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.

B. BEDRIJFSHUISHOUDKUNDE

a. ALGEMENE BEDRIJFSHUISHOUDKUNDE

III. WAARNEMINGSMIDDELEN

Accounting reports . . . . . Do they communicate?

Graswell, A.T.- Het is het doel van dit artikel te wijzen op één van de oorzaken van de communicatiestoornissen tussen de opstellers en de gebruikers van administratieve verslagen, waaronder jaarverslagen. In hoeverre deze verslagen informatie verschaffen is afhankelijk van de mate waarin rekening gehouden wordt met de toekomstige gebruikers ervan en hun eisen.

De samenstellers schieten vaak tekort doordat zij er geen rekening mee houden dat de eisen van de toekomstige gebruikers verschillen, naarmate zij zich binnen of buiten het bedrijf bevinden of tot de bedrijfsleiding behoren. Deze eisen zijn afhankelijk van de aard van de beslissingen die de gebruikers moet nemen. De verstrekte gegevens kunnen niet dezelfde zijn voor bijv. beleggers, werknemers, administrateur en afnemers.

Op de inhoud van de informatie en de afstemming daarvan op verschillende groepen van gebruikers, waardoor de communicatie tot stand wordt gebracht, wordt aan de hand van de visies van deskundigen ingegaan. Voor de identificatie van deze categorieën gebruikers en de dosering van de voor hen bestemde informatie worden enkele eenvoudige regels gesteld.

Ba III - 1 *The Chartered Accountant in Australia, december 1969*
E 77

V. LEER VAN DE FINANCIERING

An investment analyst looks at company accounts

Titcomb, S.J. - Beleggingsdeskundigen hebben tot taak de relatieve waarde van effekten te schatten; naar soort, naar bedrijfstak en uiteindelijk per afzonderlijk bedrijf. In Engeland hebben deze in 1956 een vereniging gesticht die mede-oprichter is van de European Federation of Financial Analyst Societies. Deze organisatie heeft tot doel het opstellen van standaards, verbeteren van informatie en internationale unificering van het beleggingsonderzoek.

Er bestaat een verschil in benadering van de jaarcijfers tussen de administrateur en de beleggingsdeskundige; eerstgenoemde beziet elk jaar afzonderlijk, terwijl de laatste geinteresseerd is in de winsten gedurende een reeks van jaren en de indikatie daaruit voor de toekomstige rentabiliteit.

Aan de hand van enige onderdelen van de resultatenrekening geeft de schrijver aan hoe de presentatie zinvoller kan worden zonder de belangen van de onderneming te schaden. Zo wenst hij meer informatie omtrent de toegepaste afschrijvingspercentages, de samenstelling van de omzet, de inkomsten uit hoofde van deelnemingen e.d. en de belastingvoorzieningen.

De balans geeft de beleggingsdeskundige waardevolle gegevens over de samenstelling van het vermogen en de rentabiliteit van het eigen vermogen. Een moeilijkheid hierbij is de voortdurende waardedaling van de munteenheid waarmee bij de waardering der aktiva in het ene bedrijf wel en in het andere geen rekening wordt gehouden.

Ook de informatie betreffende de post deelnemingen dient sterk uitgebreid te worden. Verder bestaat er grote behoefte aan gegevens over research en produktie, produkten, afnemers en ordervoorraad. Van de onderneming mag echter niet worden geeist dat zij inlichtingen verstrekt over toekomstige winsten en dividenden of informatie welke de concurrentiepositie kan schaden.

Ba V-2 *The Accountant, 29 januari 1970*
E 324.22

The impact and future of consumer credit

Wemelsfelder, J. - Het belangrijkste argument van tegenstanders van consumentenkrediet is, dat kredietverlening ten koste van produktieve investeringen plaatsvindt. Indien echter werkloosheid bestaat, heeft het verlenen van consumentenkrediet gunstige effekten als initiator van produktieve investeringen. Het is bovendien voor de kredietgever vaak de beste mogelijkheid zijn geld uit te zetten. Veelvuldig gebruik van consumentenkrediet bij volledige werkgelegenheid betekent echter dat vele investeringen niet gerealiseerd kunnen worden, hetgeen welvaartsvermindering in de toekomst tot gevolg heeft.

