



Economisch - Statistische Berichten

45e JAARGANG - 4 MEI 1960 - No. 2233

Alle assurantien



R. MEES & ZONEN

Rotterdam

BANKIERS EN ASSURANTIE - MAKELAARS

Beleggingen en vermogensbeheer

BAKSTEEN

Juwelier

HORLOGES

SIERADEN

TAFELZILVER

Sinds 1837 in het hart van Rotterdam

WESTEWAGENSTRAAT 70 — TELEFOON 110583

555

H. BRONS Jr

MAKELAAR IN ASSURANTIËN

TELEFOON 11 19 80 *

MAURITSWEG 23
ROTTERDAM

„INFLATIE EN DE ROEP NAAR WAARDEVASTHEID“

Werkgevers en Pensioenfondsen, die zich voor dit onderwerp interesseren, kunnen een overdruk van dit artikel uit „Elseviers Weekblad“ d.d. 6 febr. 1960 van de hand van Lod. S. Beuth, Economisch Pensioen-adviseur bestellen door storting van f. 0,50 op postgiro 385461 Amsterdam met uitsluitend vermelding: overdruk G 7

Fa. A. O. BEUTH VAN WICKEVOORT CROMMELIN
Rubensstraat 89, Amsterdam Z. Tel. (020) 725410
ECONOMISCHE PENSIOEN-ADVISEURS

ECONOMISCH- STATISTISCHE BERICHTEN

Uitgave van de
Stichting Het Nederlandsch Economisch Instituut

Adres voor Nederland: *Pieter de Hoochweg 118, Rotterdam-6.*
Telefoon redactie: (010 of 01800) 5 29 39. Administratie:
(010 of 01800) 3 80 40. Giro 8408.

Bankiers: *R. Mees en Zoonen, Rotterdam. Banque de Commerce, Koninklijk Plein 6, Brussel, postcheque-rekening 260.34.*

Redactie-adres voor België: *Dr. J. Geluck, Zwijnaardse Steenweg 357, Gent.*

Abonnementen: *Pieter de Hoochweg 118, Rotterdam-6.*

Abonnementsprijs: *franco per post, voor Nederland en de Overzeese Rijkdelen (per zeepost) f. 29,—, overige landen f. 31,— per jaar (België en Luxemburg B.fr. 400).*
Abonnementen kunnen ingaan met elk nummer en slechts worden beëindigd per ultimo van een kalenderjaar.

Losse exemplaren van dit nummer 75 ct.

Aangetekende stukken in Nederland aan het Bijkantoor Westzeedijk, Rotterdam-6.

Advertenties. *Alle correspondentie betreffende advertenties te richten aan de N.V. Koninklijke Nederl. Boekdrukkerij H. A. M. Roelants, Lange Haven 141, Schiedam (Telefoon 6 93 00, toestel 1 of 3).*

Advertentie-tarief f. 0,30 per mm. Contract-tarieven op aanvraag. Rubrieken „Vacatures“ en „Beschikbare krachten“ f. 0,60 per mm (dubbele kolom). De administratie behoudt zich het recht voor om advertenties zonder opgaaf van redenen te weigeren.

FLATS, VRIJE HUIZEN, WINKELS BEDRIJFSRUIMTEN

Rotterdam en omgeving

FLATS, vanaf f. 15.000.-
VRIJE HUIZEN, vanaf .. f. 21.500.-

GRATIS op aanvraag beschikbaar:
M.A.B. n.v.-NIEUWS

Ons maandblad, waarin regelmatig aantrekkelijke aanbiedingen volledig omschreven worden opgenomen.

M.A.B. n.v.

Makelaars in onroerende goederen

K.C. SLIJK Schiedamsevest 44d, Rotterdam-1
Tel. K. 1800-11.91.11 (2 lijnen)
Spreekuren: Dinsdags en Donderdags 10-16 uur.

Medewerker of opvolger

Er was eens — in werkelijkheid — een verkoopleider die zeer impulsief en agressief tegen zijn medewerkers optrad en met hen prachtige resultaten wist te bereiken. Toen hij moest worden opgevolgd, stelde de directie iemand aan, die in zijn vorige werkkring bewezen had eveneens over uitstekende verkoopcapaciteiten te beschikken. Na betrekkelijk korte tijd liepen echter de verkopen in niet onbelangrijke mate terug. Het bleek, dat de nieuwe verkoopleider zijn mensen met zachte hand leidde, met als gevolg, dat de vertegenwoordigers hem te „goedig” vonden en zich voor hem niet zo inspanden als voor hun vorige chef. Een ander voorbeeld: een nieuwe afdelingschef werd aangesteld. Deze nieuwe chef leefde al spoedig in onmin met zijn voornaamste medewerkers. Wat was het geval? Zijn voorganger was een zeer rustig mens, die zijn ondergeschikten grotendeels het werk liet doen, maar zelf uitermate goed de kunst verstond de werkzaamheden te coördineren. Hierdoor hadden twee van zijn medewerkers zich zo ontwikkeld en gespecialiseerd, dat zij het werk deden wat de nieuwe chef gedacht had te gaan doen. Hierdoor was de arbeidsvrede verstoord.

Met deze twee, aan de praktijk ontleende, voorbeelden wil Dr. B. Waszkewitz ¹⁾ duidelijk maken, dat, indien iemand vervangen dient te worden, niet kan worden volstaan met het aantrekken van een nieuwe medewerker, die aan bepaalde nauwkeurig omschreven eisen voldoet, maar dat het doel is een opvolger aan te stellen voor iemand, die in het bedrijf met succes een post heeft vervuld. Bij het creëren van een nieuwe functie kan men van andere maatstaven uitgaan, omdat dan een vergelijking met een voorganger niet mogelijk is. Niettemin is het zoeken van een opvolger een probleem, dat iedere bedrijfsleiding op zekere dag krijgt op te lossen en gezien het betrekkelijk groot aantal mislukkingen, is de juiste procedure blijkbaar nog niet gevonden. De schrijver wijst er in dit verband op, dat, indien de ontwikkeling op de arbeidsmarkt zoals deze in de laatste 15 jaar is geweest aanhoudt, de investeringen in arbeidskrachten tot de grootste gaan behoren, die de bedrijven zich zullen moeten getroosten en dat daarom alles in het werk moet worden gesteld om te voorkomen dat deze investeringen verloren gaan.

Bij grote ondernemingen lijkt het probleem niet zo

moeilijk op te lossen. Grote bedrijven hebben in vele gevallen reeds plaatsvervangers voor bepaalde functies in dienst. Deze plaatsvervangers kennen de werkzaamheden die aan een bepaalde functie zijn verbonden en dikwijls zijn zij in het bedrijf blijven werken in de hoop, eens de betreffende positie te bekleden. Maar zijn zij eenmaal aangesteld als opvolger, dan blijkt na enige tijd, dat, hoe uitstekend zij waren als plaatsvervanger, zij toch niet de juiste opvolger zijn. Kleine bedrijven, die geen personeelsreserve hebben, zullen een andere oplossing moeten vinden. De gebruikelijke weg is, dat zij zullen trachten krachten van andere bedrijven aan te trekken. Er wordt een advertentie geplaatst en na korter of langer tijd, als de binnengekomen brieven zijn geselecteerd, worden eventuele kandidaten opgeroepen voor een persoonlijk onderhoud. Het lijkt allemaal zo eenvoudig. De vereisten waaraan de opvolger moet voldoen zijn bekend en aan de hand hiervan en aan de hand van de antecedenten van de kandidaten wordt een keuze gemaakt, die echter achteraf blijkt foutief te zijn geweest: er is wel een nieuwe medewerker in dienst getreden, maar hij is niet de opvolger van zijn voorganger.

Waszkewitz ontkent, dat in dergelijke gevallen altijd de schuld bij de nieuw aangestelde is te zoeken. Eerder is het zo, dat de bedrijfsleiding het probleem van het aanstellen van een opvolger heeft onderschat. Het is een ingewikkeld vraagstuk: niet alleen de kundigheden van de kandidaat zijn van betekenis, de nieuwe medewerker gaat een plaats innemen, die voorheen door een ander werd bezet. Hij neemt die plaats echter niet alleen organisatorisch in, maar hij neemt ook de rol, die zijn voorganger als *mens* in de organisatie vervulde, over. Bij het aanstellen van een nieuwe functionaris — de schrijver heeft in zijn betoog in de eerste plaats het oog op leidinggevend personeel — dienen daarom ook andere facetten te worden nagegaan. De bedrijfsleiding moet zich o.a. afvragen: wat voor iemand is eigenlijk de scheidende persoon? Op welke wijze heeft hij zijn taak vervuld? Hoe coördineerde hij zijn werkzaamheden? Nog beter, zegt Waszkewitz, is het een analyse te maken van de groep waarin de opvolger zal komen te werken. Hoe was de samenwerking in deze groep? Dit dient niet alleen organisatorisch, maar ook sociaal gezien te worden. De opvolger van een functionaris in een bedrijf moet niet uitsluitend worden gezien als nieuwe arbeidskracht, maar evenzeer als *mens* in een werkgemeenschap.

¹⁾ Dr. B. Waszkewitz: „Das Problem des „Nachfolgers” bei der Personalauswahl” in „Mensch und Arbeit” van maart 1960.

INHOUD

	Blz.		Blz.
Medewerker of opvolger	483	Boekbesprekingen:	
Europese produktiviteitsbevordering, door Prof. Dr. J. Pen en Drs. H. Quarles van Ufford ...	484	Dr. C. D. Jongman: De Nederlandse geldmarkt, bespr. door Drs. J. C. Brezet	493
Reclame en economische wetenschap, door Dr. G. A. M. Vogelaar	486	Dr. Theo Beckermann: Das Handwerk-gestern und heute, bespr. door G. P. J. van Overbeek	494
De assepoester van het landbouwbeleid, door Drs. W. Hessel	489	Geld- en kapitaalmarkt, door Dr. C. D. Jongman	495

COMMISSIE VAN REDACTIE: Ch. Glasz; L. M. Koyck; H. W. Lambers; J. Tinbergen; J. R. Zuidema.

Redacteur-Secretaris: A. de Wit. Adjunct Redacteur-Secretaris: J. J. Hartemink.

COMMISSIE VAN ADVIES VOOR BELGIË: F. Collin; J. E. Mertens de Wilmars; J. van Tichelen; R. Vandeputte; A. J. Vlerick.

Europese produktiviteitsbevordering

Terwijl de zorg voor de produktiviteit primair een zaak is des ondernemers, heeft de overheid er wel zoveel mee te maken dat een produktiviteitsbeleid onmisbaar is. Het belang daarvan is sinds oude tijden ingezien — Colbert! — en slechts nu en dan uit het oog verloren. Niet door Adam Smith, wiens „duties of the sovereign” ruim zijn gesteld, maar door J. B. Say, die dan wel het produktiviteitsbegrip naar voren schoof, maar aan de overheid ten hoogste een schadelijke invloed toekende. Heden ten dage gelooft men niet meer in Say's sombere kijk op de overheid, zoals wij ook het vertrouwen hebben verloren in de naar hem genoemde wet van de automatische kringloopregulering — maar velen zijn toch nog te sceptisch, miskennen de vervlechting tussen de produktiviteitsbevordering door de ondernemers en die door de overheid; zij miskennen met name ook de gunstige invloed die kan uitgaan van speciale „projecten”, door de overheid geëntaamd ten behoeve van het bedrijfsleven. Misschien is dit sceptisme een reactie op de projectitis, waaraan veel wetenschappelijke en semi-wetenschappelijke bedrijvigheid laboreert — de kwaal die door Jaques Barzum in zijn indrukwekkende House of Intellect is beschreven — maar ten dele is het geringe vertrouwen te wijten aan onkunde omtrent hetgeen er omgaat. Nu, er gaat veel om; zoveel dat een ietwat benaderende beschrijving ervan dikke boekdelen vergt.

De bedoeling van dit artikel is dan ook bescheidener: het wil een impressie geven van een jonge instelling op het terrein van de produktiviteit, namelijk het Europese Produktiviteits Agentschap (E.P.A.) van de O.E.E.S., en daarmee tevens onderstrepen hoe ver dit werk buiten de grenzen van de onderneming is getreden. Primair is de produktiviteit een zorg voor de onderneming, secundair voor de bedrijfstak en andere particuliere organen (bij ons bijv. de C.O.P. en het N.I.V.E.), tertiair voor de overheid; maar quaternair grijpt de produktiviteitspolitiek over de landsgrenzen heen.

Op Sardinië pogen mensen van diverse nationaliteiten (onder leiding van een enigszins veramerikaniseerde Turk) de boeren bij te brengen hoe zij hun uiterst lage levensstandaard kunnen verhogen en de reserves aan werkracht kunnen ontginnen. Geleerden buigen zich te Parijs over het vraagstuk van de vermoeidheid van metalen. Vanuit de Rue André-Pascal worden films gedistribueerd, die een effectief hulpmiddel blijken te zijn bij het verbeteren van de werkwijze in de bedrijven. Europese docenten in de bedrijfseconomie krijgen de gelegenheid zich in Harvard verder te bekwaamen in de fijnere trekken van hun vak. Detailhandelaren van onderscheidene branches komen bijeen — soms ontmoeten zij op deze internationale conferenties voor de eerste maal de organisaties hunner leveranciers. Standaardisatie van tractoren wordt bevorderd. Werkgevers en werknemers bespreken, al of niet in gezelschap van bedrijfssociologen, hun concrete moeilijkheden en vaak gaan zij met elkaar op reis — bijv. naar Amerika. Al deze uiteenlopende bezigheden, en tientallen andere, beogen

processen aan de gang te brengen of te versnellen. Wil het werk slagen, dan moeten „multipliers” gaan werken. Wat internationaal werd gestart, plant zich nationaal voort.

