

Een kleine geschiedenis van de (ver)vorming van bedrijfskundigen

Bedrijfskunde is veruit de populairste studie van Nederland. Iedereen heeft wel een algemeen beeld van de inhoud van deze studie: je leert over management, economie en boekhouden. Maar wat is eigenlijk het ideaal dat in bedrijfskundestudies schuilgaat? Wat is de ideologie die verscholen ligt in de veelgebruikte standaardleerboeken? Hoe verhoudt de bedrijfskunde zich eigenlijk tot sociale, morele en institutionele vraagstukken?

door *Jelle van Baardewijk*

De auteur is docent en promovendus aan de Faculteit der Wijsbegeerte van de Vrije Universiteit. Hij werkt aan een filosofisch proefschrift over cultuur en economie.

BEDRIJFSKUNDE IS ALS KENNISGEBIED het kleine broertje van de economie.¹ Een korte schets van de historische ontwikkeling van de mainstream economische wetenschap is daarom voor een goed begrip van bedrijfskunde onontbeerlijk. Dit artikel opent met zo'n schets, waaruit zal blijken dat de economie zich heeft ontwikkeld van een inhoudelijk vakgebied, waarin wordt onderzocht hoe welvaart ontstaat, naar een vorm van toegepaste wiskunde. Hierop volgt een beknopte analyse van de opkomst van bedrijfskundestudies, deels in reactie op de abstracte getalswereld van de economische wetenschap. Er is kort aandacht voor mogelijke negatieve effecten van de grondaannames van bedrijfskundestudies – efficiencydenken, auditcultuur en imagogerichtheid – op concrete beroepspraktijken. Daarna volgt een kritische interpretatie van de rol van bedrijfsethiek in studies bedrijfskunde. Dit artikel beoogt evenwel meer dan alleen een voorlopige kritische analyse van de standaardleerboeken.

Steeds wordt er gewezen op voor de hand liggende mogelijkheden tot inhoudelijke verrijking van curricula.

ECONOMIE: VAN INHOUDELIJKE NAAR METHODOLOGISCHE WETENSCHAP

Adam Smith (1723-1790) wordt vaak gezien als de grondlegger van de moderne economische wetenschap. De *inhoudelijke* definitie van economische wetenschap die Smith hanteerde, als onderzoek naar welvaart, is echter niet langer courant. Economie is een *formele* wetenschap geworden en omschrijft hoe mensen met schaarste omgaan. Met deze verandering van

In de economie is het accent verschoven van een kwalitatieve methode – waarin geschiedenis, psychologie en ethiek worden meegewogen – naar een kwantitatieve methode

de wetenschapsdefinitie van de economie is tevens het accent verschoven van een kwalitatieve methode – waarin geschiedenis, psychologie en ethiek worden meegewogen – naar een kwantitatieve methode. Economie is primair toegepaste wetenschap geworden.² Dat blijkt ook uit de moderne curricula. Zowel economen als bedrijfskundigen

werken zeker de helft van de tijd aan betere rekenvaardigheden. Naast wiskunde en statistiek hebben onder andere financiën en micro-economie een sterk kwantitatieve insteek.

Het belang van rekenen in economie en bedrijfskunde gaat welbeschouwd terug op de grondaanname van het schaarsteprincipe en de door economen vooronderstelde individuele omgang met dit principe. *Schaarste* betekent dat mensen meer wensen hebben dan zij kunnen vervullen, met als gevolg dat zij keuzes moeten maken. Aangezien mensen toch graag zo veel mogelijk doelen realiseren, zoeken zij volgens leerboeken economie *efficiënte* manieren om ruimte te scheppen voor zo veel mogelijk wensen. Toch kan niemand al zijn keuzes verwezenlijken, en dus moet iedereen offers brengen om bepaalde keuzes naar tevredenheid inhoud te kunnen geven. Economen met een strikt formele opvatting van wetenschap bestuderen de verschillende keuzes die individuen zouden kunnen maken.³

