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

II. HET ACCOUNTANTSBEROEP

Professional Ethics and Public Opinion

Higgins, Th. G. — Het Amerikaanse Instituut van Accountants heeft een permanente commissie voor beroepsethiek die een dubbele functie vervult: enerzijds onderzoekt zij klachten welke tegen leden worden ingediend, anderzijds zorgt zij voor de vorming en voorlichting van de leden op het terrein van de ethiek. De correspondentie der Commissie gaat voor een belangrijk gedeelte over de onafhankelijkheid van de accountant, de diensten die aan cliënten worden verleend en concurrentievraagstukken. Op elk van deze kwesties gaat de schrijver nader in. Voorts ontwikkelt hij een program voor verbetering van de ethische opvattingen der accountants, zowel via betere en snellere opleiding als langs de weg van herziening van de gecodificeerde gedragsregels en die van betere coördinatie van de diverse organisaties van beroepsbeoefenaren. Tot slot wijst hij erop dat het gaat om de geest en niet om de letter van de regels.

A II - 1

E 635.451 : E 741.23

The Journal of Accountancy, november 1958

The Future Role of the Accountant in Industry

Fea, W. W. — In dit artikel is de inhoud weergegeven van een lezing welke gehouden werd ter gelegenheid van het herfstcongres van het Engelse Institute of Chartered Accountants. Hierin wordt de toekomstige positie besproken van de accountants die in dienst van het bedrijfsleven werkzaam zijn. Aan de hand van cijfers uit 1932 en 1957 wordt nagegaan om welk gedeelte van alle accountants het gaat en of dit gedeelte is toegenomen. Voorts wordt ingegaan op de vervulde functies en op de eisen welke daarvoor gelden. Nieuwe ontwikkelingen welke speciale eisen medebrengen, zoals de elektronische administratie, de operational research, de arbeidsanalyse en de bedrijfsbegroting, komen in het kort ter sprake. Vervolgens gaat de schrijver in op de verhouding tussen de accountant en de bedrijfsleiding en op de problemen verbonden met de opleiding van jonge accountants voor posities in het bedrijfsleven.

A II - 1

E 72

The Accountant, 8 en 15 november 1958

De bescherming van de accountantstitel

Kraayenhof, J. — In dit artikel wordt nader ingegaan op het tituluurvraagstuk in het Ontwerp Wettelijke Regeling van het Accountantswezen van de Commissie-1954, dat in het mei-nummer van het M.A.B. door C. P. A. Bakker is behandeld. De schrijver is het in beginsel eens met de opvatting dat een duidelijk onderscheid tussen de volwaardige en de niet-volwaardige accountants dient te worden bevorderd. Hij vraagt zich echter af of het middel dat de heer Bakker daarvoor aanbeeft - bescherming van de reeds bestaande titel „accountant” - bij een wettelijke regeling kan en mag worden gebruikt. De door de heer Bakker gegeven argumenten worden kritisch besproken. De schrijver concludeert dat de door de Commissie gedane keuze van de nieuwe titel „register-accountant” juist moet worden geacht.

A II - 2

E 635.451 : E 741.23

Maandblad voor Accountancy en Bedrijfshuishoudkunde, november 1958

III. LEER VAN DE INRICHTING

Evaluating Internal Control

M o s t, K. S. — Nadat hij de inhoud van het begrip „internal control” heeft besproken, gaat de schrijver uitvoerig in op het gebruik van vragenlijsten bij het onderzoek naar de administratieve organisatie van de cliënt. De voordelen en de gevaren van de vragenlijst worden behandeld en verschillende soorten van vragenlijsten met elkaar vergeleken. Tot slot wordt gewezen op het nut van organisatieschema's, stroomdiagrammen en andere visuele hulpmiddelen bij het onderzoek.

