

REPERTORIUM VAN TIJDSCHRIFTLITERATUUR OP HET GEBIED VAN ACCOUNTANCY EN BEDRIJFSHUISHOUDKUNDE

*Versijnt maandelijks, behalve in augustus.
Samengesteld door de Stichting voor Econo-
misch Onderzoek der Universiteit van Am-
sterdam*

A. ACCOUNTANCY

III. LEER VAN DE ADMINISTRATIEVE ORGANISATIE

Inventaire permanent du bénéfice consolidé

L a h m a n i, W i l l i a m — Schrijver behandelt de methode die men toe dient te passen teneinde als moedermaatschappij voortdurend een overzicht te hebben van gezamenlijke winst van moeder en dochters.

De auteur wijst op de gewoonte om middels boekhoudkundige ingrepen de winst op artikelen, die voor dezelfde prijs als aan derden, aan de dochters zijn verkocht te verdoezelen. Dit acht hij onjuist; er is hier immers een potentiële winst, die tot uitdrukking komt zodra de dochter het artikel aan een derde heeft verkocht. Voor een juiste boekhoudkundige verwerking zou men het volgende moeten doen. Bij elke verhandeling van een produkt tussen dochters van de groep moet blijken welk gedeelte winst is van de verkopende dochters. Een analyse van de verkopen der aankopende dochter zal dan doen zien in welke mate winst potentieel dan wel gerealiseerd is. Gerealiseerde winst is dan geconsolideerde winst. Voor artikelen die bij dochters een vormverandering ondergaan dient men een maatstaf te vinden voor de meting van de potentiële winst. Welke maatstaf dit moet zijn wordt uitgebreid behandeld. Tenslotte geeft de auteur nog een praktijk-voorbeeld. Hij komt tot de conclusie dat via deze methode binnen de kortst mogelijke tijd geconsolideerde resultaten van de groep bekend zijn, praktisch zonder extra kosten.

A III - 2
E 722.3

Revue française de Comptabilité, juni-juli 1968

Accounting for leaseback transactions

H u g h e s, F. A. — De sterke toename van het gebruik van leaseback-overeenkomsten heeft geleid tot het ontstaan van nieuwe problemen met betrekking tot de boekhoudkundige interpretatie en verwerking van de te betalen huursom en de winst of het verlies voortvloeiende uit de overeenkomst.

Een leaseback-overeenkomst komt neer op de verkoop van in gebruik zijnde kapitaal-goederen onder gelijktijdige inhuur van diezelfde goederen. Vaak worden nog enige andere punten in de overeenkomst opgenomen, zoals het recht van terugkoop.

De oorspronkelijke eigenaar krijgt aldus het in de activa vastgelegde kapitaal vrij als werkkapitaal.

De auteur constateert grote verschillen in de praktijk van de administratie en geeft vervolgens de voornaamste meningen omtrent de hieraan verbonden problemen weer, waarna hij speciale aandacht wijdt aan het standpunt van de Accounting Principles Board van de Amerikaanse zusterorganisatie, gepubliceerd in september 1964.

Nadat de auteur deze mening in extenso besproken heeft, concludeert hij, dat een verheldering en standaardisatie van de te volgen werkwijzen uitermate wenselijk is.

A - III : 3
E 736.4

Canadian Chartered Accountant, mei 1968

B. BEDRIJFSHUISHOUDKUNDE

a. ALGEMENE BEDRIJFSHUISHOUDKUNDE

IV. LEER VAN DE KOSTPRIJS EN DE PRIJSVORMING

L'école d'Amsterdam et la Réévaluation du Bilan

B r u n d l e r, G u s t a v e — In dit artikel wordt de theorie van waardering van de voorraad grondstoffen en de voorraad eindprodukt op basis van vervangingswaarde gesteld tegenover de L.I.F.O.-methode alsmede tegenover de theorie van de integrale balanswaardering, zoals die door de schrijver gezien wordt. Een aantal casusposities wordt dan

volgens de zienswijze van de Amsterdamsche School en volgens de methode der integrale balanswaardering uitgewerkt. De volgende situaties worden daarbij behandeld.