Economen vooronderstellen dat mensen individuen zijn die keuzes moeten maken en daartoe beslissingen kunnen nemen die deels rationeel zijn, teneinde het eigen nut te allen tijde te maximaliseren. In veel economisch onderzoek heeft men het 'dunne' mensbeeld van de zogenoemde homo economicus verlaten: er wordt rekening gehouden met de mogelijkheid dat mensen irrationeel kunnen zijn, niet perfect geïnformeerd, en dat zij eventueel zelfs zijn toegewijd aan een hoger doel dan het eigen belang. Jammer genoeg is deze ontwikkeling in het economisch onderzoek nog niet door-

gedrongen tot de standaardleerboeken. Zelfs als dat gebeurt, blijft echter staan dat economen het individu tot methodologisch uitgangspunt hebben verheven. Dat mensen binnen regionale verbanden en natiestaten leven, die worden gedragen door instituties en doortrokken zijn van cultuur, telt verrassend genoeg nauwelijks mee in standaardleerboeken.

Economie maakt deel uit van de sociale en culturele realiteit, die wezenlijk verschilt van de natuurlijke realiteit, precies omdat zij door de mens wordt vormgegeven. Weliswaar is de sociale realiteit ten dele rationeel stuurbaar middels wet- en regelgeving, maar daarmee is zij nog niet objectief werkelijk, zoals bijvoorbeeld de zwaartekracht en DNA dat zijn. Het sociaal-culturele domein is ook niet te manipuleren zoals het natuurlijke domein. Je kunt economisch succes niet afdwingen zoals je een vliegtuig kunt laten opstijgen. De abstracte natuurwetenschappelijke uitgangspunten in de standaardleerboeken – waarin geschiedenis, ethiek en politiek niet of nauwelijks meetellen – zijn dus niet voldoende gerechtvaardigd. Indien leerboeken vervolgens toch die suggestie wekken – zoals bijvoorbeeld gebeurt in *Corporate finance. The core* van Jonathan Berk en Peter DeMarzo⁴ – krijgen studenten een verkeerd beeld van de grenzen van kennis.⁵ Ze onderschatten voorts het vitale belang van sociaal-culturele krachten binnen het moderne technisch-economische bestel.

BEDRIJFSKUNDE: VAN ONDERNEMEN NAAR MANAGEN

In het begin van de twintigste eeuw leidde de toen reeds bestaande kloof tussen de economische wetenschap en economische praktijk tot nieuwe detailstudies van praktijkmensen en de met hen verbonden beoefenaars van het boekhouden. Zo ontstond een vrij uitgebreide literatuur over bedrijfsbeheer, balansleer en financiering. Daarmee was de bedrijfskunde geboren en zij kreeg vrijwel meteen een plek aan hogescholen en uiteindelijk ook aan universiteiten.⁶

Aanvankelijk was bedrijfskunde een typische beroepsstudie: de leer van de kunst van het ondernemen. De figuur van de ondernemer bleef tot ver na de Tweede Wereldoorlog bepalend voor de inhoud van de curricula. Opmerkelijk aan deze vroege curricula was de brede vakinhoud; er werd naast boekhouden bijvoorbeeld chemie en Duits onderwezen. Afhankelijk van de zuil waarin een universiteit stond, werden curricula vormgegeven in expliciete relatie tot levensbeschouwing met bijbehorende moraal. Door deze brede en vakinhoudelijke opzet was een alumnus zich enigermate bewust van zijn rol in groter economisch en maatschappelijk verband.

Na de Tweede Wereldoorlog keerde de bedrijfskunde zich af van grotere maatschappelijke vragen en concrete economische problemen. Dat kwam

vooral door de ambitie van stakeholders – zowel binnen het onderwijs als in het bedrijfsleven – om bedrijfskunde als kennisgebied wetenschappelijker te maken. Praktische kennis over het reilen en zeilen van firma's werd ingeruild voor theoretische kennis.⁷ Deze koerswijziging was sterk geïnspireerd door bedrijfskundestudies uit de Verenigde Staten.⁸ Opmerkelijk is dat Duitsland slechts met mate met deze verandering van theoretisering en deprofessionalisering is meegegaan.⁹ Dat strookt met de werkpraktijk: de auto-industrie van Duitsland bijvoorbeeld, wordt gerund door ingenieurs en praktisch denkende bedrijfskundigen.¹⁰