Deze bewering kent echter een aantal beperkingen, zoals o.m. het feit dat veel mensen krediet opnemen terwijl ze zelf over de nodige middelen beschikken; ook is een deel van het consumentenkrediet niet als zuiver consumptief te beschouwen.

Het zou weinig zin hebben om de prijs van het krediet sterk te verhogen, aangezien de vraag nogal inelastisch blijkt te zijn. Het krediet werkt niet stimulerend op het doen van aankopen, die men anders beslist achterwege had gelaten. Wat betreft de toekomst van het konsumentenkrediet is een vergelijking met de Verenigde Staten interessant. In dit land blijkt de behoefte aan consumentenkrediet nog niet af te nemen, hetgeen men op grond van de welvaartsgroei wel zou verwachten. Uit de vergelijking met Amerika blijkt dat Europa op het gebied van het consumentenkrediet nog ver achterligt. De mogelijkheid tot uitbreiding is enorm te noemen. De achterstand t.o.v. Amerika lijkt te kunnen worden verklaard uit een verschil in mentaliteit: het opnemen van consumentenkrediet is door de Europeaan nog lang niet algemeen geaccepteerd.

Het opnemen van consumentenkrediet wordt beïnvloed door de hoogte van de inkomens en de besparingen van de consument. Het verband tussen deze faktoren wordt weergegeven in een driemensionale grafiek.

Op psychologisch en economisch terrein dient ten aanzien vann het consumentenkrediet in Europa nog veel onderzoek te worden verricht.

Ba V-5c *Maandschrift Economie, december 1969*
E 325.322.1

VI. LEER VAN DE ORGANISATIE

Uitbesteding, element van een groeipolitiek

Barreyre, P.Y. - De schrijver staat een stelselmatig beleid door doelstellingen op lange termijn voor. In dit kader wil hij een moderne uitbestedingspolitiek plaatsen.

Uitbesteding dient in de eerste plaats beschouwd te worden als een uiting van een groeibeleid. Zij maakt een snelle uitbreiding en een bijna volledige zelffinanciering mogelijk. Juist omdat ze grotendeels een beroep doet op buitenstaanders, behaalt een uitbestedende onderneming met vergelijkbare middelen een hogere toegevoegde waarde en met gegeven toegevoegde waarde een grotere omzet dan een integrerende onderneming.

Uitbesteding is ook een vorm van structuurbeleid. Men kiest dan een overzichtelijke structuur met een grote flexibiliteit. De uitbesteding ontlast de organisatie van een groot aantal neventaken, zodat de volledige aandacht gericht kan worden op de hoofdbedrijvigheid. Schrijver voorspelt dat door de verdere uitbouw van de E.E.G. en de harmonisatie van de belastingen de uitbesteding aantrekkelijker gemaakt wordt als alternatief.

Ba VI-2 *Synopsis, jan/febr. 1970*
E 612.133

The role of direct costing

In de dynamische situaties waarin het management zich geplaatst ziet verliest het begrip totale kosten aan betekenis. Zowel uit marketingoogpunt als uit beheersoogpunt verdient kalkulatie volgens het direct costing-beginsel de voorkeur.

Aan de hand van een voorbeeld wordt aangetoond dat kalkulatie volgens „contribution", de bijdrage tot de overhead en de winst, een betere aanwijzing voor het te voeren beleid geeft dan kalkulatie volgens „profit", de bijdrage tot de winst als verschil tussen opbrengst en totale kosten. Normaal wordt de contribution uitgedrukt in een percentage van de opbrengst. Ligt het selectiecriterium bij de keuze tussen alternatieven echter in een andere faktor, zoals machinetijd, dan kan de contribution ook aan die faktor gerelateerd worden. Bij toepassing van de direct costing-methode bestaat het gevaar dat de marge tussen opbrengst en variabele kosten te klein wordt met het gevolg dat de vaste kosten niet meer volledig gedekt worden. Door het stellen van standaards voor de marge overeenkostig de gewenste winstgevendheid kan dit echter worden voorkomen.