A III - 4
E 741.23

The Accountant, 29 november 1958

B. BEDRIJFSHUISHOUDKUNDE

a. ALGEMENE BEDRIJFSHUISHOUDKUNDE

III. WAARNEMINGSMIDDELEN

Statistical Sampling in Accountancy

M a c k e n z i e, H. C. — Er zijn, globaal gezien, twee manieren waarop in de administratieve sfeer met steekproeven kan worden gewerkt: in de eerste plaats bij de controle en in de tweede plaats bij het schatten van gemiddelde waarden of kostenbedragen e.d. Van beide toepassingen wordt een voorbeeld behandeld.

Ten aanzien van de toepassing bij de controle stelt de schrijver, dat een accountant die geen enkel risico wenst te aanvaarden, niet met steekproeven kan werken. Het voordeel van de mathematische steekproef is echter dat implicite risico's expliciet worden en dat de omvang van de steekproef welbewust op de grootte der aanvaardbare risico's kan worden afgesteld. Vindt de accountant een fout in het steekproefmateriaal, dan kan hij op grond van zijn administratieve kennis en ervaring trachten te onderzoeken of er nog meer fouten op dezelfde wijze of uit dezelfde bron zijn ontstaan. Op die manier dient de steekproefmethode vooral om een exacte basis te geven aan dat gedeelte van de accountantsarbeid waarbij tot nu toe min of meer „op het gevoel af” tewerk werd gegaan.

Een moeilijk punt is, waar de grens tussen „wel” en „niet aanvaardbare” of „juiste” gegevens moet worden getrokken. Hier speelt bijvoorbeeld het vraagstuk van de grote posten een rol. De schrijver bespreekt enkele nieuwere methoden welke speciaal voor het gebruik van steekproeven in de accountantscontrole zijn ontwikkeld.

Nadat hij de werkwijze bij het schatten van de waarde van voorraden met behulp van steekproeven heeft besproken, behandelt de schrijver tot slot o.m. de verhouding tussen de accountant of de administrator enerzijds en de statisticus anderzijds. De laatste heeft hoofdzakelijk een adviserende rol en houdt zich bezig met het aantal en de keuze van de waar te nemen gegevens; het is de accountant die de verantwoordelijkheid draagt voor de juistheid der conclusies.

De schrijver meent dat algemene standaardeisen dienen te worden geformuleerd waaraan bij toepassing van steekproeven moet worden voldaan.

B a III - 2
E 76

The Accountant, 25 oktober en 1 november 1958

Graphic Analysis for More Effective Management Control

D u d i c k, T. S. — Het is voor de leiding van de onderneming niet meer mogelijk, de grote hoeveelheden statistische gegevens die voortdurend beschikbaar komen, te lezen en te verwerken. Het is nodig dat de gegevens in een zodanige vorm worden gebracht dat de aandacht direct wordt getrokken door die verschijnselen welke aanleiding tot handelen moeten zijn. In dit artikel wordt aan de hand van praktijkvoorbeelden en met een aantal afbeeldingen getoond, hoe met behulp van grafische voorstellingen het beginsel van „management by exception” kan worden toegepast. Daarbij wordt o.m. gewezen op de betekenis van de gekozen schaal en op de noodzaak, daarbij de vergelijkbaarheid van grafieken in het oog te houden. Voorts wordt gesteld dat grafieken niet op geregelde tijden en niet altijd in eenzelfde starre vorm behoeven te verschijnen. Soepelheid is hier essentieel. Het is de taak van de administratieve mensen, voortdurend na te gaan aan welke grafieken en andere gegevens de leiding behoefte heeft.

