld behoren te worden.

A IV - 2
E 771 : E 635.451

Maatschappij Belangen, augustus 1959

Welke is de betekenis van de arbeid van de accountant voor de commissarissen van de onderneming

Treffers, H. C. — In dit vierde artikel van de serie „De taak en plaats van de accountant” wordt ingegaan op de betekenis van de accountantsarbeid voor de commis-

sarisfunctie. De behandelde vraag wordt beperkt tot de „normale” commissarisfunctie bij de naamloze vennootschap. Uitgaande van de taak van commissarissen wordt de betekenis van de arbeid van de accountant voor de goede vervulling hiervan aangegeven. Zowel ten aanzien van de uitoefening van het preventieve toezicht, als bij de toetsing van de jaarstukken aan de werkelijke uitkomsten van het bedrijf is de arbeid van de accountant een grote steun voor de commissarissen. De goedkeurende verklaring bij de jaarrekening geeft aan de commissarissen zekerheid dat het preventieve toezicht volledig is geweest en dat de jaarrekening juist is. Zijn controle-arbeid en de economische-juridische- en fiscale kennis stellen de accountant als onafhankelijk deskundige in staat objectieve waarde-oordelen te geven zodat de jaarrekening niet vertekend is door subjectieve- en beleidsoverwegingen. Ook de adviserende taak van de accountant is voor het beleid met betrekking tot de jaarrekening van belang. Men denke in dit verband slechts aan de reserverings- en uitdelingspolitiek en voorts aan de voorstelling van de uitkomsten van het bedrijf ten behoeve van aandeelhouders en publiek alsmede de te geven toelichtingen.

De adviserende taak van de accountant is tevens van betekenis voor het repressieve toezicht van de commissaris, bestaande in de toetsing van de verrichte bestuursdaden aan de normen van een behoorlijk beheer. Voor deze toetsing is een doeltreffende organisatie een vereiste. De accountant is ook op dit gebied deskundig en heeft hier een belangrijke adviserende taak. Met betrekking tot de bijdrage van commissarissen in de constituerende taak van het bestuur kan de accountant op grond van zijn intensieve kennis van het bedrijf en zijn deskundigheid op bedrijfseconomisch terrein eveneens een belangrijke bijdrage leveren.

A IV - 2

Maatschappij Belangen, juli 1959

E 642.412 : E 635.451

B. BEDRIJFSHUISHOUDKUNDE

a. ALGEMENE BEDRIJFSHUISHOUDKUNDE

II. BEDRIJFSHUISHOUDKUNDE ALS WETENSCHAP

The business game

Gambling, T. E. — Praktische oefening is voor ieder onderwijs een noodzakelijk complement maar het is niet zo eenvoudig om vergevorderde studenten in de gelegenheid te stellen praktische ervaring op te doen in de hoge leidinggevende posities, waarvoor zij worden opgeleid.

Een nieuwe mogelijkheid tot training biedt een door de I.B.M. ontworpen methode. De studenten worden verdeeld in drie groepen, die zich ieder moeten voorstellen de directieraad van een onderneming te zijn. De drie bedrijven worden geacht tot dezelfde bedrijfstak te behoren. Aangenomen wordt voorts, dat de drie markten in hoge mate van elkaar gescheiden zijn in verband met hoge transportkosten en dat er een vierde deelmarkt is, waarop alle drie de bedrijven gelijke kansen hebben.

Gegeven de productie-, afzetcurven en andere grootheden moeten de directieraden nu hun beleid met betrekking tot productie, prijszetting, reclame enz. voor een periode van drie maanden bepalen. Een computer, geïnstrueerd betreffende de productie- en afzetverhoudingen, de andere relevante grootheden en de directiedecisies, stelt voor ieder bedrijf een balans en een resultatenrekening op.

Dit business game biedt voor de training van studenten ongekende mogelijkheden.

B a II - 4

The Accountant, 22 augustus 1959

E 031

IV. LEER VAN DE KOSTPRIJS EN DE PRIJSVORMING

Is hernieuwde bezinning op de juistheid van de kostprijsberekening noodzakelijk?

