

DE AMSTERDAMSE SCHOOL IN EVOLUTIE

door Prof. Dr. W. J. v. d. Woestijne

Het verschijnen van de vijfde, geheel nieuw bewerkte druk van „De leer van de kostprijs” onder de gewijzigde titel: „Kosten en Kostprijs” door Prof. Dr. H. J. van der Schroeff is meer dan een incidenteel gebeuren. Het betekent het voortzetten van een ontwikkeling, die door sommigen als een vooruitgang en door anderen als een verzwakking zal worden gewaardeerd.

Wat is immers het geval? Zonder twijfel is de z.g. Amsterdamse school, de school van Limperg. Nu was Limperg, ook daarover is geen twijfel, een dogmatisch theoreticus. Iedere stichter van een school is een dogmaticus en hij moet dat zijn. Zonder een absoluut vasthouden aan een gekozen uitgangspunt bouwen men nu eenmaal geen systeem dat kenmerkend voor een school is, op.

Maar, in empirische wetenschappen blijft er altijd een spanning bestaan tussen het beeld dat de ervaring vertoont en het denk-beeld dat de theoreticus zich vormt.

Aanvankelijk is dit verschil nog klein. De theorie geeft dan een goede verklaring van de verschijnselen. Hieraan dankt de dogmatische stichter van een school zijn succes. Maar bij de verdere uitwerking van de theorie en bij nauwkeuriger confrontatie met de ervaring, worden de verschillen groter. Hoeveel te meer geldt dit voor maatschappijwetenschappen waarin de basis voor onze ervaring zelve, nl. de maatschappij, aan een dynamisch proces is onderworpen.

De tweede generatie van de meesters van de school zullen in eerste instantie proberen om de geconstateerde verschillen door interpretatie van de theorie, dus binnen de theorie, tot oplossing brengen. Maar, tenzij het steriele epigonen zijn, ontkomen zij niet aan het noodlot om de theorie zelve te herzien. Deze verliest daardoor aan bekoorlijke en eenvoudige strakheid, maar wint aan realiteitsgehalte. Dit verklaart waarom sommigen hier zullen spreken van een verzwakking of verwatering en anderen van een vooruitgang.

Dit natuurlijke proces is bij de Amsterdamse school langzaam, om niet te zeggen moeizaam verlopen. Deels kan dit verklaard worden uit de grootsheid van de conceptie van Limperg en haar praktische bruikbaarheid enerzijds en uit Limperg's krachtige persoonlijkheid anderzijds. Door af te wijken van de leer kon zo, neen moest zo, een persoonlijke controverse ontstaan. Hieraan zijn Limperg en v. d. Schroeff niet ontkomen. Dit was voor beiden te tragischer, omdat v. d. Schroeff als zeer trouwe leerling van zijn grote meester begonnen is.

Maar reeds in zijn „Kwantitatieve verhoudingen en economische proportionaliteit” (1955) aanvaardt v. d. Schroeff impliciete gedachten, die aan het door Limperg verfoeide marginalisme zijn ontleend. En thans is de verandering van de titel van „De leer van de kostprijs” in „Kosten en Kostprijs” meer dan een kwestie van woorden. „De leer van de kostprijs” is van Limperg, „Kosten en Kostprijs” is van v. d. Schroeff, zoals hij zich ontwikkeld heeft.

Maar, hoezeer v. d. Schroeff door zijn andere persoonlijkheid en zijn verdere studie, ook van Limperg af moge wijken, zijn eerbied voor zijn - en onze - meester, is onverlet gebleven. En zo is „Kosten en Kostprijs” een standaardwerk van de Amsterdamse school anno 1964 geworden.

Bij al wat zich ontwikkelen kan vindt de evolutie geen einde, tenzij in de dood.