Het E.P.A. werd niet aanstonds in 1949 met de O.E.E.S. opgericht. Aanvankelijk waren er verschillende commissies die zich, zoals dat heet, met het vraagstuk van de produktiviteit bezighielden. Een weinig doeltreffende opzet, want de afgevaardigden waren goeddeels specialisten, die belangwekkende, doch ongecoördineerde ideeën naar voren brachten. Nu eens werd het accent gelegd op produktiviteitsmeting, dan weer op de „menselijke factor”; soms wilde iemand technologische kwesties bespreken, maar ook werd wel gesteld dat statistisch onderzoek naar de kapitaalcoëfficiënt het meest urgent zou zijn. De verschillende voorzitters wisten geen lijn in het werk te brengen, hoewel zij stuk voor stuk voortreffelijke mensen waren (één van hen was J. Fourastié, befaamd schrijver van *Le Grand Espoir du XXme siècle*, maar geen organisator). Een evenwichtig programma werd eerst bereikbaar toen in 1953 het Agentschap werd opgericht en de commissies met haar wisselende leden op de achtergrond traden. Een niet-specialistische Raad van Bestuur is thans verantwoordelijk voor de programmering en presenteert het budget aan de Raad van de O.E.E.S. Als directeur werd benoemd de Fransman R. Grégoire; als adjunct-directeur de Brit A. King, die zijn sporen heeft verdiend op het terrein van het natuurwetenschappelijk onderzoek.

De stoot tot de oprichting van het Agentschap gaf een amendement op de Second Mutual Security Act van 1952, bekend als het Moody Amendment. De Verenigde Staten stelden daarmee \$ 100 mln. ter beschikking van de Europese nationale produktiviteitscentra en schonken in totaal \$ 12½ mln. aan de O.E.E.S. Met het laatste bedrag werd de E.P.A. opgericht, terwijl de landen contribueren naar rato van hun nationaal inkomen. Het Agentschap en de nationale centra hangen dus, qua origine, samen, en voorts ook wat het werk betreft. Van stonde af aan was het Parijse bureau het uitwisselingsorgaan voor de nationale gegevens („clearing house”) en de nationale centra — in ons land de Contactgroep Opvoering Productiviteit — hielpen bij de uitvoering der Europese projecten.

Zoals vanzelf spreekt, bleven het Agentschap kinderziekten niet bespaard. De plotselinge aanwezigheid van veel geld en de erfenis van de commissies in de vorm van onsamenhangende hobbies, leidden tot nieuwe experimenten en rommelige toestanden. In de Raad van Bestuur is voortdurend gepleit voor evenwicht en „concentratie”. Ofschoon niet ieder land daaronder hetzelfde verstaat is thans toch een programma bereikt dat evenwichtig en verantwoord is.

Er is gaandeweg een verschuiving opgetreden in de aard van het werk. Aanvankelijk namen collectieve studiereizen naar de Verenigde Staten en de overkomst van Amerikaanse deskundigen de voornaamste plaats in. Na 1954 werd het accent gelegd op problemen van de leiding van ondernemingen en op de samenwerking tussen werkgevers en werknemers; vooral op het laatste terrein zijn goede

resultaten geboekt. Sinds 1958 zijn de onderontwikkelde gebieden meer en meer op de voorgrond gekomen: naast de algemene bijstand aan deze landen worden sindsdien regionale ontwikkelingsplannen uitgevoerd op Sardinië, in Epirus en, sinds kort, in Turkije. Dit zijn acties op beperkte schaal, maar met veelomvattend karakter; men poogt dorpen uit hun armoede op te heffen door het gehele leven ter plaatse te wijzigen. Daarnaast heeft het E.P.A. ook de technologische research meer naar voren geschoven, zulks als gevolg van de Spoetnik, die het vermoeden deed rijzen dat wij een achterstand hebben in wetenschappelijke kennis en mankracht. Voor het laatste werd overigens in 1957 een zusterinstelling opgericht: het Office for Scientific and Technical Personnel (als merkwaardige bijzonderheid: directeur is A. King, adjunct-directeur R. Grégoire).

Het totale budget van het Agentschap lag in het afgelopen jaar in de orde van grootte van nfr. 10 mln. voor projecten en nfr. 7 mln. voor het Bureau, dat ongeveer twee honderd medewerkers omvat. Er zijn honderden projecten voltooid of in uitvoering. Een indrukwekkende reeks publicaties heeft het licht gezien. De leidende gedachte is dat geen eigen research wordt gedaan, maar dat de betrokkenen in de landen bijeen worden gebracht en over de drempel geholpen.

Een overzicht van de projecten vergt hier te veel ruimte. Volstaan wordt met een indruk. Het evenwicht in de projecten is thans als volgt: aan de sector industrie en handel werd tot nu toe ongeveer de helft van het projectenbudget uitgegeven; aan de landbouw circa 15 pCt.; aan de natuurwetenschappen een kleine 10 pCt. en aan de onderontwikkelde gebieden 25 pCt.

De sector industrie en handel omvat in de eerste plaats de bevordering van „management techniques”, zoals statistische kwaliteitscontrole, produktieplanning, marktonderzoek e.d. Een aantal projecten is gericht op degenen, die anderen deze technieken moeten bijbrengen; „teaching the teachers” heeft immers de grootste multiplierwerking! Sommige acties hebben in ons land duidelijke sporen achtergelaten: de textielconferentie te Turijn leidde tot vruchtbare verticale contacten; een E.P.A.-project gaf de stoot tot het Produktiviteitscentrum voor het klein- en middenbedrijf. Daarnaast valt onder deze sector het werk tot opvoering van de kwaliteit van de arbeid (o.a. het bazenprobleem), van de vakvereniging, en van de menselijke verhoudingen in het bedrijf. Een voorbeeld: te Dortmund werd, door vakbondsmensen, een conferentie gehouden over arbeidsanalyse en arbeidsmeting — een heel verschil met vroeger tijden, toen de arbeiders in deze technieken iets vijandelijks zagen. Voorts hebben in vele landen de gemeenschappelijke reizen van werkgevers en werknemers geleid tot meer bevredigende relaties tussen beide en tot de medewerking van de vakbeweging aan de produktiviteitsbevordering — een essentiële factor in de produktiviteit. Zelfs Nederland weet in deze sector nog van het Agentschap te profiteren: werkgevers en werknemers uit de kleinmetaalindustrie hebben Europa bereisd ter bestudering van de werktijdverkorting, en, naar men zegt, met vrucht.

De landbouwsector kent in hoofdzaak drie soorten projecten: afzetverbetering, opbouw van de voorlichtingsdiensten en technische vooruitgang. Wat de laatste twee betreft, zijn wij typisch een „gevend” land.

De toegepaste natuurwetenschappen worden bevorderd door het beleggen van conferenties van deskundigen, door het vertalen en distribueren van bijv. Russische tijdschriftartikelen e.d. Het bureau zelf doet dus niet aan spuurwerk,

maar stimuleert de uitwisseling van bestaande kennis tussen nationale instellingen (wat Nederland betreft: T.N.O.): De organisatorische en financiële kant wordt daarbij niet vergeten: er is bijv. een vergelijkende studie over de fiscale behandeling van researchuitgaven.

De meest interessante sector is wellicht die van de versnelde ontwikkeling in de Middellandse Zee-landen. Dit werk krijgt de laatste tijd steeds meer accent, en zulks waarempel niet alleen om politieke redenen. Het verlenen van technische bijstand is een op zichzelf bekende zaak, maar het is gebleken, dat deze hulp vooral — en soms zelfs alleen — tot haar recht komt als zij „comprehensive” is, d.w.z. een samenhangend patroon van menselijke activiteiten bestrijkt. Zo is men gekomen tot de demonstratiegebieden, waarvan die op Sardinië (Oristano) het verst is gevorderd ¹⁾. Hier geen abstracte of bespiegelende werkwijze, maar hard werk met de handen. In Oristano werden mandjes gevlochten die niemand kocht, omdat er ter plaatse niemand is die ze kopen kan. Een lichte verandering in stijl en zij zijn exportabel. Jawel, maar dan moet er een exporteur zijn, dat is ten minste iemand die lezen en schrijven kan. Er moet een boekhouding zijn. De opgerichte coöperatie moet degenen die geen mandjes vlecht maar administreert, zijn loon betalen — en dat terwijl hij niet „echt werkt”. Aan de coöperatoren moet dus worden bijgebracht dat boekhouden en brieven schrijven óók nuttig werk is. Een Nederlands initiatief van particuliere zijde heeft tienduizend kuikens naar dit gebied gebracht — maar bovendien moet de boerinnen worden uitgelegd hoe zij met kippen moeten omgaan. Dat gebeurt dan ook. Men kan zich dit werk niet primitief genoeg voorstellen. Maar men kan het belang ervan gemakkelijk onderschatten. Het is kruimelwerk, maar het krijgt zin doordat het in systematisch verband wordt uitgevoerd; en als het resultaat ervan zich verbreedt, in plaats van dood te lopen in de plaatselijke onmacht, is de drempel naar „selfsustained growth” overschreden.

Wie het werk van het E.P.A. in de praktijk heeft gezien, komt ervan onder de indruk. Weliswaar is die indruk niet altijd gunstig. De cynici en de fantasielozen geloven bij voorbaat al niet in de produktiviteitsbevordering. Anderen zien te veel naar de mislukte en slecht voorbereide projecten, het onvermijdbare geredekavel en naar de inefficiency die zich af en toe bij de uitvoering heeft voorgedaan. Zij zijn ook geneigd te lachen om de bestrijding van de muskuśrat en de studies tot een doeltreffender verscheping van pruimen. Daarbij voegt zich de ver-zichtige gewoonte van sommige economen, alleen op de horizon te letten en het gras niet te zien dat voor hun voeten groeit. Dat alles bedreigt het produktiviteitswerk, dat van betekenis is, ook voor het Nederlandse bedrijfsleven. Het is waar, dat wij in vele opzichten meer kennis naar Parijs doen vloeien dan wij er vandaan halen; maar het Ministerie van Economische Zaken kan toch in Nederland op menig geslaagd Europees project terug zien. De concentratie van het werk is thans wel zover gevorderd en er is zo veel ervaring opgedaan, dat de kinderziekten zijn overwonnen. Voortzetting van het werk is dan ook verantwoord. Europa zal zijn plaats in de wereld alleen kunnen behouden, wanneer alle kansen voor een doeltreffende produktie worden benut.

J. PEN.
Groningen.

H. QUARLES VAN UFFORD.
's-Gravenhage.

¹⁾ Dit project wordt uitgevoerd in samenwerking met de Italiaanse Regering en de Amerikanen.

Het bedrijfsleven en de reclamewereld dringen in toenemende mate aan op het openen van de mogelijkheid, aan economische hogescholen en economische faculteiten van universiteiten reclame als afzonderlijk vak te bestuderen. De maatschappelijke betekenis van de reclame in ons economisch bestel is groot en groeiend. Van de reclame-adviseur wordt tegenwoordig een commercieel beleidsadvies gevraagd. Dit maakt het wenselijk, dat hij wetenschappelijk is ingesteld en geschoold. De universitair geschoolde commerciële directeur dient meer wetenschappelijk inzicht te hebben in reclame en enige kennis van de hulptechnieken. In omringende landen heeft de reclame de universitaire status bereikt. In het kader der groeiende integratie mag Nederland niet achterblijven. Ons universitair onderwijs blijft — in verschillende mate — achter bij hetgeen op dit stuk wenselijk is. Reclame zou — als vast en verplicht onderdeel — gedoceerd kunnen worden in het kader der commerciële economie (bedrijfshuishoudkundige studierichting). Uit de hulpwetenschappen der commerciële economie zouden enige als vaste onderdelen van het studieprogramma, andere als keuzevakken kunnen worden aangewezen.

Reclame en economische wetenschap

Reclame als studiegebied van Universiteit en Hogeschool?

Sinds jaar en dag wijzen sprekers op reclamecongressen¹⁾ en schrijvers van artikelen over reclame op de wenselijkheid, dat het Hoger Onderwijs de reclame zou erkennen als een afzonderlijk studiegebied. Men acht het reclamevak rijp voor wetenschappelijke bestudering en scholing. Men voelt behoefte aan bezinning op en ordening van de vele gegevens en beschouwingen rond de reclame. Men begint te beseffen, dat reclame niet slechts commerciële risico's medebrengt voor de adverteerder, maar ook geestelijke en materiële risico's voor zijn publiek. De groeiende macht van de reclame doet ongerustheid ontstaan, zowel over haar effect als over de intenties van haar manipulators. Deze laatsten genieten als groep niet het publieke vertrouwen en de algemene achting, welke men zou mogen verwachten ten aanzien van de beoefenaren van een dergelijk moeilijk en maatschappelijk belangrijk en spectaculair vak. In zijn verlangen naar maatschappelijk aanzien begint de reclamewereld nu zelf dringend te vragen om universitaire scholing en om wetenschappelijke erkenning. Maar de wereld van het Hoger Onderwijs geeft nog niet de indruk bereid te zijn, haar poorten hiervoor te openen. De vraag is: moet men het verlangen van de reclame naar universitaire erkenning gemotiveerd achten, ja of neen?