Ten eerste het geval waarbij de verhoging van prijzen en grondstoffen en voorraad product identiek is aan de verhoging van het algemene prijspeil, ten tweede het geval, waarbij die identiteit niet aanwezig is en ten derde de toestand, waarbij de prijzen der grondstoffen en voorraden dalen, terwijl de algemene prijsindex stijgt. De schrijver komt tot de volgende conclusies.

De Amsterdamsche School houdt geen rekening met veranderingen in de koopkracht van het geld, de methode der integrale balanswaardering daarentegen wel.

De Amsterdamsche School geeft geen aanwijzingen voor voorraadfinanciering. Zodra er een prijsverhoging optreedt, dient deze van de winst afgetrokken te worden.

De Amsterdamsche School houdt geen rekening met herwaardering van gebouwen en machines.

De Amsterdamsche School staat een voorraadboekhouding voor die in de praktijk te veel complicaties geeft.

Ba IV - 2
E 136.322

Revue française de comptabilité, februari 1968

De kostentoerekening bij banken

De Boer, J. A. — Door de steeds grotere concurrentie tussen de financiële instellingen, en in het bijzonder daar, waar het gaat om de aantrekking van spaargelden en rekening-courant-gelden, is de invoering van een moderne boekhouding bij banken noodzakelijk. Ook de voortgaande kostenstijging, alsmede de door de overheid opgelegde periodieke beperkingen van het bankkrediet, waardoor de banken een stuk winstmogelijkheid wordt ontnomen, maken deze invoering nodig.

Daarom geeft de auteur een analyse van de financiële bedrijfsvoering van een bankbedrijf. In deze analyse wordt in extenso een cijfermatig model van kostentoerekening beschreven. Nadat twee vereenvoudigingen in het model zijn ingebouwd, worden de offers volgens een kostenverdeelstaat aan de kostendragers toegerekend. Bij de toerekening van de kosten van de afdeling kredieten wordt een onderscheid gemaakt tussen lange en korte kredieten.

Speciale aandacht wordt geschonken aan de ingecalculeerde rente over het eigen vermogen, omdat het volgens de auteur voor banken een levensbehoefte is om winst te behalen, teneinde de koopkrachtvermindering van het geld te kunnen trotseren.

Ba IV - 2a; Bb X - 2
E 136.35

Bedrijfsadministratie -organisatie, mei 1968

Wetsvoorstellen met betrekking tot gemeentelijke en provinciale belastingen

Jansen, G. — In dit artikel worden enkele kernpunten uit het nieuwe wetsontwerp, dat op 22 maart 1968 is ingediend, naar voren gebracht en toegelicht.

Het belangrijkste oogmerk ervan is het verruimen van het gemeentelijk belastinggebied, hetgeen tot een herstel van de financiële zelfstandigheid der gemeenten kan leiden. De gemeenten zullen nu belasting mogen gaan heffen ter zake van onroerend goed, ten laste van de zakelijk genotende en de gebruikers van dit onroerend goed. Alle thans nog van de zakelijk gerechtigden geheven belastingen gaan op in deze ene belasting, wat mede tot een beperking van de perceptiekosten kan leiden.

De gemeenten moeten zelf de belastingobjecten, de heffingsmaatstaven en de tarieven vaststellen, zonder dat bij deze tarieven sprake is van een maximum. Excessieve heffingspercentages kunnen worden tegengegaan door middel van het Koninklijk Goedkeuringsrecht. Het Rijk zelf zal een offer brengen om de gemeenten een zekere belastingruimte te verschaffen, zonder dat van belastingverzwaring voor de contribuabelen sprake zal zijn.

De gemeenten mogen (binnen tien jaar) zelf bepalen wanneer zij van de „oude” belastingen overschakelen op de nieuwe belasting. Na de overschakeling mag men dan niet weer terug.