Groot, Dr A. M. — Bij de theorie van de standaardkostprijs wordt rationele voortbrenging verondersteld. Dit impliceert toepassing van de optimale seriegrootte, zowel bij aankoop als bij aanmaak. Wordt geen rekening gehouden met de optimale seriegrootte dan leidt dit tot een geheel verkeerd inzicht in de werkelijke verhouding tussen de kostprijzen van de verschillende producten. Dit geldt vooral voor producten met hoge voorbereidingskosten. Schrijver stelt dat in de literatuur over het probleem van de standaardkostprijsberekening niet voldoende duidelijk tot uitdrukking wordt gebracht dat de kostprijzen op de optimale seriegrootte gebaseerd moet worden.

Schrijver heeft voorts bezwaren tegen de behandeling in de literatuur van de verbijzondering van de kosten verbonden aan het totstandbrengen en het instandhouden van de verkoopverhouding met de afnemers. Verbijzondering van deze kosten dient niet plaats te

vinden per eenheid produkt, maar per afnemer of per homogene groep van afnemers. Voor de bepaling van de verkoopkosten is de aard van de artikelen niet van belang en evenmin de samenstelling van het assortiment. Het gaat hier om de belangrijkheid en het gedrag van de afnemer. De in de praktijk met betrekking tot de verkoopkosten doorgaans toegepaste methode van de deelcalculatie werkt schadelijke bestelgewoonten in de hand, welke de distributiekosten in onze maatschappij verhogen.

B a IV - 1

E 136.323.4

Maandblad voor Accountancy en Bedrijfshuishoudkunde, juli 1959

Depreciation: current theory and practice

Parker, John R. E. — Men moet onderscheid maken tussen economische en technische slijtage van een activum en de registratie daarvan in de boekhouding. The American Institute of Certified Public Accountants omschrijft afschrijving als een systeem van boekhouden, welke beoogt de uitgaven voor een bepaald actief te verdelen over de geschatte levensduur. De praktijk van het bedrijfsleven sluit zich hierbij aan, maar vele theoretici zijn het hiermee niet eens en betogen, dat de afschrijvingsmethode het de onderneming moet mogelijk maken haar relatieve positie in de bedrijfstak te handhaven, hetgeen bij een afschrijving op basis van uitgaafprijs in het geval van inflatie niet mogelijk is. Toch mag de accountant het probleem der financiering van de vervanging niet verwarren met dat van het bepalen der afschrijving. Voor de accountant is de afschrijving niets anders dan een verdeling van een in het verleden gedane uitgave en is er dus geen verband tussen vervanging en afschrijving. Tijdens inflatie zal het echter wel nodig zijn om op de netto-winst na aftrek van de afschrijving een bedrag in mindering te brengen teneinde overmatige dividenduitkering te voorkomen en vervanging mogelijk te maken.

B a IV - 6

E 136.341.3

The Canadian Chartered Accountant, mei 1959

V. LEER VAN DE FINANCIERING

Waarom stijgen de aandelenkoersen?

Bervoets, Dr K. W. A. — De vraag naar en het aanbod van aandelen vertonen in structuur en werking verschijnselen welke sterk afwijken van die bij vraag en aanbod van goederen. De handel in aandelen beoogt geen voortstuwing in de bedrijfskolom maar bemiddelt slechts bij de overdracht van bezit aan kapitaal. De prijzen en transacties van goederen moeten noodzakelijk uit andere prijzen volgen; de prijzen van effecten niet. Hier zijn het alleen de subjectieve oordelen van de persoonlijke koper en de individuele verkoper die de prijs bepalen. De koers van aandelen kan slechts in beperkte mate als waarde-aanduiders dienen, het is immers niet meer dan een resultaat van een klein aantal individuele waarde-oordelen, daar iedere dag verhoudingsgewijs slechts een gering aantal van de uitstaande aandelen van een bepaalde onderneming wordt verhandeld.

In de individuele waardebepaling is een verandering gekomen. Naast de „paying-out-ratio” wordt thans door beleggers ook aan de „price-earning-ratio” betekenis gehecht. De reden hiervan kan alleen gelegen zijn in de goedkeuring van het gebruik om niet alle winst uit te keren. Men verwacht dat de besteding van de ingehouden winst in het bedrijf de toekomstige rentabiliteit zal doen toenemen en men is bereid reeds thans die verwachte hogere rentabiliteit in een hogere koers te verdisconteren.