En zo zal ook de Amsterdamse school zich verder moeten evolueren, tenzij er van geen Amsterdamse school meer sprake kan zijn. Dit stelt ons, bij het beschouwen van dit standaardwerk voor een principieel probleem. Moeten wij het zwaartepunt leggen op de evolutie die zich thans reeds heeft voltrokken, of moeten wij trachten aan te geven in welke richting een verdere evolutie mogelijk en waarschijnlijk ook wenselijk is? Kiezen wij voor het laatste, dan dreigt het gevaar dat men onze beschouwing als critiek op v. d. Schroeff op zal vatten. Ten onrechte! Wie wijst op verder en hoger gelegen toppen, doet daarmee niets af aan waardering voor de prestaties van bergklimmers die hun voorlopig einddoel nog niet hebben bereikt. Kosten en Kostprijs is een voorlopig rustpunt, geen eindpunt in de ontwikkeling van de Amsterdamse school. Het is, voor iedere rechtgeaarde Limpergiaan een moeilijk bereikbaar voorlopig rustpunt gebleken.

De grote betekenis van Limperg is o.i. geweest dat hij de bedrijfseconomie als een zuiver *economische* theorie heeft opgevat. Dit verklaart zijn verzet tegen alle praktische vaardigheden, die geen wetenschappelijke fundering hadden en die in „kunstleren” waren samengevoegd. Het meest critische moment in de goederenstroom is het moment van de ruil. De verhoudingen van dat ogenblik zijn beslissend. Winst is primair transactiewinst en wel transactiewinst bij een rationele bedrijfsvoering en bij normale bedrijfsbezetting.

Op deze stempel heeft Limperg zijn kostenbegrip geslagen. Limperg verzet zich er fel tegen om de hoogte van de kostprijs afhankelijk te stellen van de feitelijke situatie op de verkoopmarkt, wat ertoe leidt dat men al naar de situatie een andere kostprijs zou hebben.

Er is maar één kostprijs, één wetenschappelijke kostprijs gebaseerd op de vervangingswaarde althans voor zoverre de vervanging zelve rationeel is. Dit dogmatisme heeft sanerend gewerkt, maar het feit dat het bedrijfsleven, voor andere beslissingen dan die van de aanbiedingsprijs, behoefte aan kennis van de kosten heeft, kwam in verdrukking. Van der Schroeff gebruikt nu naast het engere begrip kostprijs het ruimere begrip kosten. Bij Limperg en ook bij v. d. Schroeff, vormt de kostprijs de basis, het uitgangspunt voor de aanbiedingsprijs. Nu doet zich hier een vraag voor nl. hoe komen wij van de kostprijs tot de aanbiedingsprijs? Anders gezegd: wat zijn de determinanten van de aanbiedingsprijs? Op deze vraag heeft de Amsterdamse school geen principieel antwoord. Dit zou voor de bedrijfseconomie nog zo erg niet zijn, als het bepalen van de aanbiedingsprijs geen *bedrijfseconomisch* vraagstuk zou zijn, maar het is dit wel. Een bedrijfseconomische theorie, die dit moeilijke, maar voor het bedrijfsleven essentiële vraagstuk omzeilt, is niet volledig.

Met onze kennis van kosten en kostprijs zijn wij nog maar halfweg op de berg.

Een moeilijkheid om de aanbiedingsprijs uit de kostprijs af te leiden is het maatschappijbeeld dat de achtergrond van de theorie van Limperg vormt. Impliciet neemt Limperg aan, dat de aanbieder invloed op de prijs van zijn product uit kan oefenen. Hij is prijssteller. Ware hij hoeveelheidsaanpasser dan zou de prijs voor zijn product een gegeven grootte zijn. De kostprijs zou dan geen basis zijn voor de *aanbiedingsprijs*, maar een basis voor de te produceren *hoeveelheid*. Als prijssteller heeft de aanbieder met twee determinanten te maken nl. enerzijds met zijn kostprijs en anderzijds met de reactie van de vragers op prijsveranderingen. Deze tweede determinant valt buiten het onderzoekgebied van de Amsterdamse school. Zolang wij deze tweede determinant evenwel niet in onze be-

