NOGMAALS: DE WINSTBEPALING BIJ DE UITGEVERIJ

door Mr. W. Hoogerwerf

1. Welke bijzondere kenmerken bezit de uitgeverij?

Men kan zich afvragen, welke bijzondere kenmerken een uitgeverij — met een algemeen fonds — bezit, dat het gewettigd is een artikel alleen aan dit onderwerp te wijden. De uitgeverij is immers — ik schrijf het met een zekere schroom — een handelsonderneming: zij koopt auteursrechten, koopt de diensten van de drukker en de binder, die zij de technische werkzaamheden laat verrichten en poogt ten slotte met de verkoop van de aldus verkregen boeken winst te behalen.

Welke afwijkende factoren rechtvaardigen een behandeling van deze handelsonderneming.

Ik meen te mogen stellen, dat deze bijzondere omstandigheid hierin gelegen is, dat de uitgever — indien wij de vergelijking met de handelsonderneming doortrekken — steeds repeterend een nieuw product op de markt brengt (een nieuwe titel) waarvan de verkoopprijs tijdens de normale verkoopperiode niet veranderd kan worden en waarvan de waarschijnlijk te verkopen quantiteit (de oplage) *tevoren* wordt vervaardigd (behoudens binden). Deze schatting nu van de te verkopen oplage is in sommige gevallen te hoog, waardoor uiteindelijk onverkochte voorraden resteren. Deze incurante voorraden komen bij de uitgeverij derhalve, niet zoals bij andere ondernemingen incidenteel voor, maar structureel; deze incurante voorraden zijn een logisch gevolg van de aard en de maatschappelijke functie van de uitgever (zie voor een verdergaande analyse hoofdstuk II).

Het probleem, waarvoor wij nu bij de uitgeverij worden gesteld, is hierin gelegen: hoe dienen wij de voorraden in de loop van de verkoopperiode van een uitgave te waarderen, waarbij wij dus weten, dat mogelijk aan het einde van de verkoopperiode zal blijken, dat de voorgerecalculeerde winst — door het resteren van onverkoopbare voorraden — geenszins gerealiseerd is.

In het novembernummer van het M.A.B. (jaargang 1957) behandelt de Heer A. B. Frielink deze voorraadwaardering en geeft daarbij de volgende algemene regel (blz. 442):

„Waardering op het verschil tussen vervangingswaarde van de gehele oplage en de reeds bedongen netto-opbrengst van de verkochte exemplaren, doch niet lager dan nihil.”

Schrijver lost het hiervoor aangegeven probleem derhalve zo op, dat hij de winst op een uitgave eerst naar voren laat komen, als het zeker is, dat de uitgave werkelijk winst zal opleveren. De netto-opbrengst van de aanvankelijk verkochte exemplaren wordt op de totale (vervangings)kosten van de gehele oplage in mindering gebracht en eerst als blijkt dat de netto-opbrengst van de verkochte exemplaren hoger is dan dit kostentotaal, neemt schrijver aan, dat er winst is gerealiseerd. De Heer Frielink baseert deze winstbepaling hierop, dat de winst niet wordt gemaakt op het moment van de ruil, doch in de periode van verkoop van de gehele oplage. Deze afwijking op de regel, dat de winst wordt gemaakt op het moment van de ruil, beredeneert de Heer Frielink als volgt:

Vervanging van verkochte exemplaren door gelijke nieuwe exemplaren is normaliter niet aan de orde. Het streven naar continuïteit uit

zich door het entameren van steeds nieuwe uitgaven. Het is daarom weinig zinvol de winst te definiëren als het verschil tussen opbrengst en vervangingskosten.

De principiële gedachte van de vervangingswaardeleer kan men echter toepassen, als men niet het individuele exemplaar als eenheid van product beschouwt, doch de gehele oplage; het verschil tussen de overeengekomen opbrengst en de kosten die moeten worden gemaakt om de verkochte oplage door een „economisch voor de uitgeverij gelijkwaardige” te vervangen is dan winst.