Ba VI - 2d *The Accountant, 26 februari 1970*
E 136.326.21

Beleggingsinstelling; fiscale rechtsvorm voor de toekomst?

Sneep, K. - Het fiscale voordeel van het bezit van de status van beleggingsinstelling bestaat in het feit dat deze aan het 'nultarief' voor de vennootschapsbelasting (VB) is onderworpen.

Men hoeft geen aanvraag te doen om als beleggingsinstelling aangemerkt te worden; wie voldoet aan de wettelijke voorwaarden die aan deze instelling zijn gesteld, is verplicht beleggingsinstelling. Wie de status niet wenst zal zorg moeten dragen aan één der voorwaarden niet te voldoen.

De vraag of de ondernemingsvorm, bestaande uit een houdstermaatschappij N.V. waarin verschillende ondernemingen (NV'en) zijn samengebracht, behoefte kan hebben aan de status van beleggingsinstelling moet ontkennend worden beantwoord. De aan de houdstermaatschappij uitgekeerde dividenden zijn immers op grond van de 'deelnemingsvrijstelling' vrijgesteld van VB.

Het instituut van beleggingsinstelling verdient wel overweging voor NV'en die een belangrijk overschot aan liquide middelen hebben dat niet voor de bedrijfsvoering noodzakelijk is. De uitkomsten uit belegging van deze liquiditeiten zijn aan de heffing van VB onderworpen. Door het voor de bedrijfsvoering nodige vermogen over te hevelen naar een daartoe op te richten dochter-NV, wordt de moeder-NV rijp gemaakt voor de fiscale status van beleggingsinstelling.

Deze status kan eveneens voordelen bieden in geval van staking van de bedrijfsuitoefening en overdracht van de onderneming door de N.V. aan derden. De schrijver geeft aan in welke gevallen hiermee voordeel behaald kan worden.

Ba VI-14 *Maandblad voor Bedrijfsadministratie en -organisatie, januari 1970*
E 640.323

Marketing in the 1970's - A symposium

In een achttal artikelen worden verschillende aspekten van de verwachte ontwikkeling voor de marketing in de jaren 70 besproken.

Robert Buzzell schenkt aandacht aan enige nieuwe problemen waarmee marketing managers geconfronteerd zullen worden. Deze vraagstukken vloeien voort uit de struktuurwijzigingen binnen bedrijfstakken en ondernemingen, die onder meer tot uitdrukking komen in de groeiende omvang van de onderneming en een toenemende mate van diversificatie van het goederen-en dienstenpakket.

William Davidson bespreekt de wijzigingen die zich naar zijn mening in de distributiestruktuur zullen voltrekken, en de gevolgen die deze wijzigingen voor de marketing zullen hebben. Philip Kotler behandelt de rol die de computer in de toekomst in de marketing zal gaan spelen, en gaat in dit verband mede in op de recente ontwikkelingen in marketinginformatiesystemen en analystische marketingmodellen.

Ook in het volgende artikel, van de hand van Paul Green, wordt ingegaan op bepaalde kwantitatieve methoden, m.n. de multivariabele benaderingswijze, die naar de mening van de auteur uiteindelijk tot realistischer marketingmodellen zal leiden. Het onderwerp van het artikel van John Howard is de vooruitgang die in het onderzoek van het consumentengedrag is gemaakt, welk onderzoek volgens hem een geïntegreerde theorie heeft opgeleverd.

Uit het artikel van Elmer Lotshaw betreffende de trends die er momenteel in industriële marketing zijn te onderkennen blijkt wederom dat in toenemende mate kwantitatieve methoden en informatiesystemen in de marketing toepassen vinden. In het artikel van Robert Lavidge wordt enige aandacht geschonken aan verschillende sociale aspecten van de marketing. In het laatste artikel van deze serie geeft Robert Ferber een samenvatting van de groeiende betekenis die marketing in de 70er jaren zal krijgen en hij gaat in op de conclusies van de auteurs van de voorafgaande artikelen.