Tenslotte valt de cultuurgrond, bedrijfsmatig geëxploiteerd ten behoeve van land- of bosbouw, buiten het kader van dit wetsontwerp, daar die cultuurgrond anders te zwaar zou worden belast. De bouwgrondbelasting zal gehandhaafd blijven vanwege haar specifieke karakter.

Ba IV - 7
E 332.42

Financieel Overheidsbeheer, mei 1968

De evolutie van het winstbegrip

Sloot, Prof. Dr. R. — Uitgaande van het winstbegrip, zoals ontwikkeld door Limperg, commentarieert de schrijver in het kort de opvattingen hierover van Van der Schroeff,

J. L. Mey, Pruyt, Van Muiswinkel, Van Straaten, Groeneveld en Wisselink en schenkt bijzondere aandacht aan de benaderingswijze van Burgert in diens preadvies voor de Accountantsdag 1967 van het NIVRA.

Ging men, als regel, uit van de continuïteitsgedachte bij discussies over de begrippen winst, winstbepaling en winstbestemming, Burgert benadert de winstconceptie als doelmatigheidsbegrip.

Daar aan het begrip „handhaving van de continuïteit” op meer, subjectief bepaalde, manieren inhoud kan worden gegeven, welke geen van alle absolute geldigheid bezitten, kan men daaraan geen algemeen geldige grondslagen ontfenen voor balanswaardering en winstbepaling.

Burgert probeert aan het winstbegrip zodanige inhoud te geven dat de functies van de jaarrekening zo goed mogelijk kunnen worden vervuld. Die (fundamentele) functies zijn: a. vaststelling van het bedrag dat beschikbaar komt ter verdeling onder de winstgerechtigden; b. het afleggen van verantwoording van de ondernemersleiders over het door hen gevoerde beheer; c. het informatie verschaffen aan de kapitaalmarkt ter ondersteuning van haar selectiefunctie t.a.v. de meest gewenste toepassingsrichtingen van het schaarse kapitaal. Burgert komt dan tot enige winstbecijferingen, vast te stellen door een etappegewijze resultatenrekening waarbij elke etappe een andere informatie geeft.

Ba IV - 8

De Naamlooze Vennootschap, april 1968

E 253.1 : 253.3

V. LEER VAN DE FINANCIERING

Investeringsselectie

De Jong, Dr. Siert E. — De bepaling van een optimaal investeringsprogramma vereist een simultane oplossing van drie subproblemen: de optimale grootte van het financieringsbudget, de optimale samenstelling van de projecten en de optimale financiering. T.a.v. de financiering kan men twee uitersten stellen nl. de onderneming kan onbeperkt vermogen aantrekken tegen een bepaalde prijs of ze heeft een gegeven bedrag ter investering beschikbaar.

De bekendste selectie-criteria (de terugverdientijd, de interne rentabiliteit en de netto contante waarde) worden, gecombineerd met de financieringsuitersten, besproken, zodat voor zes gevallen een beslissingsregel wordt aangegeven.

Onder de terugverdientijd wordt verstaan: de periode waarin een investering zich zelf terugbetaalt uit de cash flow. Uitgangspunt voor de selectie is dan dat een project met een kortere terugverdientijd te verkiezen is boven één met een langere. De interne rentabiliteit wordt bepaald door de intrestvoet waartegen de toekomstige cash-flows contant moeten worden gemaakt opdat haar som gelijk is aan het investeringsbedrag. De netto contante waarde is het verschil van de, tegen vermogenskosten, contant gemaakte waarde van de toekomstige cash-flows en het investeringsbedrag.

Na de voor- en nadelen van elk criterium te hebben aangegeven, wordt nog aandacht besteed aan meerjarige budgetten. Voor alle potentiële projecten worden de inkomsten en uitgaven verspreid over alle toekomstige perioden waarvoor budgetten zijn gesteld. Men moet dan de projecten zodanig kiezen dat van de gekozen groep de totale uitgaven in iedere toekomstige periode binnen het budget voor die periode vallen, terwijl van alle mogelijke combinaties van projecten de gekozen groep de hoogste winst oplevert. Algebraïsch is dit probleem oplosbaar met behulp van „gehele getallen programmering”.