Inflatievrees kan wel tot kopen van aandelen aanleiding geven, maar aandelen nemen niet zonder meer in waarde toe als er inflatie is. Het individueel inzicht over de toekomst speelt steeds een rol. Dit oordeel wordt door anderen beïnvloed. De beïnvloede oordelen van individuen en groepen van individuen, die leiden tot aan- of verkopen van aandelen, vormen de koers. Geen behoeften, maar verwachtingen, die min of meer massaal beïnvloed kunnen worden tot een quasi-collectief aanvaarde conclusie over de toekomst vormen de conjunctuur. De laatste maanden lopen de aandelenkoersen weer eens vooruit op de algemene conjunctuurcurven. De hooggestemde individuele verwachtingen hebben een quasi-concrete bodem gevonden in price-earning-ratio's, althans in de interpretaties daarvan, en in verwachte gevolgen van inflatie.

B a V - 3a

E 324.21

Maandblad voor Handelswetenschappen, juli/augustus 1959

Overkreditering bij koop en verkoop op afbetaling

Hoope, J. ten — Het gevaar, dat een koper afbetalingsverplichtingen aangaat, die zijn draagkracht te boven gaan, is, zowel sociaal als economisch, een van de grootste problemen van het afbetalingsstelsel. Volgens de schrijver wordt deze overkreditering in de hand gewerkt door de structuur van het afbetalingswezen en wel in het bijzonder door het gebrek aan coördinatie tussen de verschillende bij het tot stand komen van een afbetalings-

transactie betrokken personen, zoals de handelaar, het postorderbedrijf, de colporteur, de verzekeringsagent en de financier.

Het wetsontwerp op het afbetalingsstelsel poogt het euvel van overkreditering tegen te gaan door voor de afbetalingscolporteurs een vergunning te vereisen. Deze tussenpersonen zijn er veelal oorzaak van, dat kopers te hoge afbetalingsverplichtingen op zich nemen.

Bij de financieringsbanken leeft de gedachte, dat registratie van alle afbetalingscontracten gewenst zou zijn. Volgens de schrijver is echter een beperkt registratiesysteem reeds voldoende, want het is voor de kredietgever ter beoordeling van het afbetalingsrisico slechts van belang te weten of de kredietaanvrager op dat moment aan zijn verplichtingen inzake eventueel nog lopende afbetalingsovereenkomsten voldoet. Een centrale registratie van wanbetalers zou dus reeds voldoende zijn.

B a V - 5c

Economisch-Statistische Berichten, 19 augustus 1959

E 325.321.1

Return on what investment?

Weaver, J. B. — Dit artikel behandelt een probleem waarvoor men bij de berekening van de rendementsgraad (rate of return) van een investeringsproject komt te staan, indien verwezenlijking van het project een deel van een bestaande overcapaciteit opheft of/een een nieuwe schept. De vraag die dan moet worden beantwoord, luidt met welk „investeringsbedrag” de netto-opbrengstenstroom dient te worden gerelateerd. De schrijver laat een aantal mogelijkheden de revue passeren, welke hij alle verwerpt. Naar zijn mening dient met in het verleden verrichte investeringen geen rekening te worden gehouden uit de overweging dat „reeds bestaande vaste kosten” niet veranderen door de investeringsbeslissing, terwijl daarentegen het totale te investeren bedrag in de berekening moet worden betrokken, ongeacht het eventueel ontstaan van een overcapaciteit.

B a V - 7

The Controller, augustus 1959

E 136.341.3 : E 643

VI. LEER VAN DE ORGANISATIE

Efficiency en openbaar bestuur

Hasper, J. — In opdracht van de gemeente Amsterdam hebben de heren Drs. S. Bakkenist en Ir H. King een rapport uitgebracht over de organisatie van de gemeentesecretarie. Het advies houdt onder meer het volgende in: de secretarie, staforgaan van het gemeentebestuur, dient gezuiverd te worden van alle uitvoerende werkzaamheden. De secretarie-afdelingen worden ten dele uitgebouwd tot onder de wethouders ressorterende departementen en ten dele omgevormd tot een aantal functionele staforganen, waaronder een planbureau. De secretaris wordt ontlast van de leiding van deze organen en krijgt de functie van hoogste adviseur van het gemeentebestuur te vervullen.