Reclame als distributieve functie.

Om een antwoord op deze vraag te kunnen geven, moeten wij ons eerst het wezen van de reclame voor ogen stellen. Dan valt het op, dat er eigenlijk twee geheel verschillende aspecten zijn aan deze maatschappelijke activiteit. Enerzijds is reclame een openbare voorlichting van meestal aansporende aard, welke grote invloed blijkt te hebben op de besteding van middelen van het volk en zó op zijn levensgewoonten en cultuur.

In deze zin is reclame een belangrijk terrein van intermenselijke massale beïnvloeding door communicatie, een studiegebied van de sociologie. Op dit belangrijke aspect

¹⁾ O.a. Jhr. W. van Andringa de Kempnaer, voorzitter van het Genootschap voor Reclame, in zijn openingsrede van het 21ste reclamecongres, gehouden te Groningen 11-13 november 1959.

van de reclame zullen wij hier niet verder ingaan; elders hoop ik dit binnenkort aan de orde te mogen stellen²⁾.

Maar anderzijds — en daar gaat het hier om — is reclame een onderdeel van de distributieve functie, één der activiteiten ter bevordering van de afzet van goederen en diensten. Men zou in deze distributieve functie kunnen onderscheiden tussen merchandising (het verkooprijp maken van produkt incl. verpakking), selling (organisatie van de verkrijgbaarstelling) en reclame (het bekend en attractief maken van het aangeboden in de kring van potentiële afnemers). Reclame is slechts dan een essentieel onderdeel van de distributieve functie als en in zover het noodzakelijk is, het produkt bekend en aantrekkelijk te maken, dus wanneer de potentiële afnemer ertoe gebracht moet worden, dit produkt op dit moment te kopen. Als hij uit zichzelf niet tot kopen zou overgaan, of uit zichzelf een ander dergelijk produkt zou kunnen kiezen of zijn middelen aan een andere behoeftebevrediging zou besteden, dan is reclame op zijn plaats. Reclame veronderstelt dus, dat de potentiële afnemer kan kiezen, alvorens hij koopt, tussen kopen en niet-kopen, tussen kopen van gelijksoortige produkten of tussen verschillende behoeftebevrediging.

Bij de in de Westelijke wereld gebruikelijke organisatie van produktie en afzet op de vrije markt hoort reclame in enigerlei vorm thuis en wel als een essentieel onderdeel, een onvermijdelijke begeleiding van een door de vrije markt gereguleerde economie en van de vrijheid van besteding. Nu neemt de vrijheid van besteding steeds in betekenis toe. Naarmate de inkomsten zich verheffen boven het voor het levensonderhoud noodzakelijke minimum, breidt zich de zone van vrije besteding uit. En naarmate de lokale markten integreren, de grenzen en belemmeringen voor produkten en diensten van elders wegvallen, transport en communicatie verbeteren, de belezendheid en de bekendheid met vreemde landen en hun produkten groeit, naar die mate gaan allerwegen de produkten en diensten uit de omringende landen — ja zelfs uit andere delen van de wereld — een rol van betekenis spelen op de vrije markt en t.a.v. de

²⁾ Mijn artikel „Openbare Communicatieve Beïnvloeding” in het blad „Mens en Maatschappij”, Isonovo, Amsterdam.

bestedingskeus der eertijds voor eigen lokale afzet gereserveerde klanten. Hoe enger en lokaler de markt, hoe minder reclame; hoe opener en internationaler de markt, hoe meer reclame noodzakelijk wordt. Daarom neemt de reclame in betekenis toe en zal zij — ontwikkelingsbreuken daargelaten — in betekenis blijven toenemen met de toenemende integratie.

Reclame een wetenschap?

De maatschappelijke betekenis van de reclame als onderdeel van de behoeftevoorziening staat dus wel buiten twijfel. Maar is dit op zichzelf een dwingende reden om aan instellingen van Hoger Onderwijs reclame als afzonderlijk studiegebied te accepteren? Mij dunkt van niet. Sterrenkunde is misschien van geringe maatschappelijke betekenis en toch is het een oude en gerespecteerde wetenschap. Mode is van grote maatschappelijke betekenis, maar wie zou Yves St. Laurent als hoogleraar in de modewetenschap aan de Sorbonne willen zien? Sport is van eminent belang voor de maatschappij, maar een universitaire leerstoel in de sport kan men zich toch moeilijk indenken. Natuurlijk kan bijv. de sport zich op wetenschappelijke gegevens baseren: kennis van het menselijk lichaam voor atletiek; aerodynamica voor race-sporten, etc. Maar dat verheft sport nog niet tot een wetenschap.

Is reclame niet overwegend een terrein van vaardigheid, door oefening te verkrijgen? Bestaat reclame niet uit de toepassing van een aantal voorschriften en handgrepen, plus veel fantasie en expressieve vaardigheid? Zijn de wetenschappelijke pretenties van de moderne reclame niet terug te voeren tot een toenemend al of niet reëel gebruik van wetenschappelijke technieken, zoals statistische analyse, diepte-onderzoek e.d.? Het antwoord kan niet meer bevestigend luiden; in Nederland misschien nog in zijn overgangsjaren, is reclame elders wel volop een wetenschap geworden en als zodanig erkend. Moderne bedrijven van enige omvang stellen zich niet meer tevreden met het ontvangen van een paar teksten en schetsjes en een advies welke media in te schakelen; zij eisen een *commercieel beleidsadvies*, een plan de campagne voor de afzet, omvattende vorm, kleur, assortiment, kwaliteit, verpakking en prijsverhouding van het produkt; de organisatie van de afzet via bestaande of te scheppen kanalen en bewerking van de bestaande kanalen, voorziening met point of sale materiaal, etc.; en ten slotte het reclame-advies in engere zin. Meer en meer wordt een dergelijk plan gebaseerd op marktkennis in exacte en wetenschappelijke zin: op statistische gegevens en de uitkomst van onderzoekingen; op enquêtes, steekproeven en analyses; op sociologische en psychologische technieken. Econoom en statisticus, socioloog en psycholoog werken samen in teams om een funda-

ment te leggen voor het „reclame-advies”, om bepaalde mogelijkheden vooraf te beproeven, koopweerstand te achterhalen en te overwinnen, resultaten te analyseren ter verbetering van verdere actie.

En in hun midden staat dan — vaak ervaren, maar doorgaans hulpeloos — de reclame-adviseur, die de opleiding van deze door hem aangetrokken medewerkers mist, hun taal niet spreekt en de breedheid van visie ontbeert om deze specialisten en hun adviezen op de juiste waarde te taxeren. En toch, van hem is het dat de klant het uiteindelijk advies verwacht. Hij is het, die uit de specialistische gezichtspunten het praktisch relevante en verwezenlijkbare moet halen, om zo tot een beleidsadvies te komen, dat voor de klant hout snijdt. Veelal zal hij momenteel, gedwongen door zijn gebrek aan universitaire opleiding, de neiging hebben, de „geleerde” adviezen maar onbewerkt door te geven. En dan gebeurt vaak van tweeën één: of de klant is geïmponeerd en tracht iets te doen aan de verwezenlijking van de adviezen, maar mist daar op zijn beurt bijna steeds de scholing voor; of de klant verwerpt, hetgeen hij niet begrijpt en het advies sorteert geen effect.

Nodig is, naar hieruit blijkt, dat zowel de reclame-adviseur als de commercieel directeur van zijn klant universitaire scholing hebben gehad en met name de nieuwe inzichten van de commerciële economie beheersen. Natuurlijk is dat alleen noodzakelijk, wanneer de afzetproblemen complex zijn, hetgeen dikwijls het geval zal zijn t.a.v. grotere ondernemingen. Maar laten wij beseffen, dat bij groeiende markt en concurrentie, bij toenemende integratie en samenwerking tussen bedrijven, het aantal grote klanten met complexe afzetproblemen toeneemt. Aan de reclame-adviseur worden steeds hogere eisen gesteld, waaraan hij zonder een bredere opleiding niet kan voldoen. Daar komt nog bij, dat vooral de nieuwere publikaties op het gebied van marketing en reclame, die ons uit het buitenland bereiken, allens voor niet-universitair geschoolden onleesbaar en onbegrijpelijk worden. De Nederlandse reclamewereld kan de nieuwe ontwikkelingen van het vak niet bijhouden zonder universitaire scholing.

In de Euromarkt zal de afzet van produkten uit de andere landen kunnen profiteren van de adviezen van universitair opgeleide reclame-deskundigen³⁾. Het ontbreken daarvan in Nederland zou een geduchte handicap betekenen voor de afzet van de Nederlandse produkten.

Reeds zijn er in Nederland grote bedrijven, die zich gedwongen voelen, hun universitair geschoolde marketing-deskundigen en reclame-experts uit het buitenland aan te

³⁾ In welke mate kan blijken uit „Education and Training in Advertising”, rapport van de I.C.C. Commission on advertising o.l.v. Prof. F. Elvinger (Kopenhagen 1959).

(Advertentie)

Kabels met papier- en met plasticisolatie voor hoogspanning, laagspanning en telecommunicatie. Kabelgarnituren, koperdraad en koperkabel, staaldraad en bandstaal

N.V. NEDERLANDSCHE KABELFABRIEKEN • DELFT



trekken. Er worden in Nederland filialen gesticht van grote buitenlandse (Amerikaanse) reclamebureaus. Blijkt hieruit niet, dat een aantal internationaal georiënteerde bedrijven in Nederland terecht of ten onrechte meent, voor zijn steeds moeilijker en internationaler marketing- en reclameproblemen niet meer bij Nederlandse reclamebureaus terecht te kunnen, omdat deze niveau, wetenschappelijke ingesteldheid en internationale ervaring zouden missen?

Terecht vragen de reclamewereld en het bedrijfsleven sinds jaren aan de hogescholen en universiteiten, hun poorten voor de studie van de reclame te openen. In welke mate is aan dit verzoek voldaan?

Wat reeds universitair gedoceerd wordt.

1. Nederlandsche Economische Hoogeschool, Rotterdam⁴⁾

- Reclame wordt niet als een afzonderlijk vak gedoceerd en kan niet als keuzevak worden genomen.
- In het kader van de theoretische economie wordt reclame aan de orde gesteld bij de behandeling van de leer van de markt vormen, alsook bij die van het consumentengedrag.
- Bij de colleges commerciële economie wordt reclame behandeld als één der instrumenten van het verkoopbeleid (naast andere instrumenten als: kwaliteits- en prijsbeleid, assortimentskeus, distributiekanaal en tegenwoordigersapparaat). Hierbij wordt bijzondere aandacht geschonken aan vraagstukken als: de opzet van de reclamecampagne, de mediakeus en de verhouding opdrachtgever - reclamebureau.
- Hulpwetenschappen en -technieken worden ruimschoots gedoceerd: statistiek en statistische analyse, bedrijfsstatistiek en marktanalyse, opinie-onderzoek, advertising- en mediaresearch etc.
- De literatuurlijst vermeldt een aantal publikaties over reclame, die niet verplicht zijn.

2. Katholieke Economische Hogeschool, Tilburg⁵⁾

- Reclame wordt niet als een afzonderlijk vak gedoceerd en kan niet als keuzevak worden genomen.
- Reclame wordt als één der instrumenten van het verkoopbeleid behandeld bij de colleges over organisatie van de onderneming (managerial economics).
- Voor de bedrijfshuishoudkundige richting is het volgen van een practicum voorgeschreven. Gekozen kan hiertoe worden het practicum commerciële organisatie (verkoopkunde) waarvan ongeveer $\frac{1}{4}$ van de duur wordt besteed aan reclame.
- Aspecten van de reclame kunnen zowel voor kandidaats als doctoraal als onderwerp van een scriptie worden gekozen in het kader van het vak organisatie van de onderneming.
- Op het onder c. genoemde practicum wordt de literatuur geïntroduceerd. Men kan uit de lijst een keuze maken.

3. Vrije Universiteit, Amsterdam, economische faculteit⁶⁾

- Reclame wordt niet als een afzonderlijk vak gedoceerd en kan niet als keuzevak worden genomen.
- Aan aspecten van de reclame wordt aandacht besteed in de colleges: bedrijfspsychologie, interne organisatie, externe organisatie en leer van de kostprijs.
- Reclame wordt soms door studenten als onderwerp van scripties gekozen (bijv.: bedrijfseconomische betekenis van de reclame, reclame en verkoopkosten, reclame en kostprijs, reclamekosten, motivation research e.d.).
- De literatuurlijst bevat geen standaardwerk over de reclame; tot de aanbevolen lectuur behoort een bedrijfseconomische beschouwing en een aantal publikaties, waarin aspecten van de reclame ter sprake komen.

⁴⁾ Dit overzicht is gebaseerd op mij, door Prof. Dr. P. J. Verdoorn verstrekte gegevens.

⁵⁾ Drs. C. F. A. Weterman van de Tilburgse Hogeschool verschaftte mij deze gegevens.

⁶⁾ Prof. Dr. F. L. van Muiswinkel stelde mij in staat dit overzicht te maken.