B a III - 2
E 76

The Controller, november 1958

IV. LEER VAN DE KOSTPRIJS EN DE PRIJSVORMING

De rente in de kostprijs

Rietschoten, Prof. A. M. van — In dit artikel wordt de vraag gesteld, of de conclusie omtrent de grootte van de rentefactor in de kostprijs niet nader moet worden bestudeerd in verband met de omstandigheid dat die rentefactor object van een belasting is. Voorzover de „winst” rente op eigen vermogen omvat, is daarover door Nederlandse rechtspersonen belasting verschuldigd en rijst de vraag of die belasting mede tot de kosten van de vermogensaanwending moet worden gerekend. De schrijver beantwoordt deze vraag bevestigend en voert hiervoor verschillende argumenten aan. Vervolgens bespreekt hij een aantal vragen die rijzen als consequentie van het opnemen van de belasting over de rente van doelmatig aangewend eigen vermogen in de kostprijs. Een probleem is bijvoorbeeld of voor de kostprijsberekening een oordeel nodig is omtrent de vraag of het voor de produktie aangewende vermogen vreemd of eigen vermogen moet zijn. Ook hierop wordt bevestigend geantwoord, hetgeen medebrengt dat de kostprijs wordt beïnvloed door de omstandigheid of eigen dan wel vreemd vermogen doelmatig kan worden gebruikt. Tussen aanwending van eigen en vreemd vermogen bestaat een belangrijk kostenverschil dat pas bij deze gang van zaken tot zijn recht komt. Een andere vraag is of verbijzondering van de belasting over de rente op het eigen vermogen kan plaatsvinden. Volgens de schrijver dient deze last evenals de rente waarop zij drukt op grond van het causaal verband te worden verbijzonderd.

B a IV - 3 *Maandblad voor Accountancy en Bedrijfshuishoudkunde, november 1958*
E 136.325 : E 136.341.6

V. LEER VAN DE FINANCIERING

Openheid en financiering (Problemen rondom de middengrote onderneming)

Gootjes, Dr P. — Aanknopen aan recente artikelen o.m. van Mr B. Moret en P. A. de Pree, houdt de schrijver een pleidooi voor „openheid” naar twee zijden: openheid van de onderneming voor de vermogensmarkt enerzijds, openheid van de bedrijfsresultaten voor de aanbidders op de vermogensmarkt anderzijds.

Tot de „middengrote ondernemingen” rekent de schrijver de ondernemingen met 100 tot 1.000 werknemers; het is immers niet in de eerste plaats de juridische structuur, die de vermogensbehoefte bepaalt, maar het benodigde bedrag aan investeringen per arbeider.

De middengrote onderneming kan volgens de schrijver toegang tot de vermogensmarkt verkrijgen mits aan een aantal voorwaarden wordt voldaan. Deze voorwaarden zijn: efficiëncy in de bedrijfsleiding en in de beloning daarvan, een emissiekoers welke lager ligt dan de volledige intrinsieke waarde, het vermijden van onnodige restricties ten aanzien van de macht der nieuwe vermogensverschaffers, en openheid en waarheid in de verslaglegging.

Juist met het oog op de toekomstige Europese constellatie dienen de ondernemers zich rekenschap te geven van de verhoudingen en mogelijkheden t.a.v. de financiering, zoals deze in feite zakelijk liggen. De schrijver meent dat de financieringsmoeilijkheden van zich consoliderende of zelfs uitbreidende middengrote ondernemingen voor een belangrijk deel veroorzaakt worden door een te grote gehechtheid aan bepaalde fundamenteën in het persoonlijke vlak.

B a V - 2
E 320

Economie, oktober 1958

De recente modificatie in de conversietechniek der converteerbare obligatie

Bogaert, Drs K. A. M. — Na 1945 is in de clause, waarin de emittente van converteerbare obligaties zich het recht voorbehoudt, tot vervroegde aflossing over te gaan, een verfijning aangebracht. Naast het recht van vervroegde aflossing wordt namelijk het recht opgenomen om de origineel vastgestelde conversiekoers te verlagen voor die obligaties welke vervroegd worden afgelost.

In deze laatst aangebrachte verfijning der conversievoorwaarden zag Bervoets - blijkens een in 1955 in het M.A.B. verschenen artikel - een wijziging welke het karakter van de converteerbare obligatie als financieringsfiguur in wezenlijke zin beïnvloedt. Hij meent dat deze figuur nu nog slechts wordt benut met de bedoeling om op den duur permanent vermogen aan te trekken, en wel juist door de grootste en sterkste ondernemingen.