schouwingen betrekken, kunnen wij het bedrijfseconomisch vraagstuk van de aanbiedingsprijs niet oplossen. Hier blijkt de scheidingslijn, die Limperg tussen de bedrijfseconomie en de sociale economie getrokken heeft, ondoelmatig om een essentieel bedrijfsprobleem op te lossen. Maar, het maatschappijbeeld van Limperg geeft nog een tweede principiële moeilijkheid. Terwijl Limperg impliciet aanneemt dat de ondernemer als *aanbieder* invloed op zijn verkoopprijs kan uitoefenen en deze prijs dus voor hem geen gegeven grootheid is, maar afhangt van zijn kostprijs en van de reactie van zijn afnemers, treedt hij als *vrag*er van productiemiddelen op een markt waar de prijzen wel als gegeven grootheden, dus onafhankelijk van het gedrag van de vrager worden beschouwd.

Bij Limperg is dus de structuur van de inkoopmarkt een principieel andere dan de structuur van de verkoopmarkt.

Maar, wat voor de ene ondernemer een inkoopmarkt is, is voor een andere een verkoopmarkt. Limperg neemt dus tegelijkertijd aan dat de prijs op een markt wel en niet te beïnvloeden is, en wel al naar gelang wij een markt zien als verkoopmarkt dan wel als inkoopmarkt. Deze contradictie behoeft geen invloed op de analyse te hebben als wij aannemen dat de vrager naar een bepaald productiemiddel slechts een kleine hoeveelheid vraagt in verhouding tot het totale aanbod. Zo mogen wij van wereld-grondstoffen de marktprijs op een bepaald ogenblik als de vervangingsprijs beschouwen.

Maar de situatie wordt anders wanneer een vrager een belangrijke invloed op zijn inkoopmarkt kan uitoefenen, m.a.w. wanneer de vrager groot is t.a.v. de markt waarop hij als vrager optreedt. Hij kan dan zijn vervangingsprijs zelf „maken”, althans beïnvloeden.

Nu kan men stellen dat deze gevallen zich in de *practijk* weinig voordoen en waar zij zich voordoen die invloed van de vrager op een bepaalde vervangingsprijs meestal klein is en dat bovendien deze kleine invloed op de totale kostprijs weer van een verdwijnend kleine invloed is. Voor de *practijk* mag men dan ook dit verschil in structuur tussen inkoop- en verkoopmarkt verwaarlozen.

Maar ook theoretisch is dit bezwaar op de grondslag van de vervangingswaarde o.i. te ondervangen, mits wij het principiële uitgangspunt maar in het oog houden. Niets belet immers bij het bepalen van de vervangingsprijs rekening te houden met de eigen invloed op die prijs! De marktprijs op de inkoopmarkt is dan de *basis* voor het bepalen van de vervangingswaarde. Wie op goede gronden, bijv. wegens ervaringen, weet dat hij een extra korting van 2% zal weten te bedingen, dient met die wetenschap rekening te houden bij het bepalen van de vervangingswaarde. Deze oplossing ligt zo zeer in het wezen van de theorie van de vervangingswaarde, dat wij ons kunnen indenken dat de critiek van het structurele verschil tussen inkoop- en verkoopmarkt als een misverstand kan worden beschouwd, veroorzaakt door een niet uitwerken van de invloed van de marktstructuur door Limperg.

Dat de theorie van de *aanbiedingsprijs* niet gegeven is, is evenmin critiek, maar wijst op een noodzakelijke verdere uitbouw. Hierbij zal het gaan om het maximeren van de winst. Dit volgt uit het economisch motief. Zodra wij evenwel voor maximeringsvraagstukken staan en wij willen die in een wiskundige vorm brengen, dan ontstaan daarbij differentiaalvergelijkingen. In differentiaalvergelijkingen treden grootheden op die wij in de economie „marginale” noemen. Zo is de eenvoudigste wiskundige vergelijking voor de winst: „Opbrengst min Kosten” of

pq — K. Willen wij de winst maximeren door variëren van de omvang van de productie, dan krijgen wij de differentiaalvergelijking $\frac{d.pq}{dq} = \frac{dk}{dq}$, of in woorden: Grensopbrengst is Grenskosten.