Met name de ogenschijnlijk objectieve en 'gewisse' kennis van wis-kunde en statistiek werd na de oorlog zeer belangrijk in het hoger onderwijs. De kwantificering had ook de nodige invloed op meer praktische bedrijfskunde. Een belangrijke traditie voor die jaren werd het Amerikaanse *Scientific Management*, een traditie die vooral bekend werd door het werk van Frederick Taylor (1856-1915). Zijn boek *The principles of Scientific Management* uit 1911 kan worden gezien als hét paradigmatische boek van de bedrijfskunde. Hoewel er van meet af aan forse kritiek op Scientific Management is gegeven, vormt dit boek het coördinatenstelsel waarin de bedrijfskunde tot op de dag van vandaag kan worden gepositioneerd.

De figuur van de ondernemer maakt in het werk van Taylor plaats voor de *manager*. Een belangrijk verschil is dat de ondernemer een benadering van werk heeft waarin vakkennis wordt gecombineerd met generieke kennis van organiseren en financiën. De manager daarentegen heeft geen gedegen kennis van de relevante beroepspraktijk nodig. Zijn werk is praktijkoverstijgend en hij kan in zekere zin overal worden ingezet. Zijn specialisme is precies dat hij alle delen van het werk enigszins begrijpt. De goede manager zou volgens Taylor objectief moeten registreren hoe een product of dienst tot stand komt. Daar komt zelfs een stopwatch aan te pas. Alle concrete werkervaring, waaronder de vuistregels en stijlverschillen tussen werknemers, moeten worden opgetekend en gestandaardiseerd. Werk wordt gefilterd tot objectieve deeltaken.

Met deze objectivering verliest het vakgebied van management echter het contact met de werkpraktijk. Arbeid is geen handelen meer: het tactisch bij elkaar brengen van algemene inzichten in een concrete situatie. Nee, arbeid verwordt tot het uitvoeren van deelprocessen. De manager zou de verscheidene taken volgens Taylor moeten delegeren. De vakman wordt door Taylor 'onteigend'. Hij is niet langer eigenaar van zijn werk. 'In the past the man has been first; in the future the system must be first.'¹¹ Een uitspraak die niet had misstaan in een boek van Lenin, maar komt van een fervent aanhanger van het kapitalisme. Doel van Scientific Management is de toename van efficiency.¹² En efficiency wordt kwantitatief geïnter-

preteerd als een toename van winst.¹³ Met dit alles beweegt de traditie van Scientific Management zich in het paradigma van de economie als wetenschap van keuzes.

DEELGEBIEDEN VAN BEDRIJFSKUNDE MET SCHIJNDIEPTE

Tegenwoordig wordt Scientific Management ogenschijnlijk slechts als historische traditie besproken in standaardleerboeken. Daarin wordt management toch vaak omschreven als het ‘meten’ van prestaties om organisaties ‘efficiënter’ te kunnen maken. Sinds de jaren tachtig zijn er deelgebieden waarin juist de menselijke kant van werk wordt benadrukt, zoals arbeidspsychologie en humanresourcesmanagement. Dat geeft wat tegenwicht voor de technische bedrijfsmodellen over strategie en financiën. Tegelijkertijd geeft de naam ‘management’ – van *maneggiare*, het Italiaans voor ‘mennen’ of ‘hanteren’ – reeds aan in welk licht de menselijke kant van werk staat in humanresourcesmanagement. De dikwijls abstracte managementmethodes worden in de verscheidene ‘diepe’ deelgebieden van bedrijfskunde weliswaar verrijkt, maar de onderliggende waarde blijft vaak gelijk: het streven naar efficiency.