A. Bij laatstgenoemde redenering rijst naar mijn mening echter de vraag, waarom het *wél* mogelijk is de principiële gedachte van de vervangingswaarde toe te passen op een gehele oplage (van b.v. 5.000 exemplaren) door vast te stellen, dat de kosten van een nieuwe - „economisch voor de uitgeverij gelijkwaardige” - uitgave b.v. 10 % hoger zijn, en waarom men deze principiële berekening niet kan toepassen op ieder exemplaar van deze oplage afzonderlijk.

De stelling, dat de oplage bij de winstbepaling als één geheel gezien moet worden is m.i. niet bewezen en méér gebaseerd op de onzekerheid inzake de toekomstige omzet dan op de vervangingswaardeleer. Met evenveel recht kan men stellen, dat vervanging van verkochte exemplaren door „economisch voor de uitgeverij gelijkwaardige” exemplaren *wél* aan de orde is. Dat deze vervanging sprongsgewijze plaatsvindt is normaal en komt bij iedere handelsonderneming voor.

B. Als bezwaar tegen dit waarderingssysteem is voorts aan te voeren, dat de resultatenrekening geen beeld meer geeft van de feitelijke gang van zaken in het lopende boekjaar. Heeft men in een jaar een „gelukkige greep” gedaan bij de keuze van de nieuwe uitgaven, dan bemerkt men dit wellicht eerst in de daaropvolgende jaren als de voorraad uitverkocht raakt. Het is zelfs mogelijk, dat het resultaat extra slecht lijkt, doordat toevallig in het betreffende jaar grote afschrijvingen vallen op uitgaven van voorgaande jaren.

C. Voorts vraag ik mij af, of deze waarderingsregel niet ten gevolge heeft, dat afschrijvingen op voorraden geruisloos opgelost worden in de gemaakte winst, zodat een beoordeling van de post „Afschrijvingen” op zichzelf onmogelijk wordt.

Ten slotte merk ik nog het volgende op: het probleem van de voorraadwaardering bij de uitgeverij heeft in wezen twee facetten:

- 1e. De wijze van waardering in verband met het tijdstip, waarop de winst wordt gerealiseerd.
- 2e. De toepassing van de vervangingswaardeleer bij stijgend of dalend prijspeil.

Daar ik meen, dat de uitgeverij t.a.v. laatstgenoemd punt geen uitzonderlijke positie inneemt, heb ik dit punt in het hiernavolgende buiten beschouwing gelaten; ik ga er daarbij dus van uit, dat de vervangingswaarde en de historische kostprijs gelijk zijn.

II. Hoe ontstaan nu incurante voorraden?

A. Kenmerkend voor de werkwijze van een uitgeverij is, dat steeds oplagen van een aanmerkelijke omvang worden geproduceerd. De zet- en cliché-kosten, de instelkosten van het drukken, de honoraria, etc. die tezamen een belangrijk deel van de kostprijs van een boek uitmaken, zijn n.l. bin-

nen ruime grenzen onafhankelijk van de grootte van de oplage; de kostprijs van het boek daalt derhalve al naar gelang de oplage groter wordt. Wij kunnen een en ander weergeven door de formule:

$$k = \frac{P + O.p.}{O}, \text{ waarbij } P \text{ de constante kostengroep vertegenwoordigt,}$$

p de variabele kosten en O de oplage. De kostprijs van het boek is derhalve geheel afhankelijk van de grootte van de oplage. De afschrijvingsfactor is hier - gezien haar bijzondere karakter - geheel buiten beschouwing gebleven.

B. Naast de relatie kostprijs - oplage bestaat echter ook de relatie oplage - verkoopprijs. Deze verhouding zal echter per uitgave verschillen, daar de betekenis van de concurrentie voor iedere uitgave anders is. Soms is de concurrentiefactor te verwaarlozen, de uitgever is dan monopolist, soms is deze van groot belang (goedkope detectiveseries). Steeds bestaat er echter een direct verband. Indien wij aannemen, dat dit verband door een lineaire functie kan worden weergegeven, dan wordt

$$q = -aO + b.$$

(q = netto-opbrengst per exemplaar; O de oplage; a en b zijn per titel bepaald).