In het vervolg van het artikel uit de schrijver een scherpe kritiek op het rapport. De samenstellers hebben zich onvoldoende gerealiseerd, dat aangezien het openbaar bestuur een ander doel kent dan een particulier bedrijf, daaruit volgt, dat de problemen van delegatie, overleg, toezicht en centralisatie een andere oplossing vergen, dan in het bedrijfsleven. Dit geldt eveneens voor de verhouding tussen het gemeentebestuur en de directieuren der openbare nutsbedrijven. Een tekort aan bestuursinzicht tonen de samenstellers in het bijzonder bij hun advies een centraal planbureau op te richten. Uit de beschrijving van dit bureau blijkt duidelijk, dat de adviseurs onvoldoende beseffen hoezeer zelfs een grote gemeente als Amsterdam in haar beleid van de centrale overheid afhankelijk is, welke afhankelijkheid zich in het bijzonder manifesteert in het ontbreken van een werkelijke gemeentelijke autonomie of fiscaal terrein.

De schrijver ondersteunt zijn kritiek met tal van aan de praktijk ontleende voorbeelden.

B a VI - 1

Economisch-Statistische Berichten, 2 september 1959

E 331.13 : E 643.01

Moet „ZB” ook buiten de detailhandel uit de kinderschoenen?

Veelse, L. Th. van — In de detailhandel is zelfbediening een algemeen voorkomend verschijnsel, met name in de levensmiddelenbranche. De schrijver werpt de vraag op of het systeem van zelfbediening ook niet bruikbaar is voor andere bedrijfstakken,

In de Nederlandse levensmiddelenbranche zijn nog weinig grossiers tot zelfbediening overgegaan. De zelfbediening bij de grossier is erop gebaseerd, dat de detaillist de goederen contant betaalt en zelf vervoert. De goederen worden in eenheden van 6, 10 of 12 stuks gecombineerd aangeboden; de detaillist gaat langs de stellingen en stapelt de artikelen op een handkarretje; terwijl de factuur wordt gereedgemaakt laadt de magazijnknecht de goederen in de auto van de detaillist. Tegenover voordelen in de vorm van besparing op ver-

koopkosten, arbeidsloon, transport- en kredietkosten, staan enige nadelen. Deze nadelen zijn in het bijzonder daarin gelegen, dat de winkelier over voldoende liquide middelen moet beschikken om contant te kunnen kopen en dat hij in het bezit van een bestelauto moet zijn.

Ook in de magazijnen van industriële bedrijven vindt het zelfbedieningssysteem toepassing, zoals sinds 1954 in het gereedschapsmagazijn van de apparatenfabriek van Philips.

B a VI - 9

Doelmatig Bedrijfsbeheer, juli 1959

E 635.344.21

Confirming houses in England

Ford, Dr W. J. — In Engeland bestaan zogenaamde confirming houses, welke onder andere als functie hebben het overnemen van bepaalde aan de internationale handel verbonden risico's. Het confirming house verbindt zich tegenover de verkoper om tegen overdracht van de, de goederen vertegenwoordigende, documenten de verkoopprijs te betalen. Zodoende neemt het confirming house niet alleen het risico van wanbetaling over, maar ook het risico, dat de overzeese importeur de documenten weigert te aanvaarden, hetgeen voor de exporteur kosten van terugzending zou betekenen.

In beginsel neemt het confirming house ook het risico op zich, dat het de importeur door politieke factoren onmogelijk is aan zijn verplichtingen te voldoen. Het laat zich echter denken, dat het confirming house onder bepaalde omstandigheden zeer behoedzaam zal zijn met dit politieke risico over te nemen.

Andere functies, welke het confirming house verricht zijn het verlenen van krediet aan buitenlandse importeurs en het verzorgen van de verzending en de verzekering der goederen.

Afgezien van de vraag of het gewenst is in Nederland confirming houses te vestigen, zou het niet eenvoudig zijn zich op redelijk korte termijn de daartoe vereiste kennis te verwerven. Meer kans van slagen zou een combinatie van een bestaand handelshuis met een confirming house hebben.

B a VI - 9

Economisch-Statistische Berichten, 8 juli 1959

E 635.422

The functions of advertising in our culture

White, Irving S. — De functie van de reclame is de afzet te stimuleren door de houding van de consument met betrekking tot een produkt in een bepaalde richting te beïnvloeden. Reclame is echter één van de vele middelen om het oordeel van de consument te beïnvloeden.