Toen Abraham Maslow zijn fameuze behoeftepiramide presenteerde, die in vrijwel geen bedrijfskundehandboek ontbreekt, wilde hij aantonen dat de menselijke behoeftes verschillende gradaties kennen. De behoefte aan erkenning of zelfverwerkelijking ligt volgens Maslow kwalitatief gezien hoger dan de behoefte aan eten en drinken. Een standaardleerboek marketing leert dat een goede reclamemaker inspeelt op precies die hogere behoefte. Natuurlijk zullen de meeste mensen wel uitkijken om de keuze voor een bepaalde shampoo (‘omdat u het waard bent’, zoals de reclame luidt) écht te zien als een middel tot zelfverwerkelijking. Het punt is evenwel dat studenten bedrijfskunde massaal leren om toch, vaak tegen beter weten in, op die manier te denken.¹⁴ Studenten leren dat menselijke identiteiten primair stuurbare imago’s zijn. Als gevolg wordt de uiterlijke kant van het menselijk leven gemakkelijk aangezien voor het innerlijk. Daarmee beweegt marketing zich meer in de traditie van Scientific Management dan in de lijn van Maslow. Het zou al een hele verbetering zijn als aan de theorie van Maslow meer recht werd gedaan in de leerboeken. Bijvoorbeeld met een bespreking in vier pagina’s, in plaats van zijn werk te simplificeren in een tekening. Maslow is een diepzinnig denker; een versimpelde weergave van zijn inzichten slaat ze dood.

In standaardleerboeken is nauwelijks plaats ingeruimd voor het institutionele raamwerk van politiek, overheid en maatschappij waarvan markt en bedrijfsleven deel uitmaken. Deze thema’s zijn onderdeel van wat wel

het Rijnlandse denken wordt genoemd, waarin economie vanuit de maatschappelijke inbedding wordt begrepen. Ten onrechte wordt dit typische Noordwest-Europese model in standaardleerboeken gepresenteerd als ‘een

In standaardleerboeken is nauwelijks plaats voor het institutionele raamwerk van politiek, overheid en maatschappij waarvan markt en bedrijfsleven deel uitmaken

visie’.¹⁵ Vaak wordt het Rijnlandse model ook nog eens aan het einde van het boek weggemoffeld – met als gevolg dat het op college gemakkelijk onbesproken kan blijven en het op het tentamen niet altijd terugkomt. Standaardleerboeken zijn sterk Anglo-Amerikaans van oriëntatie, waardoor de sferen die onderliggend en dragend zijn voor econo-

mie en bedrijfsleven in Nederland niet of onvolledig worden besproken.

Eerdergenoemde tradities als arbeidspsychologie, humanresourcesmanagement en gedragseconomie zijn vaak wel opgenomen in leerboeken, omdat ook daarin een sterk liberaal, individualistisch mensbeeld prevaleert. Dat is curieus in een tijd waarin bijvoorbeeld de vraag naar de grenzen tussen domeinen van een economie vervagen. Hoe zit het bijvoorbeeld met de machtsverdeling tussen een bank, een toezichthouder, de staat en de Europese Centrale Bank? Een standaardleerboek rechten zal niet verzuimen te spreken van de trias politica van Montesquieu. Ook voor bedrijfskundigen en economen zou een bezinning op de machtsverhoudingen tussen instituties zinnig zijn, juist ook in relatie tot cultuurverschillen tussen bijvoorbeeld de Verenigde Staten en Noordwest-Europa.

PROBLEMEN IN DE PRAKTIJK

Een standaardleerboek in de geest van het Rijnlandse model, een soort maatschappijleer voor bedrijfskundigen, zou de huidige twee kerninteresses – de wat marginale ‘diepe’ kant met existentiële vragen (arbeidspsychologie, humanresourcesmanagement enzovoort) en de dominante ‘oppervlakkige’ kant van getallen (micro-economie, financiën en dergelijke) – kunnen integreren. Hoe dan ook is het vraagstuk van de integratie van de deelgebieden van bedrijfskunde mijns inziens noodzaak. Bedrijfskunde is momenteel te versnipperd en spreekt zichzelf op fundamentele punten tegen. Dit alles leidt in de praktijk tot problemen.

In de eerste plaats: de efficiencygedachte. Streven naar efficiency vraagt om een verbinding met professionele waarden. Dat blijkt vaak moeilijk te zijn. Verpleegkundigen, onderwijzers en agenten ervaren dat efficiency

nogal eens gelijkstaat aan kostenreductie dan wel winstmaximalisatie. Efficiency betekent in dat geval meestal schaalvergroting. Door meer mensen in één instelling onder te brengen gaan de kosten omlaag, is de veronderstelling. Onderwijsconglomeraten als Amarantis en InHolland, maar ook de zorgorganisatie Careyn, bewijzen dat dit geen vanzelfsprekend gevolg is. Dit probleem geldt zeker ook voor bedrijven als Albert Heijn en Philips.