Na het verschijnen van het artikel van Bervoets hebben 28 nieuwe emissies van converteerbare obligaties plaatsgevonden, zodat het mogelijk is, de daarin neergelegde opvattingen kritisch te toetsen aan ander en uitgebreider documentatiemateriaal. In het onderhavige artikel wordt dit gedaan aan de hand van concrete gegevens betreffende 25 der recente emissies. De schrijver geeft daartoe eerst een analyse van de motieven welke aan

de uitgifte van een converteerbare obligatielening ten grondslag liggen, waarbij hij uitgaat van twee categorieën ondernemingen: de eerste categorie zou evenzeer een aandelenemissie kunnen plaatsen doch geeft om diverse redenen de voorkeur aan de converteerbare obligatie; de andere besluit tot uitgifte van converteerbare obligaties omdat de emissiemarkt voor aandelen gesloten blijkt.

Vervolgens vraagt de schrijver zich af, van welke omstandigheden het zal afhangen, of de debitrice gebruik maakt van de nieuwe clause, waarna de concrete gegevens tegen deze theoretische achtergrond worden gesteld.

De conclusie luidt, dat het recht van verlaging van de conversiekoers voor bepaalde ondernemingen een grote, voor andere ondernemingen een geringe of geen betekenis heeft. Voorts blijkt dat de vernieuwing van de conversietechniek geen garantie inhoudt, dat reële conversie door alle ondernemingen zal worden bereikt. Zowel financieel sterke als financieel zwakke ondernemingen bedienen zich van de converteerbare obligatie. Het is dus zeer de vraag of gesproken mag worden van een wezenlijke wijziging van het karakter van deze financieringsfiguur als gevolg van de verfijning der conversievoorwaarden.

B a V - 3d *Maandblad voor Accountancy en Bedrijfshuishoudkunde, november 1958*
E 325.242

VI. LEER VAN DE ORGANISATIE

Enige opmerkingen over de problematiek van het vergelijkend bedrijfseconomisch vestigingsplaatsonderzoek

K r u s e l, D r G. R. — Nadat in een vorig artikel werd ingegaan op de wenselijkheid en op enige concrete mogelijkheden van vergelijkend bedrijfseconomisch vestigingsplaatsonderzoek in Nederland, wordt de algemene problematiek van dit soort onderzoekingen in het onderhavige artikel besproken. Daarbij wordt tevens nader ingegaan op een tweetal in 1952 verschenen rapporten van het Engelse „National Institute of Economic and Social Research”.

Om de verschillen in rendabiliteit van de produktie als gevolg van verschil in vestigingsplaats volledig te kunnen beoordelen, is nodig vaststelling en analyse van de kosten- en opbrengstverschillen t.a.v. de benodigde investeringen op de te vergelijken vestigingsplaatsen. Dit vereist prognoses voor de toekomst, terwijl bovendien vele vestigingsfactoren moeilijk exact in cijfers zijn uit te drukken. Het financieringsaspect en de opbrengsten zijn evenzeer van belang als de kostenanalyse. In de besproken Engelse rapporten is alleen het verband tussen kosten en vestigingsplaatsen onderzocht. Dit is onvoldoende: marktanalyses zijn daarnaast noodzakelijk, zoals de schrijver nader illustreert met enige voorbeelden zowel t.a.v. de inkoop als de verkoop.

De beschouwingen leiden o.m. tot de conclusie, dat verantwoorde vestigingsplaatsonderzoekingen grote eisen stellen aan de deskundigheid van de onderzoekers, en dat het ontbreken van bedrijfseconomisch geschoolde vestigingsplaatsdeskundigen in ons land dus een sterke belemmering kan vormen voor onderzoekingen als in het onderhavige artikel beschreven. De schrijver gaat na, welke wegen tot verbetering van deze situatie openstaan en wijst op de mogelijkheid dat het bedrijfsleven deze arbeid zelf ter hand neemt, bv. door oprichting van een gemeenschappelijk researchinstituut. De voordelen hiervan ook vanuit scholingsgezichtspunt worden uiteengezet.