Daar in de praktijk de projecten als regel niet onderling onafhankelijk zijn, dient dit in de selectieprocedure te worden verwerkt.

Naast het laatste probleem bespreekt de schrijver nog de onzekerheid van de opbrengsten en kostenschattingen voor het investeringsproject. De bestaande drie methoden om met het onzekerheids-element rekening te houden, nl. 1e het geven van een handicap aan riskantere projecten, 2e het verkleinen van de levensduur van riskantere projecten, 3e de verhoging van de interestvoet waartegen men de opbrengsten contant maakt, acht de schrijver onvoldoende. Een betere methode vindt hij het vaststellen van meer waarden welke de netto contante waarde zou kunnen aannemen en het geven van een getal hieraan dat de kans aangeeft dat die waarde wordt gerealiseerd, zodat een kansverdeling ontstaat. Een kwadratische programmeringsbenadering wordt dan mogelijk.

Ba V - 7

Tijdschrift voor Efficiëntie en Documentatie, juni 1968

E 241.4

VI. LEER VAN DE ORGANISATIE

Is Advertising Wasteful?

B a c k m a n, J. — In dit artikel worden de hoofdpunten van kritiek door economen op de reclame geanalyseerd. Als centraal punt wordt daarbij de concurrerende reclame genoemd, die leidt tot duplicering en verspilling.

De auteur voert deze kritiek terug op die ten aanzien van de vrije ruilverkeersmaatschappij in zijn algemeenheid en wijst op de sterke economische groei, die juist in deze structuur mogelijk is gebleken; met name door het creëren van nieuwe behoeften door nieuwe- en verbeterde produkten en voorts door betere service en prijsconcurrentie, welk geheel op reclame moet steunen. Voorts wordt de informerende rol van de reclame benadrukt, tegenover de overredende reclame, waarop zich juist de kritiek richt. De auteur acht deze tweede vorm in het kader van het concurrerend gedrag echter ook onontbeerlijk. Overigens wijst hij erop dat minder dan de helft van de reclame van deze aard is, hetgeen wordt afgeleid uit een recente verdeling van de reclameuitgaven in de V.S. naar categorieën. Bovendien wordt gewezen op het positieve effect van alle reclameuitgaven als financiële basis voor de communicatiemediën. Aan de hand van Amerikaanse cijfers over de na-oorlogse periode, betreffende de op grote schaal geadverteerde artikelgroepen toiletartikelen, schoonmaakmiddelen en drogisterijwaren, wordt aangetoond, dat hier de reclame sterk afzetbevoorderevend werkte, terwijl de prijsstijging beneden die van de algemene prijsindex bleef. Door sommige critici wordt voor alternatieve aanwending van de reclame, met name in de sociale sector, gepleit. De verspilling, die de reclame met zich brengt, moet volgens de schrijver inderdaad gerelateerd worden aan de mate van welvaart. Zijn conclusie is echter, dat in een welvaartseconomie als die van de V.S. de reclame als marketing methode een concurrentiemiddel van onschatbare waarde is.

Ba VI - 11
E 641.253 : E 621.1

Journal of Marketing, january 1968

Toward an Interpersonal Theory of Consumer Behavior

Cohen, J. B. — Een veelbelovende richting in het onderzoek van het consumentengedrag is het onderkennen en meten van relevante gedragsvariabelen. Een variabele die veel aandacht heeft gekregen is „persoonlijkheid”. Het onderhavige artikel geeft een overzicht van de literatuur en poogt een richting aan te geven voor het toekomstig onderzoek.