Tegelijkertijd blijkt kwaliteit geen vanzelfsprekende resultante te zijn van een bedrijfsvoering waarbij efficiency vooropstaat. Goed vakwerk ontstaat binnen goede praktijktradities, welke onder andere afhankelijk zijn van goede vooropleidingen en interne studiemogelijkheden. Natuurlijk vooronderstelt praktijktraditie een goede organisatie en coördinatie.¹⁶ Opmerkelijk is echter dat de nadruk in leerboeken management vooral ligt op deze laatste twee zaken, terwijl het vraagstuk van feitelijke waardecreatie is weggelaten. Achterliggend hieraan lijkt een gedeelde vooringenomenheid in leerboeken met de diensteneconomie, waarin bedrijfskundigen vooral structuur aanbrengen en in zekere zin secundair zijn aan het proces van waardecreatie. Dit verklaart overigens ook deels waarom de arbeidsmarkt voor bedrijfskundigen tegenvalt.

In de tweede plaats: de auditcultuur. Goede werkgewoontes (en dat geldt evenzeer voor slechte) binnen beroepspraktijken zijn niet echt meetbaar en moeilijk kopieerbaar. Dat maakt goede werkgewoontes niet minder wezenlijk. Wel maakt het dat ze gemakkelijk verschuiven naar de rand van het blikveld of dat ze helemaal worden vergeten. Een manager gelooft al snel dat de thema's cultuur en gewoontes kunnen worden afgevinkt. Hij focust op meetbare resultaten en daarmee wordt het meetbare al snel belangrijker dan het niet meetbare. Organisatietalent hangt echter juist samen met het vermogen tot inschatting en tactvol handelen. Deze vaardigheden zijn lastig te kwantificeren, maar zijn niet minder belangrijk dan het kunnen maken en lezen van spreadsheets. Ondertussen is er nauwelijks aandacht voor het denkvermogen dat theoretische en praktische kennis combineert. Beslissingen worden in leerboeken opgeknipt in technische processen. Bedrijfsmatig en politiek handelen wordt veelal technocratisch besproken, zonder serieuze aandacht voor belangen en maatschappelijke gevolgen.

Als ultiem meetmiddel van management wordt vaak geld gebruikt. Een belangrijke leerstoel gaat steeds vaker naar een wetenschapper die veel beurzen kreeg. Zorg wordt graag verleend door instellingen van allerlei soorten wanneer het veel oplevert. Managementposities in het bedrijfsleven gaan vaak naar mensen van verkoop of financiën. Jazeker, dat kan allemaal samengaan met de waarden van de betreffende praktijken – laat daar geen misverstand over bestaan – maar het kan ook gemakkelijk zijn doel

voorbijgeschieten. Gelddenken beheerst in dat geval het vakwerk, in plaats van het inhoudelijk te bekrachtigen. Een goed leerboek zou aandacht moeten besteden aan het omgaan met deze audit- en geldproblematiek.

In de derde plaats: de nadruk op imago. Willekeurig welke baan een bedrijfskundige later krijgt, de kans is groot dat de imaginaire wereld van merken en beeldvorming erg serieus wordt genomen, terwijl een realistische blik onderontwikkeld is. Het gaat in grote delen van marketing strikt gezien om afgeleide producten die de concrete leefwereld van mensen niet direct duurzaam verrijken. Dit geldt zeker in de (semi)publieke zaak. Want wie heeft er op de middellange termijn iets aan dat verzekeringsfirma's of universiteiten elkaar beconcurreren met dure reclamecampagnes? Kan dat geld niet beter in de werkpraktijk van onderwijs, gezondheid en verzekeren worden geïnvesteerd? Marketing wordt te onkritisch onderwezen als onderdeel van bedrijfskunde. Van onderwijsinstellingen zou je meer historisch besef verwachten: het eerste quasiwetenschappelijke reclamehandboek heette niet toevallig *Propaganda*.¹⁷