4. Rijksuniversiteit, Groningen, faculteit der economische wetenschappen⁷⁾

- Reclame wordt niet als een afzonderlijk vak gedoceerd en kan niet als keuzevak worden genomen.
- Aan aspecten van de reclame wordt aandacht besteed in de colleges: bedrijfshuishoudkunde, interne en externe organisatie.
- Reclame kan door studenten als onderwerp van scripties worden gekozen.
- De literatuurlijst vermeldt geen verplichte werken over reclame; wel kan, in overleg met de hoogleraar, een aan reclame gewijde publikatie als keuzewerk worden genomen.

5. Gemeentelijke Universiteit van Amsterdam, economische faculteit⁸⁾

- Reclame wordt niet als een afzonderlijk vak gedoceerd en kan niet als keuzevak worden genomen.
- Aan aspecten van de reclame wordt aandacht besteed bij de behandeling van commerciële vraagstukken en de kostprijs; in de sociale economie (vraagstukken van economische orde en politiek, daaronder begrepen de leer van de markt vormen) komen eveneens reclame-aspecten aan de orde. Specialisatie in bedrijfshuishoudkundige richting ontbreekt in Amsterdam.
- Reclame wordt soms door studenten als onderwerp van scripties gekozen.
- Bij de behandeling van de commerciële vraagstukken wordt door de hoogleraar een aantal boeken aanbevolen, waaronder enige over reclame.

Reclame als afzonderlijk studievak der bedrijfshuishoudkundige richting.

Vanuit de hiervóór ontwikkelde gedachtengang mag men tot de algemene conclusie komen, dat — zonder onderschatting van het reeds hiër en daar bereikte — de reclame nog geen adequate plaats in het Hoger Onderwijs in de economische wetenschappen heeft veroverd. Er zijn daar argumenten opgesomd, om de aan reclame te geven aandacht in aanzienlijke mate uit te breiden. In welke richting zou die uitbreiding gezocht moeten worden? Welke doeleinden moet een dergelijke uitbreiding dienen?

Het zal uit het voorafgaande duidelijk zijn, dat een afzonderlijke universitaire bestudering van het reclamevak in technische zin naar mijn mening voorlopig weinig nut zou stichten.

Mediakeuze en mediagebruik, het ontwerpen van teksten en illustraties, reproductietechnieken e.d. worden in de bestaande cursussen in de reclame⁹⁾ naar behoren behandeld. Zinvol wordt een universitaire studie pas, waar in de reclame een brede economisch-commerciële visie nodig is.

Waar reclame opgaat in het grotere geheel der commerciële economie, een onderdeel wordt van het commerciële of verkoopbeleid, daar wordt zij geschikt voor universitaire studie. Daar verdient reclame een vaste en verplichte plaats, dus niet als keuzevak, doch als verplichte studiestof

⁷⁾ Met behulp van Prof. Dr. J. L. Mey kwam het onderstaande tot stand.

⁸⁾ Prof. Dr. F. J. Haccoü verstrekte mij de gegevens tot dit overzicht.

⁹⁾ Genoemd mogen worden de tweejarige mondelinge avondcursus van de Stichting Reclame Onderwijs te Amsterdam en de tweejarige schriftelijke opleidingscursus voor reclame-assistent van de Leidse Onderwijsinstellingen. Het onderwijs van laatstgenoemde is gebaseerd op een Middelbare of Voorbereidend Hogere schoolopleiding. Ook het Nederlandse Opleidings Instituut voor het Buitenland N.O.I.B. (Nijenrode) te Breukelen besteedt in zijn leerprogramma aandacht aan marketing en reclame.

Schrijver maakt in dit artikel van theoretisch gezichtspunt uit een aantal opmerkingen over de consequenties van de toepassing van de theorie der standaardkosten voor het landbouwbeleid. Zo stelt hij vast, dat de zgn. goed geleide, sociaal en economisch verantwoorde bedrijven geen volledige normcombinatie of standaardcombinatie van produktiefactoren vormen. In tegenstelling tot de overige produktiefactoren gaat men voor de grond nl. niet uit van een bepaalde norm of standaard, doch van de feiten. De te kiezen standaard zal z.i. ook de grond moeten omvatten. Ook voor de door de Centrale Overheid en waterschappen vast te stellen eigenaarslasten zou men van dezelfde standaard moeten uitgaan. Naar schrijvers mening moet worden gezocht naar een evenwichtig samenstel van prijs- of inkomenssubsidies, toeslagen, structuursubsidies en lasten op basis van de bestaande interdependentie van prijzen, kosten en inkomens in de agrarische sector.

De assepoester van het landbouwbeleid

Tot de „brandende kwesties” kan het landbouwbeleid worden gerekend, waarbij men onderscheiden kan:

- a. het garantieprijs- of inkomensbeleid (in dit termverschil ligt een verschil in visie, dat we terzijde laten);
- b. het structuurbeleid;
- c. het pacht- en grondprijnsbeleid.

Over al deze aspecten zijn de laatste jaren van verschillende zijden rapporten verschenen. Niet in de eerste verte is hetgeen volgt een poging op de in deze rapporten behandelde vraagstukken een visie te geven. We willen slechts de aandacht vragen voor één enkele kwestie, die naar onze mening één der vele sleutelposities inneemt in de gehele problematiek en die in de rapportsgewijze discussie naar

ons oordeel wat te veel op de achtergrond is geraakt. We beseffen zeer wel, dat het enigermate overmoedig is wanneer een ondeskundige op agrarisch gebied zich een oordeel aanmatigt over een agrarisch vraagstuk. De enige verontschuldiging kan dan ook gelegen zijn in het feit, dat slechts van een theoretisch gezichtspunt uit enkele opmerkingen worden gemaakt. Het risico dat we daarbij vlot trappen in de voetangels en klemmen van de details der bestaande landbouwpolitiek wordt welbewust genomen. Het bos is echter belangrijker dan de bomen.

De standaardkosten.

We vragen aandacht voor een onderdeel van de grond-

(vervolg van blz. 488)

voor elke student in de economie, die de bedrijfshuishoudkundige richting heeft gekozen.

Het is uit de praktijk bekend, dat maar al te vele en ook universitair in de economie geschoolde directeuren van bedrijven zo weinig van reclame weten, dat zij niet in staat zijn, hun reclame-adviseurs voldoende tegenspel te bieden. Als op universitair peil economen worden opgeleid, o.a. om het peil van de leiding van vrije bedrijven te verhogen, laat men dan ook zorgen, dat deze universitair geschoolde leiders van bedrijven terdege bekend zijn met de vraagstukken van de commerciële politiek inclusief de reclame als belangrijk instrument daarvan. De in bedrijfshuishoudkundige richting afgestudeerde economen, terecht komende in de leiding van bedrijven en bij reclamebureaus, zullen dan elkaar althans kunnen verstaan. En zij zullen, wanneer zij zich specialistische adviezen willen verschaffen, tenminste opgewassen zijn tegen tekst en inhoud van deze adviezen. Zij zullen in staat zijn de moderne buitenlandse literatuur te blijven volgen. Zij zullen niet geïmponeerd en misleid worden door de in de reclamewereld hier en daar thans nog straffeloos gebruikte vloed van half- en onbegrepen technische en modetermen en de hele humbug welke als een valse snor het gezicht van het reclamevak ontsiert. Men zal weten, waar men over praat, en kunnen achterhalen of ook de ander het weet. Daardoor zal er

meer waardering groeien voor het reclamevak en het thans zo vaak ontbrekende begrip voor de essentiële functie van de reclame in ons Westers economisch bestel. Men zal eindelijk kunnen stoppen met die vervelende en beschamende referaten, waarin de reclame moet worden verdedigd tegen wijsneuzen, die beweren, dat zij a) op niemand invloed heeft; b) tot verspilling leidt en c) cultuur en zeden bederft.

Deze afzonderlijke en algemene studie van reclame als onderdeel van de commerciële economie moet vanzelfsprekend aangevuld worden met de studie van capita selecta, hulptechnieken en verwante wetenschappen, zoals statistiek en statistische analyse (kwantitatieve economie), de technieken van ondervragingen en enquêtes, sampling technieken, motivation research, sociologische, sociografische en sociaal-psychologische studies etc. Daar deze gebieden voor vele andere wetenschappen en vakken buiten de reclame van belang zijn (bijv. politicologie, opinieonderzoek, publicistiek, demografie enz.) kunnen zij buiten de hier besproken opzet blijven. Voor de bedrijfshuishoudkundige econoom is kennis van enige dezer technieken en gebieden onontbeerlijk, en andere nuttig.

Ik acht het niet uitgesloten, dat het bedrijfsleven en de reclamewereld in een dergelijke ontwikkeling zodanig geïnteresseerd zouden zijn, dat van beide enige steun bij de verwezenlijking mag worden verwacht.

Wassenaar.

Dr. G. A. M. VOGELAAR.

slag van de kostprijs en de daaruit volgende consequenties. In de algemene economisch-politieke discussie, in het bijzonder bijv. de fiscaal-politieke, is de theorie der vervangingswaarde bepaald niet verwaarloosd. We zouden slechts één uitzondering willen maken en dat is voor de loonpolitiek. Zonder daar nu op te willen ingaan willen we erop wijzen, dat de theorie der vervangingswaarde voor de loonpolitiek consequenties heeft. Geheel anders is het gesteld met de andere helft van de bedrijfseconomische tweeling: de theorie der standaardkosten. Zij kan zich niet verheugen in een ruime publieke belangstelling, doch deelt het lot van Assepoester. Wellicht is dat mede te wijten aan het bedrijfscentrische karakter van de standaardkosten-theorie. Overigens gebeurt het wel meer, dat de theorie door de politiek onder de voet wordt gelopen. We citeren ¹⁾:

„... gaven wij aan, dat voor de vaststelling van kosten en kostprijs alleen rekening moet worden gehouden met de offers, die voor de totstandkoming van het produkt economisch onvermijdbaar zijn. Met betrekking tot de hoeveelheidsgrondslag houdt dit in, dat niet het werkelijk verbruik der produktiemiddelen de kostprijs bepaalt, maar de hoeveelheden waarvan de aanwending economisch verantwoord is met uitzondering van incidentele verschillen in het verbruik. Deze laatstbedoelde hoeveelheden duiden wij aan met de term standaardhoeveelheden of ook kortweg met standaards. Deze standaardhoeveelheden geven de hoeveelheid produktiecapaciteit aan, die bij doelmatige voortbrenging voor de vervanging wordt vereist, hetgeen ons er reeds toe bracht om van vervangingshoeveelheden te spreken ten einde aan te duiden, dat de vervangingsgedachte ook voor de kwantitatieve bepaling van het verbruik toepasselijk is”.

„Evenals de theorie van de vervangingswaarde de in het verleden betaalde prijs voor de verwerving der produktiemiddelen als prijsgrondslag voor de kostprijs loslaat, verwerpt de standaardkostentheorie de in het verleden verbruikte kwantums produktiecapaciteit als grondslag voor de hoeveelheid. De standaardkostengedachte richt zich niet op hetgeen zich bij de voortbrenging daadwerkelijk heeft voltrokken — derhalve niet naar de hoeveelheden produktiecapaciteit die daarbij werkelijk worden verbruikt — maar naar de kwantums, die bij wederom voortbrengen zullen moeten worden opgeofferd met uitschakeling van alle niet doelmatige offers. De standaards geven de omvang van het doelmatige beslag op de produktiemiddelen aan, niet gezien naar het verleden, maar naar de op het ogenblik geldende verhoudingen in het bedrijf”.

De zinsnede: „naar de op het ogenblik geldende verhoudingen in het bedrijf” is wat duister. Zij slaat kennelijk op de historisch en ruimtelijk (vestigingsplaats, toegankelijke af- en aanvoermarkten enz.) bepaalde situatie, die voor elk bedrijf individueel van karakter is. De concrete tijd-ruimtelijke positie dus in de zin van data-complex. Hieronder valt niet bijv. de bestaande technische apparatuur. Standaardkosten zouden we daarom als die kosten willen beschouwen, welke een vergoeding inhouden van alle produktiemiddelen en factoren voor zover hun combinatie in deze individuele situatie rationeel is verantwoord. Korter gezegd: de kosten van de verantwoorde individuele combinatie van concrete produktiemiddelen.

Van deskundige zijde vernamen wij dat de kostprijsberekeningen van het L.-E.I. slechts voor arbeid (ten dele) en gebouwen van standaards uitgaan ²⁾. De overige elementen

¹⁾ H. J. v. d. Schroeff: „De leer van de kostprijs”, 4e druk 1956, blz. 50 e.v.

²⁾ Men deelde mij mede dat de arbeidskosten op de akkerbouwbedrijven voor een deel zijn gebaseerd op de urenarbeid, die men constateert op die bedrijven. Dit betreft de arbeid van de boer en zijn meewerkende gezinsleden. Voor de vreemde arbeidskrachten wordt uitgegaan van de werkelijk gemaakte loonkosten. Wat betreft de gemengde bedrijven en de weidebedrijven worden de arbeidskosten door het L.-E.I. gebaseerd op normatieve arbeidsuren. De posten rente en afschrijving op werktuigen vindt plaats op basis van de vervangingswaarde van de werktuigeninventaris.

schijnen ongecorrigeerd uit de boekhoudingen van de gekozen bedrijven te worden overgenomen. Daardoor lijkt de kostprijs slechts een boekhoudkundig gegeven te zijn. In dat gegeven ligt dan echter wel een zeer belangrijke beleidskeuze verborgen: blijkbaar neemt men aan, dat deze overige kosten in deze bedrijven samenvallen met de standaardkosten; de keuze van het bedrijf is blijkbaar tevens de keuze van de standaard. Het komt ons echter voor, gelet op het feit dat deze kostprijzen verreikende consequenties hebben voor het nationale en het internationale beleid, dat ongecorrigeerde overneming van boekhoudkundige gegevens slechts verantwoord is zolang men met het bepaling van standaards nog niet gereed is kunnen komen, resp. een dergelijke bepaling op onoverkomelijke moeilijkheden stuit. Zo doet het wat vreemd aan van standaardkoeien te spreken die standaardhoeveelheden gras verorberen om vervolgens (ge)standaard(iseerde) melk te leveren. De consequenties van de standaardgedachte, die een normgedachte is, reiken echter verder en het zijn vooral die consequenties die onze aandacht hebben.