Zo ook v. d. Schroeff op blz. 362.

Maar niet alleen bij het maximeren van de winst, maar bij alle optimeringsvraagstukken treden zodra wij deze in wiskundige vorm brengen, differentiaalvergelijkingen op.

Dit betekent dat in ieder optimeringsvraagstuk marginale of grenswaarden op zullen treden. Het is zeer te betreuren, dat Limperg dit niet heeft ingezien en zich krampachtig bleef verzetten tegen alles wat marginaal was. Daardoor was het hem ook niet mogelijk de fouten in verschillende marginale beschouwingen expliciet aan te geven.

Van der Schroeff heeft de Nederlandse bedrijfseconomie uit deze anti-marginale krampsituatie verlost. En nu dit eenmaal gebeurd is, kunnen wij hier verder door er op te wijzen dat men in de bedrijfseconomie dikwijls met discontinu-variabele grootheden te maken heeft. Dit betekent dat de wiskundig gemakkelijker differentiaalvergelijkingen door differentie-vergelijkingen moeten worden vervangen. Zo kan men bijv., v. d. Schroeff wijst er terecht op, de productie niet met een oneindig kleine hoeveelheid laten variëren. Ook techniekveranderingen verlopen discontinu evenals veranderingen in de verkoopomstandigheden (prijzen, marges, reclame, aantal reizigers etc.).

Bij zulke discontinu-variërende grootheden dient men zich altijd af te vragen binnen welke grenzen, resp. onder welke hypothesen, het differentiëren wiskundig toelaatbaar is. Verder dient men zich rekenschap te geven van de *economische* betekenis van wiskundige bewerkingen. Zo maakt het bijv. een groot verschil of men de opbrengst differentieert naar de hoeveelheid dan wel naar de prijs. In het eerste geval hebben wij de grensopbrengst van de hoeveelhedaanpasser en in de tweede die van de prijssteller. Zodra wij met v. d. Schroeff erkennen dat de voor winstmaximalisatie gunstigste bedrijfsomvang daar verkregen wordt waar de differentiële opbrengst gelijk is aan de differentiële kosten, krijgt o.i. ook de z.g. direct costing of variabele kostencalculatie een grote betekenis voor de prijs-politiek. Natuurlijk zou verkoop tegen variabele kosten een verlies betekenen, maar het is ook een grove misvatting dat het hier gaat om een gelijkstelling van de *prijs* met de differentiële kosten. *Niet de prijs maar de differentiële opbrengst moet daaraan gelijk gesteld worden.*

Nu begrijpen wij wel hoe dit misverstand, dat de reactie van Limperg verklaarbaar maakt, in de wereld is gekomen. Bij volkomen concurrentie is de prijs voor de individuele aanbieder een gegeven. Hij moet zijn hoeveelheid bij deze gegeven prijs aanpassen. Voor zulk een hoeveelhedaanpasser volgt uit het differentiëren naar de *hoeveelheid* dat de prijs gelijk is aan de differentiële kosten. Dit betekent *niet* dat de ondernemer zijn prijs op die hoogte moet stellen, want uit de gemaakte veronderstellingen blijkt, dat wij in deze casuspositie de prijs als een gegeven moeten beschouwen.

De gelijkheid van prijs en differentiële kosten betekent in dit geval wel, dat de ondernemer zijn hoeveelheid zodanig moet uitbreiden tot zijn marginale kosten gestegen zijn tot de hoogte van de gegeven prijs.

Van der Schroeff heeft nu op tweeërlei wijze de weg voor het bestuderen van de aanbiedingsprijs vrij gemaakt, nl. enerzijds door de anti-marginale houding van de Amsterdamse bedrijfseconoom te verzachten en anderzijds door expliciet aandacht te vragen voor de Direct costing.