De auteur wijst erop dat onderzoekingen, op basis van een verband tussen persoonlijkheid enerzijds en produktkeuze en marktgedrag anderzijds, betere resultaten hadden naarmate zij zich meer bezig hielden met interpersoonlijke begrippen, zoals dominantie, affilatie, agressie e.d. Een belangrijk gezichtspunt is dat de dingen die de mensen kopen buiten de objectieve gebruiksnuttigheid ook persoonlijke en sociale betekenis hebben.

Het beste interpersoonlijke model dat Cohen in de literatuur heeft aangetroffen is dat van Karen Horney. In dit model worden individuen in drie groepen verdeeld: 1. zij die zich naar de mensen toe bewegen 2. het agressieve type 3. zij die zich van de mensen afwenden. Deze sociale oriëntaties ontwikkelen zich in een vroeg stadium. Het kind zoekt een manier om bevreemding en veiligheid te vinden in de omgang met de ouders. Die strategie welke het meeste succes oplevert wordt in het waardensysteem van het kind opgenomen. Indien bepaalde produkten interpersoonlijk relevant zijn zullen de drie onderscheiden typen zich verschillend t.o.v. deze produkten gedragen. Een steekproefonderzoek uit een populatie van studenten gaf resultaten die globaal consistent waren met de theoretische verwachtingen.

Ba VI - 12
E 021.34

California Management Review, voorjaar 1968

Monitor Your Market continuously

Haley, R. I. en Gatty, R. — Iedereen die met marketing te maken heeft weet dat de seizoensveranderingen de omzetten van vele produkten beïnvloeden. Het is echter niet zo algemeen bekend, dat de samenstelling van de markten voor vele produkten ook verandert met de seizoenen. Met het oog hierop bevelen de auteurs een andere methode van marktanalyse aan dan de gebruikelijke grote, eenmalige onderzoeken. Immers deze onderzoeken zijn in belangrijke mate gecorreleerd met de frequentie waarmee, en de tijd van het jaar, waarin ze worden uitgevoerd. Ook de methode, waarbij aan de consument gevraagd wordt een opgave te doen van de in het verleden verrichte uitgaven, heeft grote nadelen. Deze methode kan bij de betrokken consument gemakkelijk leiden tot een te lage of te hoge opgave van de gedane uitgaven.

De auteurs stellen daarom voor om kleine, maar herhaalde onderzoekingen te doen, om de genoemde storende invloeden te elimineren. Deze werkwijze behoeft niets of slechts weinig meer te kosten. Daarnaast biedt deze procedure nog enkele andere, niet te verwaarlozen voordelen, zoals bv. een snelle signalering van veranderingen in het geheel van de marktomstandigheden.

Ba VI - 12;
E 641.254

Harvard Business Review, mei-juni 1968

Speciaal nummer: De consumptie in theorie en praktijk

E y s k e n s, M. — De ontwikkeling van de theorie van het gedrag van de consument. In dit artikel wordt het consumentengedrag alleen vanuit micro-economisch gezichtspunt benaderd.

B a r t e n, A. P. De macro-economische consumptiefunctie. Dit artikel bevat een beknopte uiteenzetting van de macro-economische consumptiefunctie van Keynes en geeft ook enige regels om tot een schatting van de marginale consumptiequote te komen.

D e b l a e r e, G. en B o u w e n, R. — De benadering van Katona in het onderzoek van het consumentengedrag. De auteurs vermelden, op welke wijze Katona komt tot de introductie van bepaalde psychologische variabelen en hoe hij deze operationeel maakt.

G i j s, B. — Enkele veralgemeenbare resultaten van het commercieel psychologisch onderzoek. De auteur illustreert aan de hand van een motivationeel imago-onderzoek, hoe een produkt enerzijds discriminatie-attributen en anderzijds standaardattributen dient te bezitten.

D e n e f f e, P. en S w i n n e n, R. — De consumptie als determinerende factor in de evolutie van de distributie. Op grond van in het artikel aangehaalde statistische reeksen wordt de toekomst van de distributie gezien als enerzijds massadistributie en anderzijds servicedistributie.