DE TRAGEDIE VAN DE BEDRIJFSETHIEK

Als vakgebied heeft bedrijfskunde een theoretische vlucht naar voren gemaakt. Waardegericht onderwijs met praktische inzet werd ingeruild voor waardevrij en kwantitatief onderwijs. De vraag naar goed en kwaad verdween langzaam maar zeker uit de curricula. Met deze 'demoralisatie' van het onderwijs voegden hogescholen en universiteiten zich in een grote maatschappelijke trend van de jaren zestig, een trend waarin het individu *zelf*

moet beslissen over goed en kwaad.

Pas na 1990 werd het morele vraagstuk opnieuw geïntroduceerd in studies bedrijfskunde en economie. Ditmaal in de gestalte van bedrijfsethiek. We moeten vaststellen dat heel veel van de gediplomeerde bedrijfskundigen of economen die werkzaam waren in de financiële sector in de periode voor de kre-

De tragedie van de bedrijfsethiek is precies dat deze bedrijfskundigen niet in de eigenlijke zin van het woord moreel gevoelig heeft kunnen maken

dietcrisis van 2008, kennis hadden van bedrijfsethiek. Juist in de periode waarin het vrijemarktdenken mainstream gedachtegoed was in politiek en wetenschap, werd de noodzaak van ethiekonderwijs onderkend. De tragedie van de bedrijfsethiek is precies dat deze bedrijfskundigen niet in de eigenlijke zin van het woord moreel gevoelig heeft kunnen maken. Een mo-

gelijke lezing zou zelfs kunnen luiden dat de bedrijfsethiek aan bedrijfskundigen en economen argumenten heeft gegeven om bepaald gedrag te legitimeren om economische doeleinden na streven. Deze tragische situatie van de bedrijfsethiek heeft mijns inziens ten minste drie oorzaken.

In de eerste plaats is bedrijfsethiekonderwijs vooral een descriptief vakgebied. De student leert over goed en kwaad, alleen niet in die zin dat het zijn eigen gedrag normatief stuurt, maar in de vorm van allerlei abstracte theorieën over moraliteit. Dat lijkt op het eerste gezicht wellicht legitiem, want moraliteit is dezer dagen geen vaststaande zaak. Desondanks spelen er morele kwesties in het bedrijfsleven die prima normatief kunnen worden besproken, zoals vragen aangaande de uitbesteding van werk naar lagelonenlanden en de arbeidsomstandigheden aldaar, de grenzen van reclame en marketing, en de effecten van salaris en bonus op gedrag. Over dit soort thema's is wel degelijk een normatief standpunt in te nemen en je zou op z'n minst verwachten dat studenten wordt geleerd om verschillende posities in te nemen en te verdedigen.

In de tweede plaats leren studenten hoog abstracte theorieën kennen, zoals de beroemde 'categorische imperatief' van Kant, maar die theorieën staan vaak ver af van de effectieve moraal onder studenten, waardoor ethiek in de lucht blijft hangen in plaats van dat zij wordt geïnternaliseerd. Tot op de dag van vandaag is het de uitdaging van ethiekonderwijs dat het moreel bewustzijn stimuleert en onderdeel maakt van iemands wereldbeeld. Deze morele onderwijstaak was honderd jaar geleden, toen de eerste bedrijfskundestudie begon, minder zwaar. De in studies verwoorde moraal sloot aan bij de moraal die studenten van huis uit meekregen. Toch bestaan er tegenwoordig niet minder prangende ethische dilemma's. De kunst is mijns inziens om bedrijfsethiek weer meer in de geest van Aristoteles te gaan onderwijzen, namelijk als 'prudentia' – praktische wijsheid. Dat vereist een studie met meer aandacht voor het daadwerkelijke leven via literatuur, geschiedenis en filosofie, zodat de denkhorizon van studenten breder en moreel gevoeliger wordt. Laat studenten *Schuld en boete* van Dostojevski bestuderen én de documentaire *Inside Job* over de recente kredietcrisis.

