

k(r)anttekening

Creatief boekhouden



drs. J.G. Groeneveld RA RV1

Wie economie studeert of iets doet wat daarop lijkt, krijgt al decennia lang les in sommige over winst en verlies gaan. Natuurlijk zijn er sommige waarin ook aan bijvoorbeeld werkgelegenheid wordt gedacht. Dat kan werken met aspiratieniveaus en/of prioritering. Dat is het terrein van multigoalprogramming. Maar zodra die hobbel is genomen, leert met een enkelvoudig winststreven de rust weer terug.

Winst als uitkomst; winst als ondernemingsdoel. Maximale winst. Maar winst is niet zonder meer gedefinieerd. Je kunt er nogal wat kanten mee op. Winst is het verschil tussen opbrengsten en kosten. Voor de opbrengsten geldt traditioneel het realiteitsprincipe; voor de kosten het voorzichtigheidsprincipe; voor activering het matchingprincipe dat op zijn beurt niet kan bestaan zonder een verondersteld going concern. Opbrengsten die niet zijn gerealiseerd, tellen niet mee, behalve dan in de zin dat zij een grondslag moeten vormen voor dat veronderstelde going concern: recoverability van geactiveerde uitgaven (= investeringen). Uitgaven die niet (langer) worden geactiveerd, vormen de kosten. De natuurlijke grondslag daarvoor is de historische kostprijs. Van de vermogenskosten hoort rente wel tot de kosten, dividend niet. Raar maar waar. En dan heb je het wel zo ongeveer.

Bij de historische kostprijs zijn in de loop der decennia vraagtekens gezet; koopkracht (algemeen/specifiek) en substantie van financiering van de toekomst werd aan winst een uitkeerbareheids criterium toegevoegd. Het leidde tot een discussie over winstbestemming en winstbepaling. De winst werd er kleiner door. Handhaving van de historische prijs leidde in die opvatting tot schijnwinst en tot te hoge uitkeringen – ook naar de fiscus – waardoor vervanging (technisch en/of economisch) in gevaar kon komen. Uiteindelijk is vervangingswaarde losgelaten. Cash werd ook bij Philips king.

Inmiddels is met fair value het realisatiebeginsel losgelaten. Of, anders gezegd, met fair value als bijdrage aan de winst wordt de waarde van verwachte geldstromen gerealiseerd geacht. Bij opeenvolgende noteringen haalt dat de winst naar voren. De korte termijn-benadering die winst kenmerkt, strekt zich daarmee uit tot in de toekomst en haalt die toekomst naar voren. Met fair value wordt van verwachte geldstromen (= economische waarde) winst en vermogen gemaakt. Dat heet relevance.

Je kunt waarde verhandelen; niet uitkeren. Door van waarde winst te maken, wordt dat deel van de waarde uitgekeerd. En als het goed is, omvat fair value ten minste een zeer aanzienlijk deel van de economische waarde. De winstgerechtigden kunnen de toekomst daarmee (on)laaidig toetakelen. Ze hoeven niet meer op realisatie te wachten. Zij zijn nu al meteen aan de beurt. En omdat die beurt voorbij gaat – doordat ze niet eeuwig winstgerechtigd blijven – nemen zij hun deel voor zij achter het net vissen. Dat is niet ondernemend. Dat is: na mij de zonde. En inderdaad: die zondvloed komt, mede als gevolg van de scheiding van leiding en eigendom. Bonussen zijn bedacht als een (deel-)oplossing voor een agencyvraagstuk. Het is een parallelschikking van belangen van ondernemers en hun managers. De hieraan verbonden kosten blijken met een modern winstbegrip zeer aanzienlijk te zijn. Er is roofofbouw gepleegd op een toekomst door waarde als winst uit te keren. Verantwoording in termen van winst leidt af van waar het in economie om gaat: waarmede maximalisatie. Dat is een wereld van verschil.

Wanneer houden accountants eindelijk eens op een winst- en verliesrekening te maken? Boekhouding is een registratiestroom. Niets meer dan dat. Accountability betreft de vaststelling waaraan geld werd uitgegeven. En natuurlijk moeten de ontvangen geldstromen worden geregistreerd. Een staat van Herkomst en Besteding van middelen geeft daarin prima inzicht. Dus waarom moet in accounting worden gesproken van

waarde en winst? De historische prijs heeft geen betrekking op waarde in economische zin. Die waarde leidt tot misverstand en het zogenaamde winstdele ervan leidt tot porverteren.

Dit alles staat haaks op de titel van een column van Jan Bouwens (hoogleraar accounting aan de universiteit van Tilburg) in het Financieel Dagblad van 7 januari 2009. Die titel luidt: "Check alleen op winst". Nu is die kop denk-ik enigszins vertekend. Bouwens schreef zijn column naar aanleiding van een artikel door Steve Kachelmeier, Bernhard Reicher en Michael Williamson in Journal of Accounting Research, 2007: "Measuring and motivating quantity, creativity or both?" Bouwens stelt vast dat het onderzoek ons twee dingen leert: "Als we creativiteit willen bevorderen, dan helpt het als we managers tijdelijk op creativiteit zouden beoordelen. Op langere termijn kunnen we beter managers op winst of productie beoordelen. Immers, zij die alleen op winst worden beoordeeld zijn op den duur creatiever dan managers die worden aangesproken op creativiteit en winst".

Nu heb ik stellig de indruk dat het onderzoek van Kachelmeier c.s. niet over winst gaat maar over multigoalprogramming met als doelvariabelen creativiteit en/of productiviteit. Op basis van de weergave van Bouwens stel ik me voor dat de auteurs bij wijze van experiment hebben gezocht naar een kritiek pad waarbij productiviteit als doelvariabele geldt. Maar dat terzijde. Bouwens zal het oog hebben gevestigd op de disciplinerende werking van de doelvariabele: creativiteit is een middel; winst is waar het bij Bouwens per slot van rekening om gaat. En dat duidt hij aan met de langere termijn. Dat ten onrechte.

De maximalisatie-doelstelling geldt ook op korte termijn. Het door mij genoemde kritieke pad heeft betrekking op een doel-middel-keten. Creativiteit in het kader van winstmaximalisatie. Wanneer creativiteit een middel is om winst te maximaliseren, zal dat winstdoel wel tot creativiteit leiden, zo zal de redenering luiden. Waarschijnlijk is fair value dan ook een uitdrukking van creativiteit. Creatief boekhouden: relevance versus reliability. Die keuze is gemaakt. Accountants hebben geweten wat ze deden.