Er zijn drie factoren, die de houding van de consument determineren: de culturele bepaaldheid van het produkt, het merkbeeld en de ervaring met betrekking tot het artikel. Enerzijds moet de reclame met deze factoren rekening houden, anderzijds beïnvloedt de reclame deze grootheden. Er is dus een wisselwerking tussen de reclame en genoemde factoren, maar deze relatie is niet voor iedere factor gelijk. Het merkbeeld bijvoorbeeld is gemakkelijker te beïnvloeden dan de mening, die de consument zich op grond van de culturele sfeer rond het produkt vormt.

Een produkt roept, mede door de reclame, bij de consument een bepaald beeld op, waaraan hij zich al dan niet conformeert. Op grond hiervan stelt de schrijver, dat het even logisch is om van iemand, die Camels rookt te zeggen, dat hij een „Camel-persoonlijkheid” heeft dan te betogen, dat het merk Camel zelf een bepaald karakter bezit.

B a VI - 11

Journal of Marketing, juli 1959

E 641.253

Werken naar een handelsplan

Nieuwstraten, ec. drs. A. — Het assortiment van de industrie is in hoge mate door technische factoren bepaald, terwijl de handel zich veeleer laat leiden door het verlangen alle behoeften van een bepaalde groep afnemers te bevredigen. De grote verscheidenheid van het assortiment maakt het de handel moeilijk voor elke goederengroep scherp de markt af te bakenen. Toch kan de handelaar er wel in slagen een verkoopplan op te stellen, zij het dat de exactheid daarvan maar betrekkelijk zal zijn en dat psychologisch inzicht wellicht bij de opstelling een grotere rol zal spelen dan statistische marktgegevens.

De schrijver laat zien hoe men, uitgaande van de Bedrijfstelling 1950 van het C.B.S. of van de bevolkingsstatistiek de marktpotentie kan bepalen, welke de basis vormt van de taakstelling. De directie kan, uitgaande van haar inzicht met behulp van de verhouding tussen werkelijke omzet en potentiële omzet zeker met een redelijke mate van nauwkeurigheid een norm vaststellen. Dit laatste echter dient in overleg met de uitvoerders te gebeuren en de directie doet verstandig al haar overwegingen mee te delen en te verdedigen. Alleen indien iedereen overtuigd is van de redelijkheid van de norm is het verkoopplan werkelijk taakstellend en stimulerend.

B a VI - 12

Tijdschrift voor Efficiëntie en Documentatie, september 1959

E 641.254

Exposé de la méthode de l'étude de motivation

Henry, Harry — De klassieke onderzoeksmethoden zijn erop gericht de markt te beschrijven. Het is echter niet voldoende te weten hoe de consument zich gedraagt, maar men dient in verband met prognose ook het waarom te kennen; het is het motievenonderzoek, dat zich hierop toespitst.

Aangezien de koopmotieven meestal onbewust zijn is het de consument niet mogelijk een juist antwoord te geven op een directe vraag in de trant van: „waarom koopt U dit of dat artikel?“. De wijze van indirecte vraagstelling, waarvan de motivation research zich bedient is ontleend aan de sociologie en de psychologie. De bekendste techniek is het zogenaamde „diepteinterview“. De schrijver prefereert voor deze methode de term „vrij interview“, omdat deze manier van enquêteren zich kenmerkt door gedurende enige tijd de ondervraagde zelf aan het woord te laten zonder tussenkomst van de enquêteur, welke laatste dan ook niet interviewt aan de hand van een bepaalde vragenlijst. Het „vrije interview“ is echter alleen bruikbaar bij wijze van eerste oriëntatie en dient te worden aangevuld met andere technieken zoals de „sentence completion test“, waarbij men de ondervraagde een bepaalde zin laat aanvullen, en de „attitude battery“, waarbij men aan de geënquêteerde een reeks van stellingen voorlegt en hem vraagt of hij deze al dan niet onderschrijft. Al deze methoden hebben dit gemeen, dat zij indirect zijn in die zin, dat de ondervraagde niet weet wat men wil opsporen.