Ba VI - 12
E 021.3

Tijdschrift voor Economie, nr. 1, 1968

Why business always loses

L e v i t t, T. — Het gedrag van topmensen in het Amerikaanse bedrijfsleven en hun houding t.o.v. overheidsingrijpen doet vaak denken aan de honden van Pavlov. Het blijkt, dat ondernemers zich bij elke nieuwe overheidsmaatregel automatisch verzetten zonder duidelijk inzicht in de situatie. Het bedrijfsleven volhardde vaak in deze houding, zelfs als later de regeling in haar voordeel bleek te zijn (bv. de Sherman Act). De oorzaken van dit negativisme lopen uiteen van de alledaagse angst voor te hoge belastingen tot vrees voor koude socialisatie.

De auteur ziet de afkeer van verandering als de belangrijkste reden. Dit is geen ideologische afkeer, maar een pragmatische onbekwaamheid door gebrek aan inzicht in het maatschappelijk gebeuren.

Dit laatste hangt samen met het feit, dat men op direktieniveau vaak mensen vindt die zeer laag begonnen zijn en zich naar boven hebben moeten vechten. Hun belangstelling is noodzakelijkerwijs te eenzijdig gericht geweest op het bedrijf. Alleen die topfiguren die het geluk hadden dichter bij de top te beginnen zijn door studie en opvoeding tot een ruimere visie in staat. Op den duur is in deze situatie een gunstige wending te verwachten door de internationalisering van het bedrijfsleven en de toepassing van lange-termijn-planning: beide ontwikkelingen eisen mensen met een brede blik.

Ba VI - 16
E 642.41

Harvard Business Review, maart/april 1968

What makes managers work?

R o f f, H. E. — Op grond van een onderzoek door middel van persoonlijke interviews met 40 Britse top-managers analyseert de auteur de motieven voor het uitoefenen van een leidende functie in het bedrijf. De ondervraagde personen zijn grotendeels bedrijfsleiders of directeuren, voor het overige hoofden van bedrijfsonderdelen; allen zijn gesalarieerden, zonder financieel ondernemingsbelang. In feite gaat het in de bedrijfsleiding om de bereidheid tot continue verandering en uitbouw en het nemen van de daaraan verbonden risico's.

Als belangrijkste drijfveer komt naar voren de bevrediging in de aard van het werk, gemeten aan de bereikte groeieresultaten, en dus aan de waarde die men als leider voor handhaving, c.q. verbetering van de positie van het bedrijf heeft.

Het salaris en de vergroting daarvan is dus minder belangrijk. Enerzijds doordat blijkt, dat salarisverhoging en promotie niet in direct verband staan met verhoogde inspanning en ingevoerde verbeteringen; anderzijds doordat, op het inkomensniveau van de geënquêteerden (£ 7000 - £ 25.000 per jaar), inkomensvergroting wordt afgewogen tegen minder vrije tijd en accumulatie wordt bemoeilijkt door verhoogde belastingdruk en andere kostenfactoren.

Het promotiestreven binnen of buiten het bedrijf wordt geremd door het vergrote risico van falen en de vereiste grotere mobiliteit met de daaraan verbonden extra kosten, terwijl de tevredenheid over het huidige woon- en werkklimaat groot is. De auteur komt dan ook tot de conclusie, dat het gevaar bestaat, dat top-managers zich conformeren aan de bestaande situatie in plaats van deze in discussie brengen door eigen initiatieven. Dit vloeit

voort uit de onvoldoende beloning voor het nemen van risico en het induceren van veranderingen (een vergelijkend inkomensonderzoek, aan het eind van het artikel, leert dat Engeland daarbij t.o.v. het buitenland nog in het nadeel is) en uit de eenzijdige samenstelling van het inkomen, dat onafhankelijk denken en handelen verhindert.

Ba VI - 16

Certified Accountants Journal, juli 1968

E 641.22 : 641.211.2

Long-Term Planning as a Management Tool

Webber, Simon I. — Het artikel is gebaseerd op een enquête over de aanwending van lange-termijn planning, in concreto van meerjarige budgetten, gehouden door het Research and Publications Committee of the Institute of Chartered Accountants of Scotland onder bedrijven in Groot-Brittannië.