In de derde plaats is bedrijfsethiek geen integraal onderdeel van het curriculum, in de zin dat het met andere vakken is verweven en daarin expliciet terugkeert. Dat is enerzijds te wijten aan filosofen, die niet zelden erg kritische theorieën over het bedrijfsleven onderwijzen of juist de praktijk helemaal links laten liggen en zich richten op ethische kennisleer. Anderzijds zou men van bedrijfskundigen meer moreel engagement verwachten dan zij gewend zijn te laten zien. Leerboeken bedrijfskunde zouden bijvoorbeeld de hiervoor genoemde thema's van efficiency en de auditcultuur kunnen bespreken in relatie tot de schaduw die deze thema's

begeleidt. Onderzoek tendeeft naar overspecialisatie, maar ethisch onderwijs vereist een integrale inzet.

Het is mijns inziens dus wenselijk dat universiteiten en hogescholen opnieuw nadenken over (1) een normatieve ethiek die (2) aansluit bij de wereld van bedrijfskunde en (3) daarvan niet marginaal maar liefst zelfs integraal deel uitmaakt. Als bedrijfsethiek deze praktijkrevolutie niet kan doormaken, dreigt het gevaar dat zij irrelevant blijft of zelfs economisch wordt ingezet. Het bedrijfsleven zou tegemoet kunnen komen aan de hier voorgestelde praktisch-ethische ommekeer door in de lijn van de rechtswereld ook *binnen* de commerciële wereld moreel bewustzijn te voeden en ritualiseren. Me dunkt dat financiële partijen steeds vaker werken met een bankierseed. Een eed gaat verder dan het handhaven van regels en codes, juist omdat hij wordt afgelegd vanuit een innerlijke oriëntatie op het goede.

TOT SLOT: RIJNLANDSE BEDRIJFSKUNDE

Er is veel te verbeteren in studies bedrijfskunde. De in leerboeken geviseerde rol van bedrijven is op de keper beschouwd onverantwoord dun: het gaat vaak om financiële structuren van bezit, soms om de maatschappelijke inbedding. Een meer Rijnlandse benadering zou op z'n plaats zijn. Er is veel aandacht voor structuren van organisatie en methodes voor beslissingen, terwijl de waardecreatie van secundair belang lijkt te zijn. De rol van concreet vakmanschap en praktisch deugdelijk handelen is marginaal. Er zijn weliswaar deelgebieden met een focus op de menselijke kant van werk en economie – zoals arbeidspsychologie, gedragseconomie en humanresourcesmanagement – maar die missen existentiële diepgang, waardoor inzichten gemakkelijk manipulatief kunnen worden ingezet om efficiencywinst te maken. Een groot aantal universiteiten biedt bedrijfsethiekonderwijs, sommige hogescholen volgen. De voorzichtige kentering die men hier zou kunnen waarnemen is nog lang niet genoeg. Een student die het overgrote deel van de studietijd moet berekenen hoe efficiencyvoordelen te behalen zijn, wordt vaak in zes weken onderwezen in abstracte ethische theorie. Ethiek behoeft daarom een praktische revolutie en zou integraal moeten worden aangeboden.

Noten

1 Dat kleine broertje is inmiddels wel de populairste studie. Zie voor meer informatie: Centraal Bureau voor de Statistiek, *Jaarboek onderwijs in cijfers 2012*. Den Haag: CBS, 2012. Zie [BF-90Co493B4CD9/0/2012f162pub.pdf.
2 Een hedendaagse student economie of bedrijfskunde die iets leest van Adam Smith, zal tot zijn of haar eigen verbazing niet één model vinden. Dit in tegenstelling tot een modern economieboek, waarin te midden van de vele modellen juist naar inhoudelijke toe-](http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/3036B4E1-A671-4C9E-95-</p></div><div data-bbox=)