B a VI - 8 *Maandblad voor Accountancy en Bedrijfshuishoudkunde, november 1958*
E 643.3

The Need for Marketing Engineering

B u r g e r, H. G. — Het ontwikkelen, ter markt brengen en afzetten van produkten gebeurt heden ten dage net zo onsystematisch als de voortbrenging in engere zin was vóór het optreden van Frederic Taylor. De schrijver stelt dat het hoog tijd wordt voor een systematische en wetenschappelijke benadering der „marketing”-vraagstukken, en ontwikkelt een schema dat als uitgangspunt voor zulk een benadering kan dienen. Tot nu toe denkt men in middelen inplaats van in doelstellingen. Het is nodig om, uitgaande van de doelstelling, alle variabelen te onderscheiden die het bereiken daarvan kunnen beïnvloeden en de kennis omtrent die variabelen systematisch te ordenen en zo nodig uit te breiden of te verdiepen. De schrijver geeft een negental vragen omtrent de afzet van een produkt die als „variabelen” in deze zin kunnen worden beschouwd en illustreert de daarover bestaande kennis en de ordening daarvan met voorbeelden. Het resultaat van de beschreven systematisering zou een „handboek voor marketers” zijn dat voortdurend wordt aangevuld en waarin de beste oplossing voor elk produkt en elke situatie kan worden nageslagen zodra men genoeg gegevens heeft om het vraagstuk te kunnen „determineren”. Op deze wijze zal veel overbodige en weinig effectieve reclame achterwege kunnen blijven.

B a VI - 11 *The Journal of Marketing, januari 1959*
E 641.253

The Remembering and Forgetting of Advertising

Zielske, H. A. — In dit artikel worden de werkwijze en de resultaten beschreven van een studie welke erop gericht was vast te stellen hoe lang de mensen reclamebeelden onthouden en welk effect herhaalde reclame voor eenzelfde artikel heeft op het percentage „vergetende” verbruikers. Dezelfde serie advertenties werd daartoe aan twee - langs toevallige weg geselecteerde - groepen huisvrouwen toegezonden; de ene groep kreeg gedurende 13 opeenvolgende weken elke week een advertentie toegestuurd, de andere slechts eenmaal per 4 weken een gedurende een heel jaar. Door telefonische interviews werd geregeld nagegaan of vrouwen uit beide groepen zich het geadverteerde produkt herinnerden of niet.

De uitkomsten gaven aanleiding tot het opstellen van een aantal hypothesen. In de eerste plaats blijkt dat het essentieel is zich goed te realiseren wat men met de reclame wil bereiken. Gaat het erom, dat zoveel mogelijk mensen zich tenminste voor een korte tijd de reclame herinneren, dan is een korte, intensieve campagne die een groot aantal mensen bereikt beter. Is de bedoeling daarentegen, dat zoveel mogelijk mensen zich bijvoorbeeld een heel jaar lang het produkt herinneren, dan is het beter de reclame te spreiden over een langere periode en zich te richten tot een beperkte groep verbruikers.

Het bleek dat reclame heel snel wordt vergeten als ze niet voortdurend opnieuw gezien wordt.

Ba VI - 11
E 641.253

The Journal of Marketing, januari 1959

„Kostenverlaging”

