

Ondernemerschaponderwijs nog te vaak reus op lemen voeten

Sinds de jaren negentig zijn we anders gaan denken over ondernemerschap en is ondernemerschaponderwijs hot. Op alle niveaus wordt het in het Nederlands onderwijs aan geboden. Maar er dreigt wildgroei, waardoor de kans bestaat dat ook deze onderwijsvernieuwing ten onder gaat door gebrek aan een stevig fundament. In dit artikel geschreven in opdracht van het Landelijk Expertisecentrum Economie en Handel gaan we op zoek naar de basis.

Prof.dr. Enno Masurel en drs. Hans Goudsmit

De affiches uit de jaren zestig en zeventig spreken boekdelen. Ondernemerschap was in die jaren geen kwestie en sterker nog, ondernemerschap was eigenlijk een vies woord. Door hun optreden in landen als Zuid-Afrika stonden grote multinationals als Shell, Outspan en SHV symbool voor het ondernemerschap en vormt de inhoud van de posters van toen de neerslag van het denken over ondernemerschap

Sinds 10 jaar is er een omslag gaande in het denken over ondernemerschap. Ingegeven door allerlei ontwikkelingen is er maatschappijbreed aandacht voor, wordt het van alle kanten gepromoot en door velen interessant gevonden niet in het minst door jongeren. Immers het starten of het hebben van een eigen bedrijf levert status en soms geld op, waardoor leerlingen en studenten graag manager of ondernemer worden. Met als gevolg dat er meer begrip gekomen is voor en er meer genuanceerd gedacht wordt over ondernemingen. Anderzijds is het ook veel gemakkelijker geworden om een eigen onderneming te starten. Zo kan je als kleine ondernemer of zzp-er dankzij internet een groot bereik hebben. Een eigen onderneming is nu dan ook meer binnen handbereik gekomen. Niet alleen het denken over ondernemerschap maar ook het vak ondernemerschap heeft de laatste decennia een hele ontwikkeling doorgemaakt. In de studieprogramma's van de jaren zestig en zeventig kwam het vak eigenlijk alleen voor als klein bijvak bij Bedrijfseconomie onder kopjes als "het MKB."

Op dit ogenblik heeft het vak zich ontwikkeld tot een specialisatie binnen bedrijfswetenschappen. Deze opmerkelijke switch is ingegeven door de accentverschillen tussen bedrijfseconomie en bedrijfswetenschappen. Binnen deze laatste tak van de economische wetenschap gaat het net als bij ondernemerschaponderwijs meer om de "how to"-vraag, het is veel meer actiegericht. De vraag naar de definitie en de factoren van succes staat centraal binnen ondernemerschaponderwijs. Belangrijke bedrijfseconomische vakken als accounting en financiering, leveren daarbij instrumenten om de stand van zaken binnen een onderneming te meten maar zeggen maar in beperkte mate iets over het succes van een ondernemer. Oprah Winfrey bijvoorbeeld heeft altijd maar twee zaken nagestreefd namelijk bekend en beroemd worden en een rolmodel zijn voor zwarte jongeren. Het behalen van deze doelstellingen valt niet te meten met een bedrijfseconomisch instrumentarium maar de mate van haar succes is alleen te bepalen door haar bekendheid te meten. Daarbij leveren deze bedrijfseconomische instrumenten ook geen verklaring voor de redenen van haar succes.

Maar er is meer ontwikkeling binnen dit vak geweest. Behalve de ontwikkeling van een bedrijfseconomische naar bedrijfskundige specialisatie is ook het studieobject van het vak verbreed. Ondernemerschaponderwijs richt zich niet alleen op het zelfstandig ondernemerschap maar ook op ondernemend gedrag binnen een onderneming. Bij dit ondernemend gedrag gaat het eigenlijk