Wat met name ontbreekt is de bedrijfstaksgewijze toepassing van de standaardkosten. De bedrijfseconoom die dit leest zal schrikken. Van der Schroeff bijv. lijkt daarvoor de grond onder onze voeten weg te graven ³⁾. Bedrijfstaksgewijze standaards zouden niet kunnen worden vastgesteld, omdat de produktievoorwaarden voor de onderscheiden bedrijven, tot één bedrijfstak behorende, verschillend zijn. Het reeds gesignaleerde individuele karakter van het data-complex en daarmee van de standaards speelt hier. Daarmede lijkt het verwaarlozen van standaards voor de bedrijfstak gerechtvaardigd te worden. De enige praktische weg is dan kennelijk, dat men van de gemiddelde kostprijs of enkele gemiddelde kostprijzen uitgaat voor een politiek die op de gehele bedrijfstak is gericht. Het is praktisch namelijk ondoenlijk, althans inefficiënt, om voor bijv. het prijsbeleid van evenveel kostprijzen uit te gaan als er bedrijven zijn. Een aldus gedifferentieerde inkomenspolitiek blijkt ook op grond van de ervaring tot talloze ingewikkelde problemen te leiden. Men zie maar eens naar de huidige loonpolitiek. Overigens zou het ook theoretisch niet gewenst zijn van evenveel kostprijzen als er bedrijven zijn uit te gaan. Daarmede komen we tot de kern van de zaak.

Verhouding kostprijs - marktprijs.

Wat is namelijk het geval? Allereerst dit, dat geen enkele bedrijfseconoom de voortzetting van een bedrijf zal aanbevelen wanneer blijkt, dat voor dat bedrijf de op basis van de vervangingswaarde (prijsgrondslag) en de standaards (hoeveelheidsgrondslag) gecalculerde kostprijs tot een aanbiedingsprijs moet leiden (kostprijs als grondslag voor de aanbiedingsprijs) die niet kan worden gerealiseerd omdat de markt er nu eenmaal niet aan wil. Dit lijkt in strijd met de bedrijfseconomische „wet van de continuïteit”, doch is in wezen echter niets dan een consequentie daarvan. *Het is onjuist om van de markt te eisen, dat deze een aanbiedingsprijs toelaat, die gebaseerd is op de kostprijs.* Het is echter eveneens onjuist van de ondernemer te verlangen dat hij een prijs accepteert, die beneden de kostprijs ligt. De zgn. wet van de continuïteit is de grondslag van de vraag: welke aanbiedingsprijs is verantwoord wil de continuïteit van het bedrijf, in het bijzonder van de inkomensstroom, niet in gevaar komen?

Dit is de vraag die de ondernemer zichzelf moet stellen

³⁾ H. J. v. d. Schroeff, blz. 52.

ten einde te voorkomen, dat hij zélf de continuïteit in gevaar brengt. Voor een denkbeeldig artikel, waar nergens ter wereld vraag naar is, kan men ergens in Nederland een bedrijf oprichten en de kostprijs bepalen als grondslag voor de aanbiedingsprijs. Niemand zal eraan twijfelen dat dit een misgreep is. De kostprijscalculatie heeft mede ten doel overeenkomstige, doch minder voor zichzelf sprekende misgrepen aan het licht te brengen en grondslag te bieden voor beantwoording van de vraag, welke produkten wel en welke niet door een bepaald bedrijf dienen te worden voortgebracht, ja, of er „überhaupt” door een bestaand bedrijf een produkt kan worden voortgebracht. Geen bedrijfs-econoom zal adviseren alleen maar naar de kosten te kijken. De marktsituatie is niet minder belangrijk. De verdiensten van de theoretische bedrijfseconomie is niet de marktsituatie te verwaarlozen, doch de kosten een zelfstandige plaats tegenover de marktsituatie te hebben gegeven in het geheel der bedrijfsbeleidsoverwegingen. Het is niet ondenkbaar dat de hoogte van de marktprijs uitsluitend door de kosten wordt bepaald, doch een zodanige situatie is een theoretisch grensgeval. Bij sommige bedrijfseconomen staat de objectieve waarde- en prijsleer nog altijd in ere ⁴⁾. Sommige sociaal-economen ziet men doende met eerherstel. Deze leer is echter te zwaar om aan theoretische grensgevallen te worden opgehangen. De consequentie zou ook wat vreemd zijn: het zou bedrijfseconomisch verantwoord zijn alles overal te produceren. Juist door de verzelfstandiging van de kostprijs tegenover de marktprijs kan de noodzakelijke wisselwerking tussen beide worden gerationaliseerd. Deze wisselwerking is de moderne gestalte van de wet van vraag en aanbod, die niet anders dan op haar zakelijke merites dient te worden gezien. Wensen zijn — het is algemeen bekend — niet de beste vaders van gedachten, ook niet van die over het rendez-vous van vraag en aanbod.

De uitslag van de kostprijscalculatie kan zijn dat het bedrijf gedeeltelijk of geheel moet worden gereorganiseerd en wel terwille van het behoud van het vermogen en de continuïteit van het inkomen daaruit. Wanneer die reorganisatie vermogensverlies „oplevert” dan kan dat mede het gevolg zijn van het feit, dat men te laat heeft ingezien dat heroriëntering gewenst is. Het verlies was er al; het wordt alleen gerealiseerd om verder verlies te voorkomen. Uiteraard kan het wenselijk zijn te pogen dit verlies op de afnemer alsnog af te wentelen. Het is inefficiënt de markt van bovenaf daartoe te dwingen, nog afgezien van de vraag of zulks zal lukken. Afwenteling op de Overheid via subsidies is in het algemeen evenmin vanuit economische (niet te verwarren met sociale) gezichtspunten te verdedigen. Een voortdurend herhaalde kostprijscalculatie dient als de draad van Ariadne voor de ondernemer het richtsnoer te zijn voor zijn activiteit, zodat heroriëntering tijdig plaats heeft en de wijzigingen in de situatie op de voet worden gevolgd.

Consequenties voor de landbouw.

Een en ander toegepast op het agrarisch bedrijf concluderen we het volgende: voor een reeks variërende agrarische bedrijven kan de individuele kostprijs en op grondslag daarvan de verantwoorde minimale aanbiedingsprijs worden bepaald. Is de marktprijs voorts bekend dan kan vervolgens worden vastgesteld, welke bedrijven met hun minimale aanbiedingsprijs te hoog liggen.

Deze bedrijven zijn ten aanzien van het betrokken pro-

⁴⁾ S. Kleerekoper in zijn bekende „Grondbeginselen der bedrijfseconomie”.

dukt bedrijfseconomisch niet verantwoord te achten. Welbeschouwd kan een bepaald bedrijf in twee verschillende betekenissen bedrijfseconomisch niet verantwoord zijn:

a. de overeenkomstig de normale bedrijfseconomische regels berekende kostprijs ligt te hoog;

b. het bedrijf voldoet feitelijk niet aan de voor dit bedrijf individueel geldende standaard, waardoor er vermogensverliezen worden geleden, die geen kosten zijn.

Dienovereenkomstig moet ook de houding van de Overheid verschillend zijn. Nagegaan moet dus worden welk bedrijf nog juist economisch verantwoord is. In deze gedachtengang wordt aan het bedrijfsindividuele karakter van de kostenstandaard allerminst geweld aangedaan. Integendeel, zij is de consequente doorvoering daarvan. Eén kostenstandaard voor een gehele bedrijfstak zou ons immers niet de gelegenheid geven te bepalen wat het grensbedrijf is. Bij het bepalen van dit grensbedrijf langs de aangegeven weg zoeken we dus niet naar het bedrijf, dat, gelet op zijn feitelijke uitgaven, nog juist mee kan komen. Men zou eerder moeten spreken van de grensstandaardkosten. Het gaat om dat bedrijf, dat, gelet op zijn eigen standaardkosten, nog juist mee zou kunnen komen. Dit kan een reorganisatie van dat bedrijf impliceren, bijv. een andere techniek, een andere omvang (gemeten bijv. naar de hoeveelheid produkt), een ander produktieplan.

Het komt ons voor dat met name ten aanzien van de investeringen tegen deze principes nogal eens wordt gezondigd. Zelfs schijnt men wel eens — onbewust wellicht — van de gedachte uit te gaan, dat voor een bedrijfstak slechts één standaardcombinatie gelding heeft. Zo is het bepaald onjuist te menen, dat voor elk bedrijf de modernste technische middelen de meest verantwoorde zijn. Niet voor elk melkveehouderijbedrijf is bijv. het mechanisch melken de goedkoopste methode. We achten het niet uitgesloten, dat in de praktijk op dit gebied herhaaldelijk overinvestering plaats heeft. Daaruit trekke men overigens niet de conclusie, dat onze mening zou zijn, dat in de landbouw als bedrijfstak overinvestering een algemeen verschijnsel zou zijn. Waarschijnlijk komt onderinvestering veelvuldiger voor. Eenzelfde fout menen we ten grondslag te zien liggen aan de generale gedachte, dat ruilverkaveling zo gunstig werkt. De standaardkostengedachte leidt tot de conclusie, dat bepaald niet elk ruilverkavelingsobject economisch verantwoord behoeft te zijn. Ook hier achten wij overinvesteringen niet uitgesloten. Door ruilverkaveling ontstaan nieuwe bedrijven met eigen standaards. Als men in deze standaards de ruilverkavelingskosten — al is het maar voor een deel — opneemt, dan zou het in verscheidene gevallen wel eens zo kunnen zijn, dat men uiteindelijk de diverse bedrijfsindividuele standaardkosten in het betrokken gebied heeft opgevoerd in plaats van verlaagd. De produktie is dan moderner, doch duurder geworden.

Welke marktprijs?

Beslissend voor dit alles is de marktprijs, doch welke marktprijs? Eerst dan is het grensbedrijf te bepalen. Er kunnen sociaal-economische overwegingen zijn om het nog juist aanvaardbare bedrijf (dat met de grensstandaardkosten dus) niet uitsluitend uit de marktpositie af te leiden. Concreet-actueel: het wereldmarktprijspeil behoeft niet het richtsnoer te zijn. Het andere uiterste, namelijk een zodanig beleid dat elk bestaand bedrijf zijn standaardkosten vergoed krijgt, is echter bedrijfseconomisch op geen enkele wijze te verdedigen. Wanneer gesteld wordt dat de kostprijs grondslag dient te zijn voor de aanbiedingsprijs dan kan

men daaruit *niet* afleiden, dat zij dus de grondslag voor de marktprijs dient te zijn. Tussen beide stellingen ligt een hemelsbreed verschil. Evenmin kan men er de stelling uit afleiden, dat de *gemiddelde* kostprijs grondslag voor de marktprijs dient te zijn. Het feit dat de agrarische produktie fysiek minder kan worden beheerst (klimaatfactoren e.d.) is geen reden om — de vervangingswaarde handhavende — de hoeveelheidsgrondslag maar overboord te gooien.

De omstandigheid, dat de wereldmarkt een restmarkt is waarop overschotten tegen een soort dumpingprijzen worden gespuid, is niet interessant. Wanneer mevrouw X een gebreid truitje in de uitverkoop goedkoper kan kopen dan dat ze het zelf kan maken, dan is het voor haar oninteressant dat zij een uitverkoopprijs betaalt. Het enig interessante is dat de prijs laag is. Mevrouw X zal het alleen betreuren, dat het niet altijd uitverkoop is. Zo is de enige van belang zijnde vraag ten aanzien van de wereldmarkt, of de daar plaats hebbende uitverkoop voldoende permanent zal zijn om deze niet als een incidentele bron van voordeeltjes te behoeven beschouwen. Is dat het geval dan betekent een zekere afsluiting van de wereldmarkt een nationaal welvaartsoffer, dat alleen dan verantwoord is wanneer daartegenover een voordeel staat. *Afsluiting betekent immers, dat men afziet van de subsidies, die de op de wereldmarkt spuiende landen gratis verstrekken aan elk die ze maar wil hebben.* Dit offer kan men beschouwen als een premie voor verzekering van voldoende voedsel in geval van internationale storingen. Die premie kan echter te hoog zijn. Persoonlijk hebben wij geen enkele vrees dat zij te laag zal zijn. De beschikbaarheidsnuttigheid van de landbouw krijgt in de discussies voldoende aandacht. Een tegenwicht kan geen kwaad.