Het november-nummer van het tijdschrift voor Efficiëntie en Documentatie is geheel gewijd aan het onderwerp „kostenverlaging”. Het opent met een tweetal algemene artikelen. Het eerste is gebaseerd op een artikel in het Amerikaanse blad „Factory”, het tweede handelt over kostenverlaging in verband met de Euromarkt. Verder bevat het nummer een zevental bijdragen over het streven naar kostenverlaging bij bepaalde bedrijven, te weten Fokker, Sikkens lakfabrieken, van Gend en Loos, de Twentse Bank, de Stect Julien-Handelsvereniging N.V. en de Remington Rand fabrieken. Een bijdrage van de Unilever handelt over methodestudie in de distributie. Tenslotte zijn er twee artikelen - van resp. Droste en Albert Heyn - waarin wordt gewaarschuwd tegen bepaalde gevaren die het streven naar kostenverlaging met zich kan brengen. In het eerstbedoelde artikel wordt het belang van het kwaliteitsaspect op de voorgrond geplaatst; in het licht daarvan wordt o.m. het tarifieringsvraagstuk besproken. Het laatste artikel tenslotte handelt over het gevaar van bureaucratisering dat inherent is aan de efficiency-arbeid.

Ba VI - 13
E 643.01

Tijdschrift voor Efficiëntie en Documentatie, november 1958

Het Commissariaat in de Naamloze Vennootschap

Grosheide, G. H. H. — Hier wordt aan de hand van literatuur en jurisprudentie de vraag behandeld of „toezicht” een van de essentialia van het commissariaat in de Nederlandse naamloze vennootschap is, en wat onder „toezicht” moet worden verstaan. Voorts wordt in het kort ingegaan op de feitelijke verhoudingen in de praktijk. De schrijver concludeert o.m., dat indien men de „toezicht”-taak van commissarissen wil handhaven, het althans noodzakelijk zal zijn dat het begrip „toezicht” nauwkeurig in de statuten wordt beperkt en gedefinieerd.

Ba VI - 14
E 642.412

De Naamloze Vennootschap, oktober 1958

Problems of Resale Price Maintenance

Lee, S. M. — In dit artikel wordt geschetst, hoe in de Verenigde Staten het streven naar de handhaving van vastgestelde verkoopprijzen door meer en meer fabrikanten wordt opgegeven. De belangrijkste invloed in dit opzicht gaat uit van de „discount houses”, die artikelen zonder door de fabrikant vastgestelde prijs op de voorgrond brengen ten koste van de produkten waarvoor wel een prijs is voorgeschreven. Meer en meer fabrikanten gaan er toe over, de detaillist een lagere verkoopprijs toe te staan dan in diens prijscourant is vermeld; aldus tracht men de verbruiker te suggereren dat hij extra voordeel geniet, zonder echter de verkoopprijs geheel aan de detailhandelaar over te laten.

Ook hieraan zijn echter kosten en moeilijkheden verbonden, zodat het aantal der producenten die de gehele prijs handhaving loslaten, groeiende is.

Ba VI - 15
E 638.121

The Journal of Marketing, januari 1959

Accounting and New Management Attitudes

Trueblood, Robert M. — In dit artikel wordt gewezen op de belangrijke rol die de mensen in administratieve topfuncties kunnen spelen bij de ontwikkeling van de bedrijfsleiding, indien zij voldoende vooruitstrevend zijn. De administratie is niet langer uitsluitend een beheersfunctie. Meer en meer kan zij tevens bijdragen tot de goede voorbereiding der te nemen beslissingen en dus tot de effectiviteit van de leiding. Dit hangt o.m. samen met de verandering die zich voltrekt in de wijze waarop de leiding der bedrijven de problemen benadert en oplost. Hierbij wordt steeds meer gebruik gemaakt van nieuwe technieken welke afkomstig zijn uit andere wetenschappen. Voor deze nieuwe benadering zijn nieuwe administratieve gegevens nodig, terwijl ook in de bestudering van de technieken zelf en hun toepassingsmogelijkheden een arbeidsterrein voor de administratief geschoolde functionarissen kan liggen. Aan de hand van voorbeelden - o.m. op het gebied van de voorraadadministratie - verduidelijkt de schrijver zijn visie op deze nieuwe ontwikkeling van de administratieve functie. Ook bij de invoering van elektronische administraties is uiteraard een vooruitstrevende instelling van de administratieve mensen een eerste vereiste.