Uit het voorgaande volgt dat wij aan bepaalde vormen van de direct costing grote betekenis toekennen voor het bepalen van de productieomvang en voor de hoogte van de aanbiedingsprijs.

Betekent dit nu dat wij voor deze vraagstukken aan „de” kostprijs, d.w.z. aan de integrale kosten op het moment van de ruil geen betekenis toe zouden kennen? Geenszins. Maar er zijn twee vraagstukken, die tot twee verschillende antwoorden leiden.

De eerste vraag is: Moeten wij een artikel in ons assortiment opnemen. De tweede vraag is: Gegeven het feit dat wij, om welke reden ook, een artikel in ons assortiment hebben, wat is dan de optimale prijs.

De eerste vraag zal onder bepaalde voorwaarden, waarop wij nog terug komen, bevestigend beantwoord worden als de prijs gelijk of groter dan de integrale kosten is. Voor het beantwoorden van deze vraag is de Limpergiaanse kostprijsbepaling een basis.

Voor het beantwoorden van de tweede vraag, dus die naar de optimale prijs bij prijspolitiek, hebben wij met marginale resp. differentiegegevens te maken. De constante kosten vallen daarbij uit en de basis voor de aanbiedingsprijs wordt gevormd door een of andere variant van de variabele kosten. Twee verschillende vragen, twee verschillende antwoorden en twee verschillende kostenbegrippen nl. de integrale kostprijs en de variabele resp. differentiële kosten.

Hoe komt het nu dat Limperg aan de eerste vraag zoveel en aan de tweede geen aandacht heeft geschonken? Wij zien hiervoor twee redenen. De eerste is dat Limperg's beschouwingen, zoals bij vele klassieke economen, gericht zijn op de „long term” verhoudingen. Daarin valt de problematiek van een artikel in het assortiment *hebben* samen met de problematiek van een artikel in het assortiment *opnemen* resp. *afstoten*.

Wij *hebben* ieder artikel dat wij rationeel dienen op te nemen en wij hebben geen artikel dat wij rationeel zouden moeten afstoten. Een speciale problematiek van wat we met een artikel moeten doen dat we, gegeven de situatie, niet zouden opnemen resp. zouden moeten afstoten is er dan niet.

De tweede reden is dat de bedrijfseconomische theorie zich bijna uitsluitend bezig houdt met de problemen van het *industriële bedrijf* en die van het *handelsbedrijf* weinig of geen aandacht schenkt. Ook bij v. d. Schroeff is dat het geval. Nu geven wij graag toe, dat er vele vraagstukken zijn, die voor het handelsbedrijf niet anders liggen dan voor het industriële. In die gevallen behoeven wij geen speciale aandacht te schenken aan de bijzondere problematiek van het handelsbedrijf. Maar, zodra het assortiment in het geding is, is dit anders.

In principe kan het industrieel bedrijf ieder artikel in zijn assortiment op zich zelf beschouwen. De rentabiliteit van een artikel kan dan eveneens los van die van andere artikelen worden beoordeeld. Voegt men een artikel toe om op die manier tot een betere bezetting van de productiefactoren te komen, dan zijn dit voordelen van de *samengevoegde* productie, die logischerwijze aan beide producten dienen te worden toegerekend. Alleen als technisch-noodzakelijk de productie van het ene artikel aan die van het andere gebonden is, staan wij voor de in principe

onoplosbare verdeling van de *gemeenschappelijke* kosten. Nu is het merkwaardig, dat Limperg, die bijna overal zich verzet om een *technisch* criterium als grondslag voor een *economische* beschouwing te maken (economische voorraad versus technische voorraad; moment van de ruil versus moment van de productie; moment van het ontstaan van een economische vervangingsplicht versus de technische vervanging; economisch equivalente vervanging versus technisch gelijke vervanging; economische slijtage versus technische slijtage) juist hier bij het onderscheid tussen samengevoegde en gemeenschappelijke kosten op een zuiver technische omstandigheid teruggrijpt.