Nadrukkelijk zij betoogd dat oriëntering op de wereldmarkt niet identiek is met koude sanering van de landbouw. Evenmin is afsluiting van de wereldmarkt identiek met positieverbetering van de landbouw op lange termijn ⁵⁾. Zekere afsluiting — het gaat om de mate — kan voor de landbouw zelf betekenen dat de toekomstige mogelijkheden van welvaartsstijging in onevenredige mate worden opgeofferd aan de huidige inkomenspositie. In dat geval lijdt men aan een zeer grote mate van „perspektivische Verkleinerung”. Dit vooral omdat de voor de landbouw beschikbare overheids gelden beperkt zijn. Naarmate meer geld wordt besteed aan de huidige inkomenspositie, blijft er minder geld beschikbaar voor de toekomstige inkomenspositie die via een rationeel structuurbeleid in de ruimste zin aanzienlijk zou kunnen worden opgevoerd. Daarom zou een ontwikkelingsprogramma voor de landbouw, als basis voor een evenwichtige verdeling van de beschikbare gelden, van onschatbare betekenis voor de toekomst van de landbouw kunnen zijn. Men zal nu die kostenstandaard moeten kiezen die het meest wenselijke evenwicht schept tussen het bestaande (gesteunde) inkomen en de toekomstige inkomensstijging van de landbouwer. Anders gezegd: „Een juiste kostprijsberekening voor het prijsbeleid is een kostprijsberekening die zo goed mogelijk is afgestemd op de doeleinden van dat prijsbeleid” ⁶⁾. Dan ontkomt men aan een gevaarlijke struisvogelpolitiek. Uiteraard zal een dergelijk programma mede maatregelen moeten omvatten, die het ontstaan van knelpunten in sociaal opzicht voorkomen.

Enkele bestaande inconsequenties.

Op enkele tekortkomingen in het in Nederland gevoerde garantiëprijsbeleid zouden wij tot slot nog willen wijzen. Af-

⁵⁾ Zie de landbouwvoorstellen van de E.E.G., in het bijzonder de gevolgen voor de veredeling.

⁶⁾ L.-E.I.-publikatie „Bedrijfseconomische mededelingen”, nr. 17.

gezien van de vraag of men de goed geleide, sociaal en economisch verantwoorde bedrijven als vertegenwoordigers van standaardkosten kan beschouwen, moet worden vastgesteld dat zij geen volledige norm-combinatie of standaard-combinatie van produktiefactoren vormen. In tegenstelling tot de overige produktiefactoren gaat men voor de grond niet uit van een bepaalde norm of standaard, doch van de feiten. Verschillende bedrijven voldoen niet aan de norm en brengen onder het regime van de garantiëprijs dus minder beloning voor de produktiefactoren kapitaal, arbeid en ondernemingsleiding op. Zie ik het goed dan geldt daarvoor geen minimumgrens. Voor de grond is dat anders: ook voor de economisch minst waardevolle grond, aangewend in de slechtste combinatie, is een minimum netto-pacht gefixeerd. Het komt mij voor, dat daarmee de grond in een gunstige uitzonderingspositie is geplaatst. Wel zijn de consequenties afgezwakt omdat voor de betere grond afzonderlijke minimum netto-pachten zijn gefixeerd, waardoor te hoge pachtprizen voor betere gronden en dienovereenkomstig te hoge garantiëprijzen voor bepaalde landbouwprodukten worden voorkomen. De te kiezen standaard zal ook de grond moeten omvatten. Men zou nog verder moeten gaan en ook voor de door de Centrale Overheid en waterschappen vast te stellen eigenaarslasten van dezelfde standaard moeten uitgaan. Het is inconsequent de grondbelasting, de polderlasten en de waterschaplasten als onafhankelijke, vaste gegevens te beschouwen. Zij leiden alleen tot moeilijkheden in de wederzijdse afstemming van prijs- en pachtprijspolitiek, van opbrengstprizen en kostprizen. Onnodig geeft men instrumenten uit handen.

Gezocht moet worden naar een evenwichtig samenstel van prijs- of inkomenssubsidies, toeslagen, structuursubsidies en lasten op basis van de bestaande interdependentie van prijzen, kosten en inkomens in de agrarische sector ⁷⁾. Door bij voorbaat — gegeven het doel — één der afhankelijke variabelen te fixeren belemmert men ook de realisering van de optimale welvaartspositie van de agrariër. Voor de gehele nationale economie houdt zulks het gevaar in van incidentele aanpassing van afzonderlijke grootheden — bijv. wijziging van de pachtnormen — die via de interdependentie andere grootheden beneden een onaanvaardbaar minimum brengen, waarop dan weer met optrekking van deze grootheden moet worden gereageerd. De resultante van een dergelijke politiek kan slechts zijn: permanente stijging van de kosten van levensonderhoud en toenemende spanning tussen landbouwer en stedeling.

Amsterdam.

W. HESSEL, ec. drs.

⁷⁾ Theoretisch zou het ideaal zijn indien men ook de bereidheid zou kunnen opbrengen niveau en spreiding van de grondbelasting of iets daaraan verwant als variabelen in het geheel op te nemen.

(Advertentie)



UW DEELNEMING
IN DE
WERELDWELVAART

„INTERUNIE”

● Parkstraat 30, Den Haag c. s.

Dr. C. D. Jongman: *De Nederlandse geldmarkt*. H. E. Stenfert Kroese N.V., Leiden 1960, 343 blz., geb. f. 20.

Boeken over de Nederlandse geldmarkt moeten met een lantaarntje worden gezocht en zelfs aldus gewapend zal het nog grote moeite kosten een enkel te ontdekken, en dan nog slechts in de oude doos. Alleen reeds om deze reden kan niet blijdschap worden kennis gegeven van de verschijning van bovengenoemd boek van Dr. Jongman.

„Ofschoon dagbladers en sommige periodieken geregeld beschrijvingen bevatten van de dagelijkse gang van zaken op deze markt, is de economische literatuur arm aan diepergaande beschouwingen”, aldus terecht de auteur in zijn Inleiding, waarna hij vervolgt: „Het wil ons voorkomen, dat hier een onaanvaardbare leemte aanwezig is waarin wij door deze studie zullen trachten te voorzien”.

Dit uitgangspunt brengt mede, dat de lezer dit boek niet ter hand moet nemen in de verwachting daarin oppervlakkige beschouwingjes te vinden in de trant van — om in geldmarkttermen te spreken — „het achtste hoger” en „het zestiende lager”. Inderdaad wordt hem hier in zes hoofdstukken, tezamen 329 bladzijden beslaande, degelijke kost voorgezet.

Van deze kwalificatie van degelijkheid moeten wij in deze bespreking uiteraard het bewijs leveren. Wij willen dit vnl. doen door een overzicht te geven van de onderwerpen die in dit boek zoal aan de orde komen.

Hoofdstuk I houdt zich o.a. bezig met de vraag wat economische transacties zijn (er wordt dus a.h.w. wel bij Adam en Eva begonnen) en mondt uit in het vraagstuk van de vermogenstransacties. De schrijver spreekt zijn voorkeur uit voor de term vermogensmarkt boven de term kredietmarkt.

In hoofdstuk II worden „uit het geheel van de vermogenstransacties de geldmarkttransacties gelicht”. De auteur houdt zich hier op wetenschappelijke wijze bezig met de definitie van het begrip geldmarkt en deszelfs behandeling in de literatuur. De conclusie hiervan, nl. dat het criterium moet worden gezocht bij de termijn en dat de grens hier bij een jaar ligt, wijkt niet af van de in de praktijk gangbare opvatting ten deze. Blijkbaar bevredigt dit de auteur niet; hij verzucht nl. als het ware „deze indeling die de praktijk doorgaans aanbrengt, niet (te) hebben kunnen verklaren”. Juist echter, als de lezer de neiging krijgt te denken: „Niet zo somber, Dr. Jongman, aansluiting bij een ondubbelzinnig spraakgebruik is toch geen schande”, blijkt de auteur zelf troost te hebben geput uit een citaat van Prof. K. R. Popper, luidend „Economic concepts such as wealth, output, income and cost are no easier to define precisely than wind”. Zo is het; ook hier is er een graad van nauwkeurigheid, het overschrijden waarvan tot ondoelmatigheid zou leiden.

Hoofdstuk III bevat een beschrijving van „de instrumenten van de geldmarkt”, w.o. beurskrediet, wissels en schatkistpapier. Wat dit hoofdstuk betreft zouden wij vooral de aandacht willen vestigen op de verdienstelijke beschrijving van het wisselkrediet, speciaal i.v.m. import- en exporttransacties. De ervaring leert, dat dit terrein nogal eens hoofdbreken oplevert voor degenen, wier dagelijks werk niet bestaat in het trekken van wissels en andere ingewikkelde manipulaties met dit instrument.

Hoofdstuk IV zou wellicht als een tussenspel kunnen worden aangeduid. T.a.v. de feitelijke ontwikkeling van het apparaat voor krediet op korte termijn in Nederland in de 19e eeuw ontbrak tot dusverre een samenvattende studie. De auteur heeft daarom deze taak zelf ter hand genomen en op uitstekende wijze enkele hoofdlijnen van deze ontwikkeling geschetst. Het zal geen verwondering baren, dat hiéruit blijkt, dat het met de geldmarkt in het bijzonder gedurende de eerste helft van die eeuw, evenals met de gehele economische situatie, maar minnetjes was gesteld.

Hoofdstuk V vormt een van de „pièces de résistance” van het boek. Hier worden de deelmarkten van de geldmarkt besproken, nl. afgezien van wat relatief klein goed als de markten voor daggeldleningen en (gemeentelijke) kasgeldleningen, de prolongatiemarkt en de discontomarkt.

Van de geschiedenis van de Nederlandse prolongatiemarkt wordt een duidelijk beeld gegeven. De bloei hiervan tot 1914, onder invloed van het principe van contante betaling bij de effectenhandel en van de toenmalige ongeneigdheid bij het bedrijfsleven tot het aanhouden van banksaldi; de bevrozing van de beurskredieten bij de beurssluiting van einde juli 1914 met daarop volgende ontdooiing; de herleving van het prolongatiekrediet tot de grote depressie; het geleidelijk de hals omdraaien van het effectenkrediet in de bezettingstijd door de Duitsers en ten slotte de doodsteek voor dit krediet door het door de Nederlandse Ministers van Financiën uitgevaardigde resp. gehandhaafde prolongatieverbod passeren de revue.

Op heldere wijze wordt vervolgens de opkomst van de wissel op de geldmarkt uiteengezet met als voornamste verklarende factoren o.a. de gunstige Nederlandse betalingsbalans, de afsluiting van de Londense geldmarkt tijdens de eerste wereldoorlog, de bankconcentratie, de vestiging van Duitse banken in Nederland na 1918 en de veranderde houding van De Nederlandsche Bank. Duidelijk beredeneert de schrijver dat deze opbloei in Nederland niet verankerd lag in natuurlijke omstandigheden, doch dat hij in eerste instantie door zeer bijzondere, meer toevallige factoren werd teweeggebracht.

Het kwantitatieve oordeel van de auteur over de periode 1918—1929 luidt als volgt: „Kan men in het licht van de Nederlandse historie van de geldmarkt spreken van een niet onbevredigende omvang, in vergelijking tot de buitenlandse centra, is dit toch een bescheiden markt gebleven, zij het dat deze als de derde in grootte in de wereld moest worden beschouwd”.

De bloei van het Nederlandse acceptbedrijf was inmiddels kortstondig. Na 1929 zette een ontwikkeling in scherp dalende richting in, naar de schrijver beredeneert vnl. door conjuncturele oorzaken, waarna er weinig meer van dit bedrijf overbleef.

Nadat de wissel het veld had geruimd kwam de geldmarkt vnl. in het teken van het schatkistpapier te staan, een situatie welke tot heden voortduurt. Het is, aldus de auteur, „een gelukkige omstandigheid voor deze markt geweest, dat toen de wissel sterk in betekenis terugliep, de behoefte van de staat aan liquide middelen krachtig toenam. Onmiddellijk pasten de geldmarktinstellingen zich aan de gewijzigde omstandigheden aan. Zij namen in plaats van wissels, schatkistpapier in portefeuille en

de handel vond steeds minder in wissels en steeds meer in schatkistpapier plaats”.

In dit gedeelte geeft de auteur een overzicht van de ontwikkeling van het uitstaande schatkistpapier en van de politiek die het Rijk bij de plaatsing daarvan volgde. Hierbij komen ook de open-marktpolitiek en de kas-reserveregeling van de Centrale Bank ter sprake.

Het slotstuk van het boek wordt gevormd door een onderzoek naar het mechanisme (de werkwijze) van de geldmarkt. De schrijver belicht vooral de factoren, die de geldmarkttransacties veroorzaken. In de eerste plaats onderscheidt hij hierbij zgn. „interbancaire nivellerings-transacties”, middelenverschuivingen tussen de banken onderling t.g.v. betalingen tussen hun wederzijdse cliënten. Hierbij krijgt de bemiddelende functie van de discontohandelaren de nodige aandacht.

Een tweede groep die wordt besproken wordt gevormd door de transacties die „het volume der kasvoorraden van het gehele bankwezen beïnvloeden” (de auteur had hier t.b.v. de „leek” wellicht de term „éénrichtingsverkeer” kunnen laten vallen). Een belangrijk bestanddeel van dit hoofdstuk vormt een bespreking van deze factoren, t.w. wijzigingen in de bankpapiercirculatie, mutaties in de omloop van het staatsgeld en in de goud- en deviezenvoorraad enz. Voorts wordt in dit kader de belangrijke rol van de Centrale Bank besproken, waarna afzonderlijk aan de disconto- en open-marktpolitiek van laatstgenoemde instelling nog enige bladzijden worden gewijd.