- lichting moet worden gezocht.
- 3 Vgl. Geert Woltjer, *De economische manier van denken*. Bussum: Coutinho, 2002, pp. 17-20. Zie voor een filosofische analyse van het schaarsteprincipe: Rutger Claassen, *Het eeuwig tekort. Een filosofie van de schaarste*. Amsterdam: Ambo, 2004, p. 23.
 - 4 Jonathan Berk en Peter DeMarzo, *Corporate finance. The core* (derde editie) (Pearson International Edition). Harlow: Pearson, 2013, p. 484.
 - 5 De abstracte inzet van economie heeft effect op de moraal onder studenten: economen blijken sterker naar eigen belang te streven dan andere hoogopgeleiden. Vgl. Robert Frank, Thomas Gilovich en Dennis Regan, 'Does studying economics inhibit cooperation?', *The Journal of Economic Perspectives* 7 (1993), nr. 2, pp. 159-171.
 - 6 Vgl. J.H. van Stuijvenberg, *De Nederlandsche Economische Hoogeschool 1913-1963. Van handelshoogeschool naar hogeschool voor maatschappijwetenschappen*. Rotterdam: Nijgh & Van Ditmar, 1963.
 - 7 Vgl. Peter van Baalen en Luchien Karsten, 'The social shaping of business schools in the Netherlands. Professions and the power of abstraction', *Journal of Management History* 16 (2010), nr. 2, pp. 153-173, aldaar pp. 155-157.
 - 8 Vgl. Rakesh Khurana, *From higher aims to hired hands. The social transformation of American business education and the unfulfilled promise of management as a profession*. Princeton: Princeton University Press, 2007.
 - 9 Vgl. Robert R. Locke, *The end of the practical man. Entrepreneurship and higher education in Germany, France and Great Britain, 1880-1940*. Greenwich/Londen: JAI Press, 1984.
 - 10 Vgl. Robert R. Locke en J.-C. Spender, *Confronting managerialism. How the business elite and their schools threw our lives out of balance*. Londen/New York: Zed Books, 2011, pp. 106-133.
 - 11 Frederick Taylor, *The principles of Scientific Management*. New York: Norton, 1967, p. 2.
 - 12 Zie voor een filosofische doordenking van het werk van Taylor en de rol van het concept efficiency daarin: Frits Schipper, 'A philosophical reading of a classic of management and organization: F.W. Taylor', *Philosophy of Management* 6 (2008), nr. 3, pp. 23-38.
 - 13 Leerboeken wijzen er vaak op dat Taylor juist oog had voor werknemers. Inderdaad was Taylor van mening dat de financiële voordelen van Scientific Management niet louter naar het management mochten vloeien. Dat werknemers eventueel ook *intrinsiek gemotiveerd* zouden kunnen zijn om werk uit te voeren – en dat daarin juist een integrale betrokkenheid bij het productieproces vereist is, in plaats van verregaande arbeidsdeling in de lijn van Scientific Management – wordt echter onvoldoende duidelijk vanuit het perspectief van standaardleerboeken. Zie voor een te onkritische weergave van Taylor: Doede Keuning en Derk Jan Eppink, *Management en organisatie. Theorie en toepassing* (vijfde, herziene druk). Leiden: Stenfert Kroese, 1993, p. 468.
 - 14 Zie hiervoor bijvoorbeeld het volgende veelgebruikte boek: William D. Perreault, Joseph P. Cannon en E. Jerome McCarthy, *Essentials of marketing* (elfde editie). New York: McGraw-Hill, 2007.
 - 15 Dit gebeurt bijvoorbeeld in het volgende veelgebruikte boek: Bob de Wit en Ron Meyer, *Strategy: process, content, context. An international perspective* (vierde editie). Andover: Cengage Learning, 2010.
 - 16 Deze analyse van beroepspraktijken is geïnspireerd op: Ad Verbrugge, 'Geschonden Beroepseer', in: Gabriël van den Brink, Thijs Jansen & Dorien Pessers (red.), *Beroepszeer. Waarom Nederland niet goed werkt* (CDV Zomer 2005). Amsterdam: Boom, 2005, pp. 108-123.
 - 17 Reclame wordt in *Propaganda* zonder ironie besproken als propagandamiddel, zoals onder meer blijkt uit het volgende citaat: 'Modern propaganda is a consistent, enduring effort to create or shape events to influence the relations of the public to an enterprise, idea or group' (Edward Bernays, *Propaganda*. Routledge, 1928, p. 25).