C. Tenslotte bestaat er ook nog een relatie tussen de netto-opbrengst van het boek en de kostprijs; een verband, dat niet automatisch aanwezig is, doch door de uitgever gelegd wordt. Hij zal immers de oplage en de verkoopprijs zodanig trachten te bepalen, dat het verschil tussen netto-opbrengst en kostprijs vermenigvuldigd met de oplage optimaal is; in dat geval wordt immers met een bepaalde titel een optimale winst gemaakt. Met recht kan men derhalve stellen, dat het bepalen van de grootte van de oplage en van de daarbij behorende aanbestedingsprijs het meest wezenlijke kenmerk van de uitgeversfunctie is. Hij zal de driehoeksverhouding:

zodanig trachten te fixeren, dat $(q - k) \times O$ optimaal is. Een en ander kan als volgt worden weergegeven:

Stellen wij, dat bij de oplage O' de (netto-opbrengst minus kostprijs) $\times$ oplage optimaal is, dus een optimale winst behaald wordt, dan kan men de oplage als volgt berekenen:

$$(q' - k') \times O' =$$

$$\left(-a O' + b - \frac{P + O'p}{O'}\right) \times O' = -a O'^2 + b O' - P - O'p =$$

$$-a O'^2 + O'(b - p) - P$$

Deze vorm heeft haar maximum als de eerste afgeleide nul is:

$$-2a O' + b - p = 0 \quad \text{of} \quad O' = \frac{-b + p}{-2a} = \frac{b - p}{2a}.$$

Het probleem voor de uitgever is uiteraard, dat hij de vraagcurve (bepaald door a en b), welke wij als gegeven aannemen, niet kent. Hij zal dus een schatting maken van de oplage O' en de daarbij behorende verkoopprijs q' .

Welke mogelijkheden zijn er nu:

Verkoopprijs t.a.v. de gekozen oplage	Oplage		
	te hoog	te laag	goed
}	goed (I)	goed (IV)	goed (VII)
	te hoog (II)	te hoog (V)	te hoog (VIII)
	te laag (III)	te laag (VI)	te laag (IX)

of gerecapituleerd:

- De voorraad uitverkocht; optimale winst op de totale oplage (VII).
- De voorraad uitverkocht; lagere winst op de totale oplage (III, VI, IX, I en IV).
- De voorraad niet uitverkocht; lagere winst op de totale oplage (II, V, VIII).

Bij de onder a en b genoemde gevallen doen zich geen speciale problemen voor; de gehele voorraad wordt uitverkocht, zij het wellicht niet met optimale winst.

De kwestie ligt echter anders bij c (relatief te hoge verkoopprijs). De prijs q' bij de oplage O' zou juist geweest zijn; de voorraad zou geheel zijn uitverkocht en een optimale winst zou zijn behaald. De uitgever schat bijvoorbeeld echter prijs q^2 waarbij de oplage O^2 behoort; dit heeft ten gevolge, dat $O^1 - O^2$ exemplaren niet worden verkocht, welke boeken als afschrijvingsobject in aanmerking komen.

De uitgever zal nagenoeg nooit de juiste oplage en de juiste verkoopprijs schatten. De „fout”, welke onverkochte voorraden doet resteren, zal echter voor een gelijksoortige groep uitgaven met een zeker percentage zijn te typeren. Dit mistasten zal immers slechts tot op zekere hoogte plaatsvinden, daar de uitgever anders niet voor zijn taak geschikt is. De bekwaamheid van de uitgever, zijn intuïtie en marktkennis zijn uiteraard bepalend voor de hoogte van dit percentage.

III. Hoe zou men de jaarwinst nu kunnen benaderen?

Met de Heer Frielink ben ik van mening, dat de oplage op zichzelf calculatie-object is; nagegaan zal dan ook moeten worden, hoe de verhouding is tussen vóór- en nacalculatie en tussen gedrukte en verkochte oplage. Dit

neemt niet weg, dat de winst in feite gemaakt wordt bij de ruil van ieder exemplaar afzonderlijk. De winst per exemplaar nu is het verschil tussen de netto-opbrengst enerzijds en de kosten van de gedrukte oplage gedeeld door alle verkochte exemplaren anderzijds, of m.a.w. de kostprijs (gebaseerd op de gedrukte oplage) verhoogd met een evenredig aandeel in de afschrijvingen.