Dit hoofdstuk en daarmee tevens het boek wordt besloten met een paragraafje over de rente op de geldmarkt, bedoeld als een globale illustratie voor een bepaalde periode, nl. 1956—1958.

De bedoeling van een recensie is bij traditie, naast het toezwaaien van lof ook het leveren van ten minste enige kritiek op het gerecenseerde werk, aan welke laatste plicht wij ons niet willen onttrekken.

Het punt van kritiek dat wij naar voren willen brengen betreft de opzet van deze studie. Teneinde dit punt duidelijk te maken, geven wij eerst nog twee citaten. In het laatste hoofdstuk, blz. 318 merkt de schrijver op: „Bij onze beschouwingen, die niet in de eerste plaats op de verklaring van de rentevoeten, met name op de geldmarkt, zijn gericht, doch op de geldmarkttransacties...”. Op blz. 324, in de summier paragraaf over „De rente op de geldmarkt” lezen wij: „Tot een systematische behandeling van de rentevorming op de geldmarkt zijn wij echter niet gekomen. Dit onderwerp is veelomvattend. Een volledige bespreking zou meebrengen, dat wij stelling zouden moeten nemen t.o.v. de verschillende rentetheorieën, hetgeen behandeling van de voornaamste zou vereisen...”. Het komt ons voor, dat de omvang en de betekenis van de hier aan de orde gestelde problematiek veel beter in een afzonderlijke monografie tot zijn recht zou komen. Onze studie zou hiervoor naar wij vertrouwen, vele bouwstenen kunnen leveren...”.

Nu erkennen wij ten volle, dat iedere schrijver het recht heeft zijn onderwerp te beperken. Ook is 329 bladzijden een mooie lengte voor een boek en ware het niet wenselijk geweest dit aantal tot bijv. 629 of 929 bladzijden uit te breiden. Voorts zit er iets sympathieks in, dat de auteur niet bij voorbaat alle gras voor de voeten van aspirant schrijvers over de geldmarkt wenst weg te maaien en deze laatste ruimte laat voor een monografie over de rentevorming op deze markt.

Hetgeen wij echter jammer vinden is, dat hierdoor een „geïntegreerde” behandeling van de geldmarktproblemen achterwege is gebleven. Afgezien van de vraag, of het theoretisch mogelijk en doelmatig is het prijsaspect buiten beschouwing te laten bij de behandeling van het hoeveelheidsaspect van een markt, moeten wij nu maar afwachten of er nog eens iemand zich geroepen zal voelen de lacune op te vullen.

De in praktische aangelegenheden geïnteresseerde lezer zou het vermoedelijk op prijs hebben gesteld, indien in het besproken boek ook aandacht was geschonken, niet aan een „verklaring” van de rentevorming op de geldmarkt in verband met de sinds Adam (Smith) gepubliceerde rentetheorieën, doch bijv. wél aan het verband tussen de open-geldmarkt-rente(n) en andere binnenlandse rentevoeten, bijv. het officiële disconto, het verband met buitenlandse rentevoeten, de invloed van de goedkoop-geldpolitiek op de geldmarkt enz.

Wij zijn het geheel ermede eens, dat het hier gerecenseerde werk daarvoor vele bouwstenen zou kunnen leveren, maar hadden met de ten tonele gevoerde praktisch georiënteerde lezer er de voorkeur aan gegeven, dat als bouwmeester daarvoor Dr. Jongman zelve ware opgetreden, hetgeen aan een juiste coördinatie bij het metselwerk stellig ten goede ware gekomen. Wellicht was het dan niet erg geweest indien, ter compensatie, elders enig — thans wel ontzettend diep — graafwerk bij de fundamenten i.c. de boven besproken definitie van de geldmarkt, een ietsje dichtter bij de oppervlakte ware gebleven, hetgeen d.i. mogelijk zou zijn geweest zonder de degelijkheid van dit werk te schaden.

Rotterdam.

J. C. BREZET.

Dr. Theo Beckermann: Das Handwerk - gestern und heute.
Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung, Schriftenreihe, Neue Folge, Nr. 15, Essen 1959, 131 blz.

De wetenschappelijke belangstelling voor het ambacht blijft in Nederland voor en na gering. Dit is te betreuren, want het ambacht vormt niet alleen nog altijd een belangrijk bestanddeel van onze volkshuishouding, maar het is ook rijk aan een zeer actuele problematiek, waarvan de verkenning en bestudering een boeiend arbeidsterrein opleveren. Een onlangs onder de titel „Das Handwerk — gestern und heute” van de hand van Dr. Theo Beckermann verschenen studie, welke zich bezighoudt met de ontwikkelingstendenties, die in de Bondsrepubliek Duitsland op ambachtelijk gebied zijn waar te nemen, heeft ons er op levendige wijze aan herinnerd hoe groot het veld van onderzoekingen is, dat in dit opzicht in ons land vrijwel braak ligt. Het gaat hierbij niet alleen om fundamentele problemen als de integratie van de ambachtelijke ondernemingsvorm in een hoog geïndustrialiseerde maatschappij en de hiermede verband houdende vraagstukken van economische, technische, sociale en sociologische aard, maar ook om de specifieke brancheproblemen en hun onderlinge verhouding, die het totaalbeeld van het ambacht — men denke slechts aan de mogelijke weerslag van het geparalleliseerde levensmiddelenbedrijf op de toekomstige positie van de bakkers en de slagers! — ingrijpend kunnen beïnvloeden.

Wat in de studie van Beckermann sterk opvalt, is het dynamisch karakter der ambachtontwikkeling in de Bondsrepubliek. Tussen 30 september 1949 en 31 mei 1956 nam

het aantal bedrijven met 13 pCt. af, waartegenover echter het aantal arbeidskrachten met 18 pCt. en de omzet met 139 pCt. steeg. De gemiddelde bedrijfsgrootte breidde zich uit van 3,5 tot 4,8 arbeidskrachten, inclusief de patroons. Het aantal in het ambacht werkzame arbeidskrachten beliep in 1958 ongeveer de helft van de arbeidsbezetting in de industrie; de ambachtelijke omzet vertegenwoordigde een kwart van de waarde van de industriële omzet. Achter deze algemene cijfers gaat, wanneer men de onderscheidene ambachtssectoren beziet, een zeer verschillende ontwikkeling

schuil. Het aantal bedrijven, het beloop van het aantal arbeidskrachten, de omzetten en de bedrijfsgrootte vertonen een sterk gedifferentieerd beeld. De bouwsector vormt, wat het aantal daarin werkzame personen betreft, nog altijd de meest talrijke groep in het ambacht; zijn omzet (bijna een kwart van de totale ambachtsomzet) staat echter bij die van de metalen verwerkende en de levensmiddelenambachten ten achter. Ook binnen het bouwbedrijf blijken de ontwikkelingsmogelijkheden aanzienlijk te variëren. De loodgieter (vermeerderd woongerief!) is er bijv. beter aan toe dan de timmerman.

In de terugdringing van het ambacht naar de reparatiesector blijkt een merkwaardige keer te zijn gekomen, in die zin, dat de nieuwe produktie (voortbrenging van goederen zowel als montage en installatie) aan de winnende hand is. Toelevering aan de industrie, alsook de vervaardiging van kleine series, waarvan de aanmaak veel minder past in de produktieprogramma's van het industriële grootbedrijf, openen voor een reeks van ambachtelijke ondernemingen interessante perspectieven. Beckermann trekt hierbij een scheidingslijn tussen de verbruiksgoederen- en de kapitaalgoederenambachten. Tot de eerste rekent hij de levensmiddelenambachten, het maakledingbedrijf, de ambachtelijke meubelmakerij enz.; terwijl de vervaardiging van machines en werktuigen en van onderdelen daarvan, alsook het aanleggen van installaties en de werkzaamheid op het gebied

van de woningbouw tot de laatste categorie behoren. De krachtenverhouding tussen deze beide groepen heeft een radicale verandering ondergaan. Vóór de oorlog werkte het ambacht voor ongeveer 60 pCt. ten behoeve van het particuliere verbruik en voor 40 pCt. ten dienste van Overheid en bedrijfsleven. Thans is de verhouding bijna omgekeerd; nl. 45 en 55 pCt. De „trek naar het grotere bedrijf” houdt hiermede ten dele verband.

Bij zijn analyse van het in ruime mate beschikbare cijfermateriaal laat Beckermann zijn zoeklicht gaan over



STAAT DER NEDERLANDEN

4½ pct. LENING 1960^{II}

uitgegeven krachtens de Leningwet 1959 (Stb. 69)
gewijzigd bij de wet van 25 juli 1959 (Stb. 236)

GROOT f. 300.000.000

KOERS VAN UITGIFTE 99¼ %

Schuldbewijzen aan toonder groot nominaal f. 1000 en f. 100.
Schuldregisterinschrijvingen groot ten minste f. 100.000.

Looptijd ten hoogste 30 jaren

Delging in 30 jaarlijkse termijnen, afwisselend 3%, 4% en 3% per jaar, zodat telkens in drie opeenvolgende jaren 10% van de lening wordt afgelost. Eerste aflossing op 1 juni 1961; vervroegde gedeeltelijke of algehele delging de eerste tien jaren niet toegestaan.

Jaarcoupons per 1 juni

INSCHRIJVING

op 9 mei 1960 van 9 - 16 uur

bij het Agentschap van het Ministerie van Financiën te Amsterdam, uitsluitend door bemiddeling van de leden van de Vereeniging voor den Effectenhandel te Amsterdam, de Vereeniging van Effectenhandelaren te Rotterdam of van de Bond voor den Geld- en Effectenhandel in de Provincie te 's-Gravenhage.

Aanvragen tot inschrijving moeten zo tijdig worden opgegeven, dat zij door de Bank of Commissionair op de inschrijvingsdag vóór 16 uur kunnen worden ingediend bij het Agentschap.

STORTING

op 1 juni 1960 vóór 12.30 uur

bij de Nederlandsche Bank te Amsterdam

een groot aantal belangwekkende ontwikkelingen en mogelijkheden, waarvan de vermelding de grenzen dezer beknopte bespreking zou overschrijden. Duidelijk treedt daarbij naar voren, dat, wil men de in de ambachtssector aanwezige ontwikkelingstendenties onderkennen en begrijpen, het onderzoek niet kan blijven stilstaan bij bepaalde branche-verschijnselen, maar dat de samenhang met aangrenzende branches en niet minder ook met het grote ambachtsgeheel nauwlettend in het oog dient te worden gehouden.

G. P. J. VAN OVERBEEK.
Voorburg.

GELD- EN KAPITAALMARKT

Kapitaalmarkt.

Wanneer men het verslag van De Nederlandsche Bank leest — bestudeert moet men eigenlijk zeggen, want de kost is allesbehalve licht — dan realiseert men zich dat onze kroniek wel een erg ruime naam heeft. Een kroniekschrijver wordt toch geacht zijn taak eerst goed te verrichten, wanneer hij over alle onderdelen van zijn terrein actueel nieuws kan brengen. De analyse van de kapitaalmarkt door De Nederlandsche Bank leert ons echter, dat de „up to date” informatie ten aanzien van de verschillende onderdelen van de kapitaalmarkt ongeveer omgekeerd evenredig is aan de kwantitatieve betekenis van de deelmarkten. Met grote regelmaat en slechts beperkte vertraging worden wij ingelicht over de activiteiten op de emissiemarkt. Toch is, de cijfers over 1959 als illustratie nemend, het netto beroep op deze markt van f. 1,4 mrd. slechts een beperkt, nl. ongeveer $\frac{1}{3}$ deel van het totale beroep (= totale aanbod), ten bedrage van f. 3,9 mrd. op de kapitaalmarkt. Hier staat tegenover, dat de omzet op de onderhandse markt in 1959 ruim f. 1,8 mrd. heeft bedragen, terwijl in genoemd jaar uit buitenlandse bron f. 830 mln. naar de markt is gevloeid. In de loop van het jaar echter krijgen wij hierover nauwelijks of slechts vaag iets te

horen. Er ligt hier, dunkt mij, nog een bijzonder nuttige taak voor de statistici, bestaande uit de verschaffing van actueel cijfermateriaal over die activiteiten op de kapitaalmarkt die zich, zonder slechte bedoelingen overigens, in het duister afspeelen.

Merkwaardige, hoewel geen onbekende structuurverschijnselen, blijken uit de analyse van De Nederlandsche

C & A Brenninkmeijer

vraagt voor haar

Internationale top-organisatie

gevestigd te Amsterdam

accountant N.I.V.A.

statisticus

jurist

Leeftijd plm. 35 jaar

Voor deze staffuncties worden gezocht dynamische figuren, met constructieve ideeën, die op hoog niveau, in bestaand teamverband, de internationale belangen van ons concern mede behartigen.

Geboden wordt: levenspositie, ruim gehonoreerd, uitzonderlijke pensioenregeling, interessante werkkring.

Geïnteresseerden worden uitgenodigd hun schriftelijke sollicitatie te richten aan Unicena N.V. te Amsterdam, Damrak 69-70.

Eigenhandig geschreven brieven (geen ballpoint) met uitvoerige persoonlijke gegevens en onder bijvoeging van recente, goedgelijkende foto.