De auteur analyseert de resultaten, die aan het eind van het artikel, met de vragenlijst, in tabelvorm zijn weergegeven.

Het onderzoek richtte zich op de vaststelling van het gedeelte der bedrijven, dat lange-termijn planning beoefent, de vormen waarin deze plannen zijn gegoten en de voordelen, die hieruit zijn voortgevloeid. Met name werd hiertoe het gebruik van meerjarige budgetten bezien. Als vormen worden onderscheiden: speciale budgetten (incidenteel opgesteld voor een specifiek doel) en routine budgetten (regelmatig opgesteld voor de gehele bedrijfsvoering).

Ten aanzien van de opstelling der budgetten werd afzonderlijk bezien het incalculeren van belastingen en inflatie, de kwaliteit van de staf en de door deze gebruikte bronnen.

Een afzonderlijke analyse van de genoemde punten wordt gegeven voor de bedrijfstak van de elektronische gegevensverwerking (EDP).

De door de bedrijven genoemde voordelen zijn gecategoriseerd weergegeven, met als meest voorkomende: grotere kostenbewaking en betere budgetten. Het belang voor de bedrijfsleiding ligt vooral in het onderzoeken van de verschillen tussen de actuele resultaten en de lange termijn voorspellingen, die als basis voor het budget dienen, en de daardoor aan te brengen correcties. Tenslotte pleit de auteur voor verspreiding van de lange termijn-budgetten in bredere kring.

Ba VI - 18

„The Accountant's Magazine”, mei 1968

E 641.231.3

VII. LEER VAN DE ARBEIDSVOORWAARDEN

The evolution of capitalism never rests

Findlay, R. — De schrijver geeft een exposé van het zg. Rucker-plan, genoemd naar de Amerikaanse ontwerper Allen Rucker, dat binnen een onderneming de relatie wil vastleggen tussen de arbeidsprestatie en arbeidsbeloning voor de werknemers als groep.

Het plan is gebaseerd op een constant, procentueel aandeel van werknemers en de onderneming in de opbrengst der verkopen minus de kosten voor aankopen der onderneming d.i. de toegevoegde waarde van het bedrijf. Het aandeel van de onderneming wordt benut ter financiering van de vaste kosten, terwijl de winst als restpost overblijft. De positie van de kapitaalinvesteringen in het plan wordt niet behandeld.

Een toename van de toegevoegde waarde van het bedrijf door een produktiviteitsstijging zal bij een constant relatief aandeel der werknemers de absolute waarde van hun aandeel in de toegevoegde waarde doen stijgen, waardoor er een verschil ontstaat tussen het absolute werknemers-aandeel na de stijging van de produktiviteit en de totale loonsom, de bonus; de bonus brengt het resultaat van de extra-arbeidsinspanning tot uitdrukking. De werknemer heeft belang bij een verhoging der arbeidsprestatie omdat hij op deze wijze de bonus vergroot. De staf, waarvan de totale loonsom bij verandering in de produktie vrijwel constant blijft, heeft een groter belang bij een uitbreiding van de produktie.

De schrijver meent dat het Rucker-plan de tegenstelling der belangen tussen werknemer en werkgever kan opheffen en beiden kan brengen tot samenwerking ter bereiking van hun gemeenschappelijke doel: de verhoging van de bedrijfsinkomsten.

Het onderbrengen van het extra-inkomen in een gemeenschappelijke pot kan als een zwakke plek van het plan worden bestempeld, omdat het de arbeidsprikkel voor de individuele werknemer vermindert, hergeen een reden is om het Rucker-plan slechts toe te passen in bedrijven waar individuele prestatie-beloning (bv. stukloon) niet toegepast kan worden.

Ba VII - 2

The Accountant's Magazine, april 1968

E 641.215.5