B a VI - 12
E 641.254

Annales de Sciences Economiques Appliquées, juli 1959

Marktonderzoek, stand van zaken en ontwikkeling

Ogilvie, R. G. en G. J. S. Wilde — Thans wordt onderscheid gemaakt tussen opinie-onderzoek en psychologisch marktonderzoek. Het opinie-onderzoek beoogt registrering van economische gegevens met betrekking tot consumenten, zoals bijvoorbeeld het percentage van het publiek, dat een bepaald produkt gebruikt. Soms wordt het opinie-onderzoek periodiek herhaald, zodat een ontwikkelingsbeeld wordt verkregen.

De motivation research is erop gericht bepaalde gedragingen van de consument, die door het opinie-onderzoek aan het licht zijn gebracht, nader te verklaren. Het motievenonderzoek bracht in het bijzonder naar voren, dat een artikel voor de consument bepaalde aantrekkelijkheden kan bezitten, welke niet direct verband houden met het voor de hand liggende gebruiksdoel.

De motivation research kan nieuwe ideeën voor verkoop en reclame geven, maar gezien de onderzoek-technische onvolkomenheden is het nog niet mogelijk vast te stellen of deze ideeën metterdaad tot succes zullen leiden. Daartoe zal de motivation research plaats moeten maken voor een objectieve consumentenpsychologie.

B a VI - 12
E 641.254

Maatschappij Belangen, juli 1959

The elusive element in scientific marketing

Weir, Walter — Iedere marktanalyse, ook de wetenschappelijk meest verantwoorde, is in wezen niet meer dan een schatting van de toekomst. Hoeveel cijfers men ook verzamelt en hoe nauwkeurig deze ook mogen schijnen, steeds moet men met de mogelijkheid rekening houden, dat de werkelijkheid van het plan zal afwijken. Dit brengt in de wetenschappelijke marktanalyse wat de schrijver noemt het „elusive element“. Deze ongrijpbare factor is het gevolg van de in zekere mate onvoorspelbaarheid van het toekomstige consumentengedrag. Toch is het de mens gegeven deze zich schijnbaar geheel en al aan iedere schatting onttrekkende onzekerheid te benaderen. Dit kan echter niet met behulp van de geijkte methoden van het wetenschappelijk marktonderzoek, hiervoor is nodig „creatieve fantasie“, welke zich als het ware in de toekomst inleeft. De bekwaamheid om leiding te geven berust ook op „creative imagination“. Naarmate het economisch leven meer en meer planning over langere perioden gaat eisen, zal het element van de „creatieve fantasie“ in de marktanalyse een steeds grotere rol spelen.

B a VI - 12
E 641.254

Journal of Marketing, juli 1959

Personnel administration

Carson, John J. — Vooral na 1945 kwam, mede door het personeelstekort, de personeelsfunctie in het centrum van de belangstelling te staan. De personeelsfunctie heeft een tweeledig doel: het belang van het individu en dat van de organisatie. Nauw met de personeelsfunctie verbonden zijn de industrial relations en het contact met de vakbonden.

De personeelchef is een staffunctionaris. Zijn functie omvat het adviseren aan de lijn-organisatie met betrekking tot alle personeelsaangelegenheden in de ruimste zin, het ver-

beteren van de goede sfeer en de persoonlijke verhoudingen en het aanwerven, selecteren en opleiden van personeel.

De schrijver gaat in het vervolg van het artikel op ieder van deze functies nader in.

B a VI - 13

The Canadian Chartered Accountant, augustus 1959

E 641.21

Faster and better reading

Wheeler, D. K. — Een hoger leestempo behoeft geen afbreuk te doen aan het inzicht. Het tegendeel is zelfs waar: uit enige experimenten bleek, dat een snelle lezer niet de afzonderlijke woorden leest, maar zinsdelen ziet, welke logisch een eenheid vormen. Een leestempo van 200 a 250 woorden per minuut is volgens de schrijver laag.

Indien men de inhoud van een tekst globaal wil kennen, dan is het niet nodig deze tekst in zijn geheel te lezen; men kan volstaan met het geschrevene door te kijken en hier en daar een markante passage te lezen. Zodoende is het ook mogelijk om zonder te lezen na te gaan wat niet de moeite waard is. Volgens dezelfde methode moet men tewerk gaan als men in een boek op zoek is naar een bepaald onderwerp.