om drie zaken. Allereerst gaat het over het creëren van iets uit niets of anders gezegd het gaat hier om het laten ontstaan van behoeften. Zo heeft Apple bijvoorbeeld de behoefte aan de iPad gecreëerd. Die behoefte bestond tot voor kort helemaal niet. Mensen waren niet ongelukkig omdat ze geen iPad hadden. Nu hoor je mensen zeggen, dat ze eigenlijk niet meer zonder kunnen. Daarnaast gaat het bij ondernemend gedrag over het ontdekken. Het bestaat wel maar het is nog niet bekend. Zo moeten sommige liedjes eerst in een ander jasje worden gestoken om een grote hit te worden. Op de derde plaats gaat het bij ondernemend gedrag om het omzetten van ideeën of kansen naar concrete producten of diensten. Sommige mensen hebben helaas wel goede ideeën maar zien geen kans deze om te zetten in tastbare producten.

Ook kan er binnen het ondernemerschaponderwijs inmiddels drie verschillende aanpakken of insteken worden onderscheiden:

- **Learning for entrepreneurship.**

Bij deze aanpak staat het opleiden van mensen tot betere ondernemers centraal. Deze aanpak is gericht op alle aspecten van het opzetten en in de lucht houden van een eigen onderneming. Daarbij komen hele praktische zaken aan de orde als de rol van de Kamer van Koophandel, de belastingdienst en de banken. Deze insteek is met name van belang voor en sluit aan bij de doelstellingen van beroepsopleidingen in het vmbo, mbo en hbo.

- **Learning about entrepreneurship**

Bij deze aanpak staat het onderzoeken naar de determinanten van succesvol ondernemen centraal. Daarbij wordt zowel gekeken naar de omstandigheden als naar de persoonskenmerken. Naast bedrijfseconomische begrippen als rentabiliteit, continuïteit en groei wordt er bij het meten van succes ook gekeken naar sociale en ecologische aspecten en naar softere zaken als geluk en trots van de ondernemer. Het suc-



ces van bekende ondernemers uit binnen- en buitenland als Oprah Winfrey, Steve Jobs, Richard Branson en Joop van der Ende maar ook van de kleine giganten uit het MKB wordt onderzocht en geanalyseerd. De uitkomsten van dergelijk onderzoekend leren leveren algemene kennis op over de gang van zaken bij ondernemingen. Deze kennis kan worden toegepast binnen ondernemingen maar levert bijvoorbeeld ook beter inzicht in en kennis van de huidige financiële crisis op. Deze aanpak sluit met name aan bij het algemeen vormende karakter van havo en vwo en bij het universitaire onderwijs.

• **Learning with entrepreneurship**

Bij deze aanpak wordt er gebruik gemaakt van ervaringen van ondernemers. Ondernemers vormen rolmodellen voor studenten. Deze ondernemers leveren op hun beurt input voor kwantitatief en kwalitatief onderzoek. En ondernemers kunnen weer hun voordeel doen bij de uitkomsten van de onderzoeken waarvoor ze zelf de input hebben geleverd. Deze insteek past met name goed in het hoger onderwijs.

Kortom, ons denken over ondernemerschap is de afgelopen decennia fundamenteel veranderd. Wij denken nu veel genuanceerder over de rol van Shell in Syrië dan veertig jaar terug over haar rol in Zuid-Afrika. Anderzijds is Shell net als veel andere bedrijven maatschappelijk veel bewuster gaan ondernemen en is inmiddels bezig zich uit Syrië terug trekken.

Hoewel de theorie van het vak zich ook verder heeft ontwikkeld is die in praktijk in de curricula vaak niet terug te vinden. Zo ligt het accent in menig curriculum ondernemerschaponderwijs nog te veel op de bedrijfseconomie in plaats van op de bedrijfskunde. Ook wordt bij het inrichten van een dergelijk curriculum meestal impliciet gekozen voor de insteek van learning for entrepreneurship terwijl dit zeker op havo/vwo helemaal niet passend is.

Kortom, het ondernemerschaponderwijs groeit en groeit maar mist op de verschillende niveaus nog een uitgewerkte expliciete basis, waardoor het op termijn makkelijk kan omvallen. Hopelijk heeft dit artikel bouwstenen geleverd voor een veel steviger fundament.....