Bank. Het bedrijfsleven, dat reeds een zo belangrijk bedrag aan financieringsmiddelen voor de investeringen in besparingen in eigen huishouding vindt, voorzag zich van ruim f. 1,3 mrd. op de onderhandse markt, terwijl in de effectensfeer voor „slechts” f. 330 mln. werd verkregen. Merkwaaardigerwijs liggen de verhoudingen bij de Overheid, die de stoot tot het ontstaan en de ontwikkeling van de onderhandse markt heeft gegeven, gunstiger voor de publieke markt. Aangetekend moet worden, dat het bedrag van door het bedrijfsleven onderhands opgenomen leningen een restpost is, zodat het cijfer slechts bij benadering juist is.

Geldmarkt.

De ontwikkeling op de geldmarkt heeft de richting genomen, die men kon verwachten. De overgang van de vorige tot de thans lopende kasreserveperiode, gevoegd bij de uitkering door de Staat aan de gemeenten, heeft de banken in staat gesteld snel de bij De Nederlandsche Bank opgenomen voorschotten af te lossen. Deze zijn inmiddels wederom op het normale peil aangekomen. Reeds in de op 25 april eindigende week liep de bankbiljettencirculatie op, in de afgelopen week zijn daar nog de nodige miljoenen bijgekomen. Het viel de banken niet moeilijk, mede omdat ook nog schatkistpapier verviel, deze expansie op te vangen.

Bij de op 26 april gehouden tender op schatkistpapier zijn de inschrijvers aan de voorzichtige kant gebleven, resp. is de Agent zuinig geweest met de toewijzing: Voor f. 16,8 mln. driemaandspromessen tegen $2\frac{1}{4}$ pCt. en f. 52 mln. jaarspapier tegen $2\frac{1}{2}$ pCt. konden in de portefeuilles worden opgenomen. Vergeleken met de tender in januari liepen de discontopercentages met $\frac{1}{2}$ pCt. terug.

Wat de geldmarkt in ruime zin betreft, heeft het verslag van De Nederlandsche Bank aan het licht gebracht, dat tussen de Centrale Bank en de Nederlandsche Bankiersvereniging principiële overeenstemming is bereikt aangaande een regeling die, wanneer de kredietverlening opnieuw de monetair aanvaardbare norm zou overschrijden, zal worden gehanteerd. De

keuze is gevallen op een systeem van verplichte reserves, dat lijkt op dat wat o.a. in de Verenigde Staten wordt toegepast. Het tijdstip waarop bij De Nederlandsche Bank een extra tegoed renteloos moet worden gedeponeerd en de omvang van deze reserve zijn verbonden aan de overschrijding van een zeker kredietplafond door de desbetreffende banken. Zodra er nadere bijzonderheden over deze regeling zijn bekendgemaakt, komen wij hierop terug.

Indexcijfers aandelen.	1953 = 100	4 jan. 1960	22 april 1960	29 april 1960
Algemeen		372	368	362
Intern. concerns		547	550	539

N.V. UITGEVERIJ EN DRUKKERIJ v/h H. BORN
TE ASSEN EN AMSTERDAM

zoekt een

Commercieel Adjunct-Directeur

Tot de taak van deze functionaris zal behoren het zelfstandig besturen van enige afdelingen van het bedrijf, waaronder valt de leiding van redactie en exploitatie van meerdere periodieken en boekenfondsen, waarnaast ook de ontwikkeling van nieuwe projecten een belangrijke plaats zal innemen.

Academische opleiding is gewenst en ervaring op commercieel en organisatorisch terrein is vereist.

Leeftijd ca. 35 jaar; standplaats Amsterdam.

Gegadigden worden uitgenodigd een eigenhandig geschreven brief te zenden aan de Directie, Keizersgracht 136, Amsterdam.

FINANCIËLE INSTELLING

te Rotterdam zoekt een, bij voorkeur academisch gevormde, medewerker die belast zal worden met werkzaamheden op het gebied van

effekten-research

Hij zal in deze richting in het bedrijf worden opgeleid en tot taak krijgen studies in verband met beleggings-selekties te verrichten.

De mogelijkheid bestaat dat hij op den duur op basis van verkregen vakkennis tevens wordt belast met het onderhouden van contacten naar buiten.

Kandidaten dienen de moderne talen in woord en geschrift te beheersen.

De gedachten gaan uit naar een econoom, jurist of accountant van omstreeks 30 jaar.

Eigenhandig geschreven brieven met uitvoerige gegevens worden onder nummer 97 ingewacht bij

Psychologisch Adviesbureau
L. Deen en dr. J. G. H. Bokslag
Nwé Binnenweg 474, R'dam.

	4 jan. 1960	22 april 1960	29 april 1960
Industrie	268	265	264
Scheepvaart	187	153	150
Banken	190	185	187
Indon. aand.	154	142	140

Bron: ANP—C.B.S.

Aandelenkoersen.

	f. 179,20	f. 150,70	f. 148,30
Kon. Petroleum	809	837½	821
Unilever	835½	941	925½
Philips	514	482½	462
A.K.U.	900	696	653½
Kon. Ned. Hoogovens	270	272	270½
Van Gelder Zn.	186½	137½	136
H.A.L.	340	337½	335
Amsterd. Bank	166	167	163
Ver. H.V.A. Mij-en			

	4 jan. 1960	22 april 1960	29 april 1960
New York.			
Koersgemiddelde aandelen	1960	1960	1960
Dow Jones Industrials	679	616	602

Effectieve rendementen obligaties.

	gem. looptijd	8 jan. 1960	22 april 1960	29 april 1960
3 pCt. Invest. Cert.	4 j.	3,73	3,77	3,73
4¼ pCt. Ned. 1959	12½ j.	4,48	4,52	4,54
3¼ pCt. Ned. 1955 I ...	17½ j.	4,31	4,28	4,30

Bron: Amsterdamsche Bank, Wekelijkse Rendements- en Koersvergelijking. C. D. JONGMAN.

DE REDACTIE VAN Economisch-Statistische Berichten

zoekt een jong

economisch medewerker

bij voorkeur baccalaureus of doctorandus.

Zijn werkzaamheden zullen zowel van technische als van redactionele aard zijn.

Sollicitaties met uitvoerige gegevens te richten aan de redactie, Pieter de Hoochweg 118, Rotterdam-6.

Bij het Economisch Technologisch Instituut Overijssel te Zwolle kan per 1 juli of 1 augustus a.s. worden geplaatst:

ERVAREN BEDRIJFSECONOOM

Gevraagd worden:

- universitaire opleiding;
- meerdere jaren praktische ervaring.

Geboden worden:

- aanstelling in de rang van referendaris;
- goede pensioenverzekering;
- zonodig passende woning.

Uitvoerige sollicitaties te richten aan de directeur van voornoemd Instituut, Stationsweg 5 te Zwolle.

Abonneert U op

DE ECONOMIST

Máandblad onder redactie van:

Prof. P. Hennipman,
Prof. A. M. de Jong,
Prof. F. J. de Jong,
Prof. P. B. Kreukniet,
Prof. H. W. Lambers,
Prof. J. Tinbergen,
Prof. G. M. Verrijn Stuart,
Prof. J. Zijlstra.

★

Abonnementsprijs f. 22,50;
fr. p. post f. 23,60; voor studenten f. 19,—; fr. per post f. 20,10.

★

Abonnementen worden aangenomen door de boekhandel en door uitgevers

**DE ERVEN F. BOHN
TE HAARLEM**

HET CONSUMENTEN CONTACTORGAAN

wenst wegens uitbreiding van werkzaamheden over te gaan tot de aanstelling van een

ECONOMISCH MEDEWERKER

die belast zal worden met het verzamelen en verwerken van gegevens op het terrein van de prijsontwikkeling en daarmee samenhangende onderwerpen, alsmede met de bestudering van andere vraagstukken die de consumentenbelangen raken en een overwegend economisch aspect hebben. Gedacht wordt aan een jong academicus met uitgesproken belangstelling voor de positie van de consument in het maatschappelijk leven.

Soll. te richten aan het bureau v. h. Consumenten Contactorgaan, Korte Poten 15 te 's-Gravenhage.



HOLLANDSCHE SOCIETEIT VAN LEVENSVZERKERINGEN N.V.

Hoofdkantoor Nederland:
Herengracht 475, Amsterdam-C. tel. 221922
Head Office Canada:
1130 Bay Street, Toronto 5

...meer dan anderhalve
eeuw levensverzekering



Het nog al maar snel toene-
men van het aantal abon-
nees in het weekblad



wijst er wel op hoezeer dit
beleggingsadvies-orgaan, dat
specifiek de belangen van
de particuliere belegger be-
hartigt, in een behoefte
voorziet.

Te verwonderen behoeft dit
eigenlijk niet, want Bel-Bel
tracht volledig objectief te
zijn; het is in begrijpelijke
taal geschreven en zeer
overzichtelijk van indeling.
**Vraagt toezending van gratis
proefnummer.**

★

Abonnementen (per jaar
f. 19,—; p. kwartaal f. 5,50)
kunnen elk kwartaal ingaan
en dienen te worden opge-
geven bij de Administratie
van „Bel-Bel”, Postbus 42,
Schiedam.



4-5-1960

ATTWOOD STATISTICS Ltd.

zoekt een

Specialist marktonderzoek

voor de algehele leiding van de enquête-afdeling.

Deze functie omvat:

- het onderhouden en leggen van contacten met het bedrijfsleven
- vaardigheid in het samenstellen van vragenlijsten
- het interpreteren en analyseren van de door middel van enquêtes verkregen gegevens
- het leiding geven aan een aantal medewerkers.

De aan te stellen functionaris dient niet ouder dan 40 jaar te zijn en naast een behoorlijke kennis der Engelse taal over de onderstaande vereisten te beschikken:

- een goed inzicht in de problemen der moderne marketing, verkregen door een ervaring van ten minste 3 jaar
- bekendheid met moderne enquête-methoden
- de geschiktheid om op verschillende niveaus te onderhandelen.

Schriftelijke sollicitaties, bij voorkeur in de Engelse taal, te richten aan:

The Executive Director Attwood Statistics Ltd., Stationsplein 45, Rotterdam.



BATAAFSE INTERNATIONALE PETROLEUM MAATSCHAPPIJ N.V.,

Carel van Bylandtlaan 30, 's-Gravenhage,

wacht gaarne sollicitaties in van hen die zich interesseren voor
functies in de

FINANCE ADMINISTRATION

bij een der Maatschappijen van de Koninklijke/Shell Groep.

De voorkeur gaat uit naar hen die

- ★ een studie in economie, accountancy of belastingzaken hebben beëindigd,
- ★ een loopbaan in den vreemde ambiëren en de eigenschappen bezitten om te zijner tijd in het buitenland leidinggevende functies te kunnen bekleden, welke niet noodzakelijk in het financiële vlak behoeven te liggen,
- ★ vreemde talen beheersen of gemakkelijk aanleren,
- ★ de leeftijd van 30 jaar niet hebben bereikt.

Schriftelijke sollicitaties of aanvragen voor een oriënterend onder-
houd onder No. RP 64/8002 te richten aan genoemde Maatschappij,
Postbus 162, 's-Gravenhage.

N.V. Ingenieursbureau v/h J. M. C. van Borselen & Co.
Parkstraat 10, Den Haag

vraagt voor uitzending naar Suriname ten behoeve van de
SURINAME ALUMINUM COMPANY
een BEDRIJFSJURIST

met ruime ervaring in het opstellen van contracten,
onderhandelingen op hoog niveau met overheids-
instanties, werknemers-organisaties, etc.

Leeftijd 36—42 jaar.

Schriftelijke sollicitaties met volledige persoonlijke ge-
gevens en referenties, voorzien van drie recente pas-
foto's, te zenden aan bovenstaand adres.

De Nederlandsche Bond van Huis- en Grondeigenaren,
Tounooiveld 3 te 's-Gravenhage, zoekt

candidaat-economie

ter assistentie van de secretaris-redacteur om, bij
gebleken geschiktheid en na beëindiging van de
doctorale studie, de functie van adjunct-secretaris-
redacteur te vervullen.

Een benoeming t.z.t. tot secretaris-redacteur ligt
in het voornemen.

Eigenhandig geschreven brieven worden ingewacht aan
opgemeld adres. Persoonlijk bezoek eerst na schriftelijke
uitnodiging.



EERSTE NEDERLANDSCHE

- PENSIOEN REGELINGEN
- RISICO - HERVERZEKERING
VAN PENSIOENFONDSEN

HOOFDKANTOOR
JOHAN DE WITTLAAN 50
's-GRAVENHAGE
TEL (070) 51.43.51
POSTADRES: POSTBUS 5



KONINKLIJKE DEMKA STAALFABRIEKEN N.V. gevestigd te Utrecht

UITGIFTE van
8040 gewone aandelen, elk groot nominaal f 500,- aan toonder
(desgewenst op naam),
ten volle delende in de resultaten van het boekjaar 1960 en van volgende boekjaren.

Ondergetekenden berichten, dat zij de inschrijving op bovengenoemde aandelen, uitsluitend
voor houders van gewone aandelen, openstellen op

DONDERDAG 12 MEI 1960,

bij hun kantoren te **Amsterdam, Rotterdam, 's-Gravenhage en Utrecht,**

TOT DE KOERS VAN 150 pCt.,

op de voorwaarden van het prospectus d.d. 27 april 1960.

Prospectussen en inschrijvingsbiljetten zijn verkrijgbaar bij de kantoren van inschrijving.

NEDERLANDSCHE HANDEL - MAATSCHAPPIJ, N.V.
DE TWENTSCHE BANK N.V.

Amsterdam, 27 april 1960.