Daar de post afschrijvingen eerst achteraf vaststaat, zal deze statistisch moeten worden bepaald, waarbij wij ons zullen moeten baseren op de - normale - cijfers uit het verleden. Dit wil dus zeggen, dat voor een groep gelijksoortige uitgaven jaarlijks een zodanig percentage moet worden afgeschreven, dat de verkregen afschrijvingen hetzelfde verloop vertonen als de kostprijs van de omzet.

Is de kostprijs van de omzet van een groep gelijksoortige uitgaven, welke in totaal f 100.000,— gekost heeft bijvoorbeeld in het

1e jaar (jaar van uitgifte)	f 80.000,—
2e jaar	„ 10.000,—
3e jaar	„ 3.000,—
4e jaar	„ 1.000,—
(aannemende, dat dit verloop normaal te achten is),	

en bedraagt de normale afschrijving als gevolg van mistasten f 6.000,— dan zullen wij deze f 6.000,— dus als volgt moeten verdelen:

1e jaar	$80/94 \times f 6.000,— = f 5.105,— = 5.1 \% \text{ van de totale kosten van de groep uitgaven}$
2e jaar	$10/94 \times f 6.000,— = f 639,— = 0.64 \% \text{ van idem}$
3e jaar	$3/94 \times f 6.000,— = f 192,— = 0.19 \% \text{ van idem}$
4e jaar	$1/94 \times f 6.000,— = f 64,— = \text{restant.}$

Of uitgedrukt in een percentage van de theoretische voorraad:

Voorraad:

einde 1e jaar:	20 %; afschrijving 5.1 %; in % v. d. voorraad: 25.5.
einde 2e jaar:	10 %; afschrijving 0.64 %; in % v. d. voorraad: 6.4.
einde 3e jaar:	7 %; afschrijving 0.19 %; in % v. d. voorraad: 2.71.
einde 4e jaar:	6 %; afschrijving restant.

Indien de verhouding (80 — 10 — 3 — 1 — 6) bij normale omstandigheden voor een bepaalde groep uitgaven regel is, de omvang van het fonds voldoende groot is, waardoor de „wet van de grote getallen” geldt en de samenstelling van de groep geen wijziging van betekenis ondergaat, dan wordt bij toepassing van de statistisch bepaalde afschrijvingspercentages een redelijke benadering van de afschrijvingen gevonden. Werken wij een voorbeeld uit, dan verkrijgen wij de volgende overzichten:

	Aanmaak- kosten alle nieuwe uit- gaven van deze groep	Voorraad ult. 1955	Idem 1956	Idem 1957	Idem 1958
1955	80.000	17.000	8.000	5.500	5.000
1956	90.000		17.000	8.800	5.300
1957	85.000			19.000	9.000
1958	95.000				17.000

De voorraadwaardering wordt dan ultimo 1958 voor deze groep:

<i>Uitgaven 1955 Voorraad tegen kost-</i>				
<i>prijs</i>			f 5.000,—	
Reeds afgeschreven in 1955:				
1e jaar 25.5 % van f 17.000,—	f 4.335,—			
Reeds afgeschreven in 1956: 2e jaar				
6.4 % van f 8.000,—	„ 512,—			
Reeds afgeschreven in 1957: 3e jaar				
2.71 % van f 5.500,—	„ 149,05			
Afschrijving 1958 4e jaar restant	„ 3,95	„ 5.000,—	f —,—	
<i>Uitgaven 1956 Voorraad tegen kost-</i>				
<i>prijs</i>			f 5.300,—	
Reeds afgeschreven in 1956: 1e jaar				
25.5 % van f 17.000,—	f 4.335,—			
Reeds afgeschreven in 1957: 2e jaar				
6.4 % van f 8.800,—	„ 563,20			
Afschrijving 1958: 3e jaar 2.71 % van				
f 5.300,—	„ 143,63	„ 5.041,83	f 258,17	
<i>Uitgaven 1957 etc.</i>				

Detailpunten zoals de verwerking van de kosten van band- en bindwerk, verkoopkosten, etc. heb ik eenvoudigheidshalve buiten beschouwing gelaten.

Bij een plotselinge wijziging in de ontwikkeling dienen de afschrijvingen kritisch te worden beoordeeld en eventueel te worden herzien.

De cijfers uit het verleden en de daarop gebaseerde afschrijvingspercentages vormen op dat ogenblik immers geen voldoende basis meer.