Ba VI - 15 *Journal of Marketing, januari 1970*
E 641.25

Produkten en misprodukten

Nijman, H.J. en Van der Wolk, E. - In de selectie die voor en tijdens de ontwikkeling van nieuwe produkten plaats vindt, sneuvelt de overgrote meerderheid van de ideeën voor nieuwe produkten, terwijl 70 à 90% der nieuw gelanceerde produkten binnen een jaar mislukt.

Een groot deel van de ideeën wordt nooit verwezenlijkt om de eenvoudige reden, dat het bedrijf niet over de benodigde faciliteiten beschikt voor financiering, marketing en fabricage. Een ander deel valt bij nader inzien af wegens gebrek aan kwaliteit.

Indien de bedrijfsleiding besluit een idee niet dadelijk te verwerpen, maar tot een evaluatie van de mogelijkheden over te gaan, begint de lange weg van de produktontwikkeling. Binnen de produktontwikkeling zijn verschillende fasen te onderscheiden, die ieder hun eigen betekenis hebben. In elke fase zal men zich dienen af te vragen of het zin heeft de ontwikkeling voort te zetten, en als regel zal in iedere fase een gedeelte der ideeën afvallen. De sterftekans van een nieuw idee is groot: een enkele jaren geleden gehouden onderzoek bij 80 grotere Amerikaanse bedrijven bleek dat slechts 1 van de 40 geopperde ideeën een succesvol nieuw produkt oplevert. Voor de vraag of men het ontwikkelingsproces voort zal zetten of beëindigen is ook de kostenzijde van de produktontwikkeling van groot belang.

In iedere volgende fase nemen de ontwikkelingskosten sprongsgewijs toe, waarbij het grootste gedeelte in de laatste fase valt, de fase van de lancering van het produkt zelf.

Een tweetal hulpmiddelen bij het selekteren en op waarde schatten van ideeën voor nieuwe produkten zijn de profielkaart en de prioriteitscalculatie. De profielkaart geeft een visuele karakteristiek van het nieuwe idee en geeft de sterke en zwakke punten aan.

Bij de prioriteitscalculatie wordt via een formule waarin een aantal aspekten van het nieuwe idee zijn verwerkt een prioriteitscijfer berekend, dat indicatief is voor de kans op succes van het project.

Ba VI - 15 *Doelmatig Bedrijfsbeheer, maart 1970*
E 641.25

Exception reports for management action

Bodenstab, Charles, J. - Criteria voor selectie van informatie voor de besluitvorming zijn te vaak slecht gedefinieerd. Zij dienen meer te omvatten dan registratie van ieder cijfer boven of onder een grenswaarde.

Teneinde nieuwe ontwikkelingen in het arbeidsproces niet te verwarren met problemen op langere termijn dienen twee afzonderlijke verschijnselen te worden onderkend:

- de significante afwijking van de norm tijdens de vorige dag door een bijzondere gebeurtenis
- de chronische afwijking

Bij het bepalen van de afwijking kan men het beste uitgaan van een voortschrijdend gemiddelde met daaromheen een normale variatie als norm. Door bovendien aan te geven hoe vaak achtereen onder de norm gebleven wordt ziet men of er sprake is van een benedenwaartse trend, dan wel of er een lager niveau gehandhaafd blijft. Doordat het voortschrijdende gemiddelde zorgt voor aanpassing van de norm komt een permanent ongunstig resultaat niet tot uitdrukking, en behoort dat ook niet te doen in een dagelijks rapport. De beoordeling van chronische afwijkingen moet geschieden in bijvoorbeeld een maandelijks overzicht.

Behalve voor de beoordeling van de arbeidsprestatie, die de schrijver in een voorbeeld uitwerkt, kan deze methode ook worden gehanteerd in andere toepassingen, bv. de ontwikkeling van de brutowinst op een produkt.

Ba VI - 16 *Financial Executive, november 1969*
E 542.322.3

VII. LEER VAN DE ARBEIDSVOORWAARDEN

Naar meer mobiliteit van het hoger personeel?