Het leestempo kan men ook opvoeren door voordat men een boek in zijn geheel leest, eerst de aanvangs- en slotparagrafen te lezen en van de rest van het boek de titels van de hoofdstukken te bekijken. Op deze wijze verkrijgt men reeds voor de eigenlijke bestudering een algemene indruk van het boek, waardoor het mogelijk wordt om naderhand de stof sneller te verwerken.

B a VI - 13

The Chartered Accountant in Australia, 20 juni 1959

E 730

Betriebsplanung im Grosshandel - sinnvoll oder nicht?

Möllers, Paul — In dit artikel worden enige resultaten besproken van een onderzoek, dat P. Möllers en F. Ziegler in opdracht van de „Rationalisierungs-Gemeinschaft des Handels beim R.K.W.“ (R.G.H.), te Keulen, verrichtten.

Voor de grossier zijn van bijzonder belang de omloopsnelheid van de voorraad en het percentage, dat de netto-winst, vóór aftrek van rentekosten, van de inkoop uitmaakt. Het is gewenst, dat de externe accountant deze beide grootheden in zijn certificaat vermeldt, eventueel met een critische bespreking aan de hand van voorgaande boekjaren of van cijfers van andere, vergelijkbare bedrijven. Deze laatste gegevens kunnen worden verkregen indien het bedrijf deelneemt aan de bedrijfsvergelijkende statistiek van het „Institut für Handelsforschung“ te Keulen.

De omloopsnelheid van de voorraad kan worden verhoogd door een grotere omzet zonder een evenredige toename van de voorraad of door inkrimping van de voorraad bij gelijkblijven van de omzet. Dit laatste gelukt bij grossiers met een omvangrijk assortiment slechts indien de in- en verkoop volgens plan plaatsvinden. Het R.G.H. heeft in het kader van het hierboven genoemde onderzoek voor het opstellen van deze begrotingen een gedetailleerd schema met formulieren ontworpen. Een goede begroting laat duidelijk de lacunes in het in- en verkoopbeleid zien en kan zodoende het uitgangspunt voor hervormingsmaatregelen vormen.

In een volgend artikel zal worden besproken hoe op in- en verkoopbudget het financieringsplan moet worden gebouwd.

B a VI - 18

Die Wirtschaftsprüfung, 1 september 1959

E 641.231.3 : E 635.3

Break-even points that mean more in profit control

Wehn, Wilbert C. — Het break-even point is die omzet, waarbij er winst noch verlies is. Opbrengst minus variabele uitgaven geeft het marginale inkomen; wanneer hiervan worden afgetrokken de vaste uitgaven resulteert de winst vóór aftrek van a-periodieke uitgaven. Het marginale inkomen wordt uitgedrukt in een percentage van de omzet. Tenslotte wordt het break-even point verkregen door de vaste uitgaven te delen door het in een breuk uitgedrukte percentueel marginaal inkomen. De break-even-point-berekening wordt doorgaans opgesteld voor de periode van een maand.

Een goede break-even-point-analyse mag niet beïnvloed worden door de maandelijks fluctuatie van het aantal werkdagen en door a-periodieke uitgaven, waaronder de schrijver onder andere verstaat verschillen tussen de standaardprijs en de werkelijke prijs. In dat geval zou immers het break-even point verschuiven, zonder dat de produktie- en afzetverhoudingen zouden zijn gewijzigd. Laat men het break-even point door genoemde factoren beïnvloeden dan loopt men het risico, dat de bedrijfsleiding ten onrechte in de produktie- en afzetverhoudingen ingrijpt. De auteur laat aan de hand van enige rekenvoorbeelden zien hoe men de invloed van a-periodieke uitgaven en de maandelijks fluctuatie van het aantal werkdagen uit de break-even-point-analyse kan elimineren.

B a VI - 18

The Controller, juli 1959

E 641.231.3

VII. LEER VAN DE ARBEIDSVOORWAARDEN

„Winstdeling” instede van „loonronden” en „vrijere loonvorming”

Sickesz, W. C. — Verdere loonronden zullen evenals de vrijere loonvorming tot inflatie leiden. De doelmatigste methode tot verhoging van de koopkracht van de werknemers is winstdeling. De winst, een rentabiliteitsmaatstaf, is tevens de enige juiste produktiviteitsmaatstaf.