Enno Masurel is sinds 2004 professor duurzaam ondernemerschap en sinds 2008 directeur van het Centre for Entrepreneurship aan de Vrije Universiteit in Amsterdam

Hans Goudsmit is vakdidacticus Economie/M&O bij het Onderwijscentrum VU en projectleider van het Landelijk Expertisecentrum Economie en Handel

Alles is oké

De omgekeerde wereld

Na de Arabische lente in Noord-Afrika (afzetten van dictators) en de 15 mei beweging van de Indignados (Spanje) kreeg de Occupybeweging pas echt bekendheid na het OWS (Occupy Wall Street) op 17 september 2011. Nu zijn er op meer dan 3000 plekken op de wereld grotere en kleinere lokale Occupygroepen actief. Zaten deze mensen eerst in tentenkampen, door de aankomende winterperiode en bijvoorbeeld overlast van passanten zijn al veel tentenkampen (tijdelijk) opgebroken.

Janwillem Adriaanse

Eén van de slogans van Occupy is: "We are the 99". Dit getal geeft een verhoudingsgewijze verdeling weer tussen de 1 % machtigste personen op de aarde en de rest. Ik kom daar in een volgend blad graag met een ander artikel op terug. Juist omdat Occupy 99 % van de mensheid zou vertegenwoordigen, omvat het bewustmakingsproces een veelheid aan factoren. Wat voor de één een issue kan zijn, hoeft voor een ander helemaal niet te veranderen. Deze veelheid aan factoren én het feit dat democratie bij Occupy hoog in het vaandel staat, zorgt ervoor dat deze groep niet één zegsman heeft, noch één uniforme boodschap. Het vervolg van dit artikel verwoordt het brede spectrum van de ongerustheid van enkele deelnemers van Occupy Eindhoven. Op youtube is deze clip terug te vinden, indien de zoektekst; alles is oké (van Occupy Eindhoven) ingetypt wordt.

*Er is niets aan de hand.
De crises is voorbij.
De economie draait prima.
Alle banken zijn eerlijk en gezond.*

*Maakt u zich vooral geen zorgen. Gaat u vooral door met consumeren.
Er zijn grondstoffen genoeg.
Energie wordt steeds goedkoper.
Maakt u zich geen zorgen over de toekomst.
Wie dan leeft, die dan zorgt.
Klimaatverandering is een verzinsel. Die ijskappen groeien heus wel weer aan.
Wat heb je aan vissen in de zee?
Wat heb je aan al die oerwouden en mooie bossen? Ik ben er nooit geweest
We laten het allemaal prima achter voor onze kinderen, Er is niets aan de hand.
Stort jaarlijks op giro 555, en alle arme kindjes hebben weer feest.
Er is helemaal niets aan de hand.
Niemand sterft van de honger.
Niemand sterft van de dorst.
De welvaart is uitstekend verdeeld.
Iedereen krijgt wat die verdient.
Maakt u zich geen zorgen.
De staatsschuld is bijna afbetaald. De politiek gaat zeer verstandig met uw geld om.
Er zal weldra een reden worden verzonnen voor het voeren van een nieuwe oorlog.
Kortom, er ligt een prachtige toekomst in het verschiet.
Koopt, koopt, koopt gerust al wat u wordt ingefluisterd.
Fabrieksvoedsel is gezond, er worden alleen goede stoffen toegevoegd aan ons eten.
Er is niets aan de hand.
U kunt er gewoon op vertrouwen dat alles voor u uitstekend wordt geregeld.
Onze politiek doet precies wat wij willen. Wij zijn in prima handen bij onze leiders.
Maakt u zich vooral geen zorgen en ga vooral door met consumeren.
Consumeren mensen.
Kom op, consumeren...
Laat die euro's rollen nu het nog kan
Consumeren als 't u blijft, er is helemaal niets aan de hand
Gewoon consumeren.
De band moet rollen,
de schoorsteen moet roken
Ga vooral niet nadenken
Gewoon blijven consumeren!!!!*



Zijn wij bij de neus genomen?