Toch was het aan Limperg niet onbekend, dat dit criterium een zwakke zijde heeft. Wij hebben dit persoonlijk ondervonden, toen wij voor het vraagstuk stonden van de verbijzondering van de kosten van een dagblad over de kostendragers: textpagina en advertentiepagina. Wij stelden ons op het standpunt dat een blad denkbaar was dat uitsluitend uit text bestaat, resp. uitsluitend uit advertenties. Op grond van Limperg's definitie stelden wij dat de verbinding niet technisch noodzakelijk, maar economisch rationeel was en dat wij dus niet met gemeenschappelijke maar met samengevoegde kosten te maken hadden. Wij zagen ook in het feit dat de verhouding tussen aantal textpagina's en aantal advertentiepagina's variabel is, een versterking van ons standpunt.

In een discussie met Limperg keerde deze zich tegen ons. Hij erkende dat er geen technisch noodzakelijk verband was tussen het aantal text- en het aantal advertentiepagina's, maar hij sprak als zijn oordeel uit dat wij hier, desondanks, met gemeenschappelijke kosten te maken hebben en wel op grond van het feit dat een blad zonder text resp. een blad zonder advertenties, geen dagblad zou zijn.

Toen wij wezen op het ontbreken van een technisch noodzakelijke verbondenheid, zoals bij cokes en gas of bij chocoladepoeder en cacaoboter het geval is, liet hij deze technisch noodzakelijke verbondenheid als criterium vallen zonder er evenwel een ander voor in de plaats te stellen.

Nu zagen wij destijds dit bestaan van gemeenschappelijke kosten bij een ontbreken van een technisch noodzakelijk verband als een uitzondering. Het dagblad heeft zoveel typische bijzonderheden dat het moeilijk is om te zien dat de problematiek waar wij destijds voor stonden een gevolg was van de economische verbondenheid van het „assortiment” van de krant en dat bestaat uit text en advertenties. Maar het bestuderen van de bedrijfseconomische problemen van het handelsbedrijf leerde ons dat wij de invloed van het ene deel van het assortiment op het andere niet mogen verwaarlozen. Duidelijk blijkt dit uit de volgende casuspositie.

In het algemeen is het voor een industrieel bedrijf niet noodzakelijk om *duurzaam* artikelen te produceren die hun kosten niet goed maken. Goederen, die onder gemeenschappelijke kosten worden voortgebracht, vormen hier geen uitzondering omdat daarvan niet vastgesteld kan worden wat ieders kosten zijn. Bestuderen wij evenwel een handelsbedrijf dan zien wij, bijna zonder uitzondering, dat er artikelen zijn, die hun kosten niet goed maken. Zelfs als wij alleen de directe kosten in ruime zin nemen (inkoop, kosten van opslag, factureringskosten) dan nog dekken die artikelen dit deel van de kosten niet. Zelfs als de ondernemer dit weet (wat niet altijd het geval is) dan nog denkt hij er niet aan die artikelen uit zijn assortiment te verwijderen. Zij zijn nl. noodzakelijk om

de andere artikelen te verkopen! Hier treedt een verbondenheid binnen het assortiment op die in het industriële bedrijf in het algemeen ontbreekt. Onderzoekt men de zaak nader, dan zou het veelal wel mogelijk zijn het winstgevende artikel alleen te verkopen mits men extra verkoopkosten zou maken. Deze extra verkoopkosten kan men sparen door het verliesgevende artikel. Nu zou men kunnen stellen dat de niet gedekte kosten op dat artikel verkoopkosten van het winstgevende zijn. Zouden nu steeds beide artikelen gecombineerd verkocht worden of in een zelfde verhouding aan de zelfde groep afnemers worden afgezet, dan zou dit ook nog geen probleem geven. Maar aan die voorwaarde is niet voldaan. Beide artikelen worden ook onafhankelijk van elkaar verkocht. Er is zo binnen het assortiment een verbondenheid van de kosten die *niet* technisch onvermijdelijk is en die toch niet per artikel verbijzonderd kunnen worden, zodanig dat de winstgevende van de verliesbrengende artikelen gescheiden kunnen worden. Dit verband kan noch zuiver als gemeenschappelijk noch zuiver als samengevoegde kosten worden beschouwd.