Smal, C.A. - De mobiliteit is wettelijk begrensd. De wettelijk bestaande regelingen (afvloeiingsregelingen, vervallen van concurrentiebeding, bescherming van pensioenaanspraken) hebben echter het karakter van garanties en compensaties bij gedwongen (im)mobiliteit van de werknemer (fusie, sluiting, e.d.). Bij men meer structurele aanpassing aan de veranderende behoefte aan mobiliteit, dienen deze regelingen aangevuld te worden. Twee moeilijke punten komen hierbij naar voren: pensioenkwesties en het concurrentiebeding. Schrijver wijst op de door het N.V.V. voorgestelde verplichte algemene werknemerspensioenverzekering. T.a.v. het concurrentiebeding stelt hij een aanvulling voor in die zin, dat bij ontslag van werkgeverszijde, het concurrentiebeding vervalt. Vooral voor de hogere employé's werken deze punten belemmerend om van functie i.c. bedrijf te veranderen omdat de wettelijke regelingen slechts gelden voor het lager- en middenpersoneel (tot een jaarinkomen van ca. 20.000 gulden). Op korte termijn zou de schrijver bij het uitstrekken van deze regelingen tot het hoger personeel de bestaande compensaties en garanties als minima willen zien, terwijl het de vrijheid gelaten wordt zich bijv. aanvullend vrijwillig te verzekeren.

Op langere termijn dient echter de gehele struktuur van de arbeidsmarkt mobiel te worden, welk vraagstuk een interdisciplinaire aanpak behoeft.

Ba VII - 4 *Intermediair, 30 januari 1970*
E 426.20

b. BIJZONDERE BEDRIJVEN

VI. HANDEL

Classification Merchandising: An Overlooked Opportunity for Increasing Merchandising Profitability

Wilson C.C. and Greenidge, C.D. - Het gebruik van electronische methoden op gegevens te verwerken (E.D.P.: electronic data processing) heeft tot nu toe zijn rechtvaardiging gevonden op grond van twee redenen: a. door kostenbesparing en produktiviteitsvergroting en b. als beleidsinstrument van de leiding. De toepassing van E.D.P. als beleidsinstrument voor de in- en verkoop heeft ruime toekomstmogelijkheden.

Na de „automating unit control systems" en de „dollar-based information systems" heeft de National Retail Merchants Association (N.R.M.A.) in 1967 de „Standard Classification" gepubliceerd. Dit systeem, bekend als „classification merchandising", kan door vele winkeliers, zowel grote als kleine, gebruikt worden om de winstgevendheid te vergroten.

In vijf stappen wordt nu de analyse d.m.v. „classifaction merchandising" behandeld. De huidige nadruk die gelegd wordt op „unit systems" bij de kostenbepaling en de informatieverschaffing lost het winstgevenheidsprobleem niet op. „Fine-line dollar systems" zijn voorgesteld maar hebben niet veel steun ondervonden.

Betreffende het nieuwe systeem bestaat bij de leiders van grote warenhuizen en van speciaalzaken nog een grote mate van onbegrip. Er zijn echter ook al goede resultaten geboekt. Een groep herenmodezaken, die de „classification merchandising" methode heeft gebruikt wordt als voorbeeld gegeven.

Tenslotte worden toepassingmogelijkheden voor winkeliers in het algemeen en voor grote winkeliers in het bijzonder genoemd en wordt bij gebruik ervan een algehele verbetering van het in- en verkoopbeleid voorspeld.

Bb VI - 4 *California Management Review, herfst 1969*
E 642.322.2

VII. TRANSPORT EN DIENSTVERLENING

Uitzendbureaus en hun economische functies

Greven, J.H. - Aan de hand van een voorbeeld, nl. dat van Randstad Uitzendbureau N.V., wordt de functionering van deze particuliere arbeidsvoorziening in het bijzonder in de administratieve sector,

besproken. Dit in 1963 opgerichte bureau is groot geworden door de eenvoud van de formule: enerzijds het tekort aan bekwame mensen op het terrein van de machinale verwerking van administratieve gegevens en van de communicatie en anderzijds een groep mensen die voor een bepaalde periode geen vast dienstverband willen.