Het stelsel van winstdeling moet op drie manieren tegelijk worden toegepast. De directe methode is het uitkeren van winst aan de werknemers in het eigen bedrijf. De indirecte winstdeling houdt in, dat eenzelfde bedrag als aan de eigen werknemers is uitgekeerd wordt gestort in een staatswinstpot, waaruit een toelage kan worden verleend aan de vergeten groepen, aan de werknemers in de niet-direct-aanwijsbaar-renderende sectoren der volkshuishouding en aan de werknemers in de bedrijven, die geen winst maken. Tenslotte moet er een zekere reserve worden gevormd om in kwade jaren uitkeringen te doen, hetgeen een anti-cyclisch effect sorteert. Deze drie manieren van winstuitkering dienen respectievelijk 40 %, 40 % en 20 % uit te maken van de helft van de overwinst. Onder overwinst wordt verstaan het netto-resultaat na aftrek van afschrijvingen, tantièmes, belastingen, reserveeringen, investeringen en primair dividend. De andere helft van de overwinst is bestemd voor uitkering van super-dividend.

De werknemers ontfangen hun recht op een deel van de winst niet aan hun producent-zijn, maar aan hun consument-zijn: hoe groter de geaggregeerde effectieve vraag van de massa, des te groter de productieomvang.

Ba VII - 3

Economisch-Statistische Berichten, 15 juli 1959

E 641.215.5

Duitse ervaringen met produktiviteitstoerekening

Monroy, Drs Th. E. — In Hamburg vond een bijeenkomst plaats van de Arbeitsgemeinschaft für Partnerschaft, een vereniging die zich ten doel stelt de produktiviteitstoerekening te bevorderen. Vertegenwoordigers van een textielfabriek en een papierwarenfabriek gaven tijdens de bijeenkomst hun ervaringen met de produktiviteitstoerekening weer.

In de textielfabriek wordt maandelijks de afwijking tussen de voorgerekenelde kosten en werkelijke offers voor grondstoffen, reparatiekosten, indirecte lonen en machine-uren vastgesteld. Is deze afwijking voordelig dan wordt 50 % daarvan aan de arbeiders uitgerekt en onder hen verdeeld volgens een soort merit-ratingsysteem.

De directeur van de desbetreffende fabriek bracht tijdens de vergadering scherp naar voren, dat de produktiviteitstoerekening slechts een succes kan worden indien de arbeiders ervan overtuigd zijn, dat de leiding oprechte bedoelingen heeft, zodat geen wantrouwen ontstaat.

B a VII - 3

Tijdschrift voor Efficiëntie en Documentatie, juni 1959

E 641.215

Merit-rating

Sliggers, B. C. — Merit-rating is een systeem van individuele, periodieke prestatiewaardering als hulpmiddel bij het vaststellen van een geldelijke beloning voor de gepresteerde arbeid. In de bedrijfshuishouding moet in de verdienstenwaardering een strenge objectiviteit en uniformiteit worden gehandhaafd, waarbij merit-rating een waardevol hulpmiddel is.

In het artikel wordt een beknopte beschrijving van het merit-rating-systeem gegeven, zoals dat door Bull-Nederland is ontwikkeld. Het welslagen van het systeem hangt af van de beoordelaars, die inzicht in het systeem en de uiterste objectiviteit en rechtvaardigheid moeten hebben.

Aan de invoering van merit-rating dient onder andere een functie-analyse vooraf te gaan. Bij de introductie van merit-rating moeten de chefs geraadpleegd worden en het is aanbevelenswaardig het systeem in een vergadering van de ondernemingsraad of het voltallige personeel uiteen te zetten.

Merit-rating mag niet automatisch worden toegepast: het salaris kan onder bijzondere omstandigheden van de merit-rating-uitkomst afwijken, mits men maar met de betrokkene openhartig de reden hiervan bespreekt. Indien iemand bij het invoeren van een merit-rating voor een salarisverlaging in aanmerking zou behoren te komen wordt zijn salaris voorlopig nog gehandhaafd op het oude niveau, maar de situatie wordt wel met de persoon in kwestie besproken om hem de kans te geven zijn salaris in de naaste toekomst „waar te maken”.

B a VII - 3

Tijdschrift voor Efficiëntie en Documentatie, juni 1959

E 641.215