Terwijl de kostprijs van een industrieel product, gedefinieerd als de integrale kosten op het moment van de ruil, een basis biedt om te bepalen of een artikel duurzaam in het assortiment opgenomen moet blijven en dus om de eerste vraag te beantwoorden, is dit t.a.v. het handelsassortiment in het algemeen niet het geval. Afgezien van de vraag of die kosten nauwkeurig genoeg te bepalen zijn, wordt de beslissing om een artikel in het assortiment op te nemen, resp. daarin te houden, *mede* door andere factoren bepaald.

Voor de vraag hoe de verkoopprijs vastgesteld moet worden als een artikel eenmaal, op welke gronden ook, in het assortiment is opgenomen, dus voor het beantwoorden van de tweede vraag, dient niet de integrale kostprijs maar dienen de variabele kosten als uitgangspunt. Stellen wij de variabele kosten V gelijk aan de inkoopprijs, eventueel in bijzondere gevallen verhoogd met duidelijke variabele kosten, en noemen wij de elasticiteit van de afzet e , dan is de

prijs die tot een maximering van de winst voert gelijk aan $\frac{e}{e-1} V$, d.w.z. de

inkoopprijs wordt met een voor het artikel constante factor $\frac{e}{e-1}$ vermenigvuldigd om de optimale verkoopprijs te verkrijgen. In de elasticiteit van de afzet komt de reactie van de afnemers op de prijs volledig tot uitdrukking.

Wij hebben deze opmerkingen over het verschil tussen het industriële en het handelsassortiment gemaakt om duidelijk uit te laten komen dat t.a.v. het kostenprobleem er tussen industrie en handel een principieel verschil is. Hieraan zou minstens een afzonderlijk hoofdstuk gewijd moeten zijn. Men beschouwe evenwel het ontbreken daarvan bij v. d. Schroeff niet als een verwijt, maar als het aanduiden van de weg die wij o.i. verder moeten gaan. Binnen het kader van de voornamelijk industrieel georiënteerde bedrijfseconomie zou in vele gevallen reeds veel gewonnen zijn indien in de administratie, gericht op het bedrijfsbeleid, een scheiding aangebracht werd tussen de fabricage- en de verkoopafdeling. De productie van de fabricageafdeling is heterogeen en wordt gemeten in evenveel verschillende eenheden als er verschillende producten worden voortgebracht. De prestaties van de verkoopafdeling kunnen homogeen gemeten worden in geldbedragen. In de fabricageafdeling zijn belangrijke delen van de constante offers gebonden aan bepaalde producten of groepen van pro-

ducten. Bij verschuivingen in het productie-assortiment kunnen overdekking en onderdekking van de constante offers naast elkaar voorkomen. In de verkoopafdeling komt dit verschijnsel veel minder voor nl. alleen daar waar bepaalde kosten, bijv. reclamekosten, voor een zeer bepaalde groep producten worden gemaakt. De moeilijkheden die v. d. Schroeff o.i. terecht ziet als de omvang van de productie niet samenvalt met die van de omzet, treden hoofdzakelijk bij de fabricageafdelingen op. In de handelsafdeling zijn deze moeilijkheden niet aanwezig of althans veel kleiner omdat hier de „productie” van de afdeling juist in het verkopen, dus in de afzet gelegen is.

Wanneer men deze beschouwing over „Kosten en Kostprijs” van v. d. Schroeff samen zou vatten met te zeggen dat wij blijkbaar nog slechts halverwege gevorderd zijn, dan zijn wij het daarmee eens, evenwel met de restrictie dat de woorden „nog slechts” dienen te vervallen. De betekenis van v. d. Schroeff zien wij in het feit dat hij de scholastische leerstelling van Limperg heeft doorbroken, zonder de grootheid van onze meester en de betekenis van diens theoretische beschouwingen ook maar in het minst aan te tasten.