Het uitzendbureau zal door een wetenschappelijke aanpak van zijn test- en screeningssysteem de capaciteiten van haar werkkrachten moeten leren kennen om aan de eisen van de aanvragende onderneming te kunnen voldoen; de computer kan in deze een zeer goed hulpmiddel zijn. In een brochure heeft Randstad een formule gepubliceerd waarmee het mogelijk is uit te rekenen bij welk aantal uren het te werk stellen van een vaste medewerker gunstiger wordt dan het aantrekken van een uitzendkracht. De kosten van overhead en verwerving (die door het uitzendbureau worden overgenomen!) en de totale arbeidskosten van een vaste kracht worden daarbij afgewogen tegen het tarief voor een uitzendkracht.

De uitzendbureaus worden op hun deelmarkt geconfronteerd met een snel groeiende vraag; aan de aanbodzijde bestaat er een ruime potentiële markt (voornamelijk gehuwde vrouwen). Het aantal tijdelijke tewerkgestelde krachten wordt geschat op 200.000. En er zijn ca. 300.000 gehuwde vrouwen die in aanmerking komen voor werk bij uitzendbureaus. Deze hebben de taak om hen tot werkzaamheid te bewegen.

Bb VII-10 *Gids voor personeelsbeleid, arbeidsvraagstukken, sociale verzekering, januari 1970*
E 224.342

De uitzending en uitlening van arbeidskrachten, een onstuitbare ontwikkeling

Van der Woude, M.V. - Het valt te verwachten dat het aantal van 50.000 a 60.000 personen in Nederland dat jaarlijks gebruik maakt van uitzendbureau's of uitleenbedrijven verder zal groeien.

Het uitzendbureau heeft in hoofdzaak zijn activiteiten gericht op kantoorpersoneel, overwegend vrouwen, terwijl het uitleenbureau zich voornamelijk richtte op de mannelijke handarbeiders, waarbij deze in vaste dienst genomen wordt, terwijl het uitzendbureau een overeenkomst op free-lance basis kent.

Een tweede onderscheid ligt in de bedrijfsvoering :
Het uitzendbureau heeft zich een goede, maar het uitleenbedrijf een dubieuze reputatie verworven. De belangrijkste oorzaken hiervan zijn: de chaos en ordeloosheid die in het uitleenbedrijf overweegt en het ernstig verstoren van de verhoudingen op de arbeidsmarkt door het aanbieden en betalen van zeer hoge lonen en het vragen van zeer hoge prijzen, waarbij aan het normaal bestaande arbeidsbestand arbeidskrachten worden onttrokken.

Het uitzendbureau daarentegen werkt met een belangrijk aantal gehuwde vrouwen, die part-time arbeid verrichten. Tevens heeft het uitzendbureau een redelijke marktprijs weten te handhaven. De organisatie van de part-time arbeid blijkt voor de onderneming moeilijkheden op te leveren; een goed georganiseerd uitzendbureau kan de organiserende taak van het bedrijf overnemen.

Na de uitspraak van de Hoge Raad dat uitzending of uitlening niet valt onder bij de wet verboden arbeidsbemiddeling is, ondanks op de regering uitgeoefende druk de uitleenbedrijven door een algemeen verbod te treffen, in de wet op het ter beschikking stellen van arbeidskrachten voor deze bedrijfsuitoefening slechts bij uitzondering een vergunning verplicht gesteld.

De redenen voor het in de praktijk verdwijnen van de uitleenbureaus, waarbij het uitzendbureau zich meer en meer bezig gaat houden met het uitzenden van allerlei gekwalificeerd personeel, liggen vooral in diens nettere reputatie, het ontbreken van een arbeidsovereenkomst en de lagere risicogroep voor de premies Ziektewet.

Tot besluit wordt de ontwikkeling in een aantal andere landen geschetst.

Bb VII-10 *Sociaal Maandblad Arbeid, maart 1970*
E 224.342