De schrijver bepleit de uitbreiding van stelselmatige en collectieve researcharbeid door accountants en andere administratief geschoolden, zodanig dat zij het bedrijfsleven vóór komen en -blijven wat betreft de kennis van nieuwe mogelijkheden en methoden. Ook dienen zij het wetenschappelijk onderzoek aan universiteiten en hogescholen actief te steunen en het onderwijs te helpen richten op de eisen van het beroep in de toekomst.

Ba VI - 16/17

The Journal of Accountancy, oktober 1958

E 722

VII. LEER VAN DE ARBEIDSVOORWAARDEN

Employees' Interest in the Business: Financial and Other Information

Flint, C. — In deze vrij uitvoerige beschouwing over het verstrekken van inlichtingen en gegevens betreffende het bedrijf aan de werknemers worden eerst de motieven die tot een dergelijke politiek kunnen leiden, geanalyseerd. Aan de hand van Britse en Amerikaanse publikaties wordt o.m. vastgesteld dat het er in het algemeen om te doen is, de belangstelling van de employés voor het bedrijf te wekken en te stimuleren. Vervolgens wordt nagegaan, over welke onderwerpen in feite door bedrijven gegevens aan hun employés worden verstrekt en welke communicatiemiddelen daarbij worden gebruikt. De voor- en nadelen en beperkingen van de verschillende communicatiekanalen worden besproken. Gesteld wordt dat het effect van het verstrekken van inlichtingen en gegevens aan employés in sterke mate afhankelijk is van de menselijke verhoudingen in het bedrijf, en met name van de mate van wederzijds vertrouwen welke tussen de leiding en de employés bestaat. Het geven van voor de employés onbegrijpelijke inlichtingen blijft uiteraard zonder effect. Dit is veelal een gevaar bij het verstrekken van financiële gegevens indien dit zonder voldoende toelichting plaatsvindt. Op de mate waarin en de wijzen waarop financiële gegevens het best aan employés verstrekt kunnen worden wordt in het artikel vrij uitvoerig ingegaan, gedeeltelijk aan de hand van door het British Institute of Management gepubliceerd feitenmateriaal. Een belangrijk facet van het vraagstuk is de vorming van de werknemers op zodanige wijze dat zij op den duur de verstrekte gegevens beter gaan begrijpen. Deze vorming kan slechts voor een deel door de bedrijfsleiding geschieden; informele besprekingen tussen employés onderling zijn daarbij onmisbaar en dienen dus te worden aangemoedigd.

Ba VII - 1

The Accountant's Magazine (Scotland), november 1958

E 641.216

Co-partnership?

Kruize, F. H. — Onlangs is een rapport verschenen, samengesteld door een sub-commissie van de Commissie Bezitsspreiding, waarin o.m. feitelijke gegevens worden verstrekt en besproken van de hier te lande bestaande en bestaand hebbende ondernemingen waarin „Co-partnership” is toegepast. Mede aan de hand hiervan bespreekt de schrijver in dit artikel een drietal vraagpunten.

In de eerste plaats wordt nagegaan, of werknemersaandelen als volwaardige aandelen kunnen worden beschouwd. Er blijkt een zeer grote verscheidenheid in rechten en verplichtingen van deze aandelen te zijn; het gevaar dreigt dan ook dat de werknemersaandelen „tweederangsaandelen” worden, waarmede de waarde van het systeem voor de opheffing van sociale spanningen hoogst twijfelachtig zou worden.

Vervolgens wordt ingegaan op de vraag, hoe de werknemer over co-partnership oordeelt. Mede op grond van Duitse publikaties concludeert de schrijver dat de waarde van het systeem als vorm van medezeggenschap zeer gering te achten is en ook door werknemers in het algemeen niet hoog wordt aangeslagen.

Op de vraag of co-partnership voor elke onderneming geschikt is, wordt geantwoord dat zij het beste kan worden toegepast in kleine ondernemingen. Deze lopen dan echter gevaar, in hun groei te worden belemmerd.

Ba VII - 3

De Naamloze Vennootschap, november 1958

E 641.216.3

m a b blz. 100