



Wieteke Conen en Paul de Beer

Waarden in de 21^e eeuw: nieuwe tijden?

Kort & Bondig

5

Waarden in de 21^e eeuw: nieuwe tijden?

Wieteke Conen en Paul de Beer

GOLDSCHMEDING
FOUNDATION
MENS • WERK • ECONOMIE

MEDE MOGELIJK
GEMAAKT
DOOR DE
GOLDSCHMEDING
FOUNDATION

Juli 2020

© W. Conen, Paul de Beer Amsterdam

Contact: aias-hsi@uva.nl

Bibliografische informatie:

W. Conen & Paul de Beer (2020). Waarden in de 21^{ste} eeuw: nieuwe tijden?, *AIAS-HSI Kort & Bondig 5*.

Informatie kan worden geciteerd mits de bron correct en helder wordt vermeld.

Reproductie voor eigen/intern gebruik is toegestaan.

Publicaties in de reeks *Kort & Bondig* zijn te downloaden op de website <http://aias-hsi.uva.nl/> onder "Publicaties".

ISSN online: 2666-5476

Dit is de vijfde publicatie in de reeks 'Kort & Bondig' die onderzoeksinstituut AIAS-HSI van de Universiteit van Amsterdam uitbrengt om in kort bestek en op toegankelijke wijze uitkomsten te presenteren van recent verricht onderzoek.

Deze vijfde 'Kort & Bondig' richt zich op de vraag welke 'waarden' in Nederland leven. Hoe kijken we aan tegen onze manier van leven en de rol die betaald werk daarin speelt? Hechten we vooral aan werk als middel om (zelf) goed te leven? Of vinden we het belangrijk via ons werk (ook) bij te dragen aan het oplossen van sociale, maatschappelijke of milieu-gerelateerde problemen? En hoe aantrekkelijk vinden we sociale ondernemingen? De bevindingen zijn gebaseerd op De Waarde van Werk Monitor (WWM), een onderzoek onder de Nederlandse bevolking dat in 2019 heeft plaats gevonden als onderdeel van het onderzoeksproject 'De waarde van werk'. Dit onderzoek heeft tot doel om vast te stellen op welke wijze de waarde(ring) van (betaald en onbetaald) werk in Nederland samenhangt met de kenmerken van het werk, de context waarin het werk wordt verricht en de kenmerken van de personen. Daarnaast wordt onderzocht in welke mate de bestaande instituties rond werk en inkomen mensen ondersteunen of juist belemmeren bij het realiseren van een maximale waarde(ring) van hun werk

In eerdere afleveringen in de reeks 'Kort & Bondig' zijn andere aspecten van de WWM geanalyseerd. In het najaar van 2020 verschijnt een uitgebreid onderzoeksrapport met een nadere toelichting op de opzet van de Waarde van Werk Monitor en uitgebreidere en meer diepgravende analyses (zie hiervoor de website: <https://aias-hsi.uva.nl/publicaties/kort--bondig-reeks/kort--bondig-reeks.html>).

Het onderzoek naar de waarde van werk wordt mogelijk gemaakt door steun van de Goldschmeding Foundation.

Inhoud

Inleiding.....	5
Theoretische achtergrond: economie en waarde.....	6
Opvattingen over waarde	7
Manier van leven	7
Arbeidsoriëntatie	9
Aantrekkelijkheid verschillende typen ondernemingen	14
Tot slot	18
Literatuur	19

Waarden in de 21^e eeuw: nieuwe tijden?

Inleiding

Binnen media en wetenschap wordt regelmatig gesproken over de schaduwzijden die onze huidige manier van leven en werken met zich meebrengen. Daarbij is zeker de afgelopen maanden regelmatig geopperd dat de coronacrisis een kantelpunt zou zijn in onze manier van denken: er is een steeds sterker geluid om onze economie anders in te richten, zoals naar een 'nieuwe', 'duurzame' of 'circulaire' economie en het belang om duurzaamheid en sociaal ondernemerschap verder te stimuleren. Over dergelijke onderwerpen laten wetenschappers, beleidsmakers, bedrijven en maatschappelijke organisaties duidelijk hun stem horen, maar het is minder duidelijk of hier onder Nederlandse burgers en werkenden (ook) veel draagvlak voor is.

Beschouwen Nederlanders een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven als een verbetering in onze manier van leven? Vinden we dat er minder nadruk op geld en bezit zou mogen liggen? Of zijn we eigenlijk wel tevreden met hoe het is? Vinden we een goede beloning het belangrijkste aspect van werk? En vinden we het belangrijk via ons werk ook bij te dragen aan het oplossen van sociale, maatschappelijke of milieu-gerelateerde problemen? Hoe aantrekkelijk vinden we sociale ondernemingen? Staan jongeren anders tegenover werk en sociale impact dan ouderen? En hebben vrouwen en mannen andere waardepatronen? In deze Kort & Bondig wordt nagegaan:

- Welke opvattingen Nederlanders hebben ten aanzien van onze huidige manier van leven en het belang van werk;
- Wat werkenden belangrijk vinden in termen van financiële en niet-financiële waarden en sociale impact van werk;
- Welk type organisatie (zonder winstoogmerk/ overheid, sociale onderneming of regulier commercieel) zij aantrekkelijk vinden en hoe dit samenhangt met hun waarden;
- En hoe de opvattingen verschillen tussen mensen met verschillende kenmerken, zoals gender, leeftijd of contractvorm.

De gegevens voor deze Kort & Bondig zijn afkomstig uit de Waarde van Werk Monitor (WWM), waarvan de eerste meting in het voorjaar van 2019 heeft plaats gevonden onder bijna 3.500 Nederlanders van 18-70 jaar (zie voor meer informatie en opzet van het onderzoek ook Conen en De Beer, 2020).

Theoretische achtergrond: economie en waarde

Economisch denken en handelen geven in belangrijke mate richting aan hoe een maatschappij zich ontwikkelt. Daarbij ligt aan elke conceptie van economie een bepaalde ethiek en een mensbeeld ten grondslag, dat mede bepaalt wat we onder waarde, welvaart en (positieve) groei verstaan. Het economisch denken is op dit terrein de afgelopen decennia in hoge mate gestuurd geweest door een neoklassiek perspectief, waarin marktdenken, het wegnemen van belemmeringen, een 'enge' interpretatie van het welvaartsbegrip en een focus op de groeivoet van het bbp zeer centraal stonden. Hoewel dit perspectief ontegenzeggelijk een waardevol uitgangspunt vormt voor (het denken over) waarde, welvaart en groei, worden er in toenemende mate ook vraagtekens geplaatst bij de inhoud, grenzen en dominantie van deze stroming. Dit gaat dan bijvoorbeeld over de focus op inkomen en kwantiteit, en het gebrek aan discussie over kwaliteit, wat (van) waarde is en een bredere en inclusievere interpretatie van welvaart en groei. Sluit het resulterende systeem aan bij wat mensen belangrijk vinden en maakt het ons (uiteindelijk) gelukkig? Wat zijn onze ecologische grenzen, en (hoe) wordt dit meegenomen in ons denken over groei? En wat vinden we van grote rijkdom en de (toenemende) kloof tussen arm en rijk – accepteren we dat als onderdeel van het leven?

Invloedrijke hedendaagse economen zoals Mazzucato (2018) en Banerjee & Duflo (2019) benoemen (expliciet) hoe waarde, welvaart en groei verschillende interpretaties kennen in verschillende tijdvakken, in verschillende delen van de wereld en binnen en buiten de economische wetenschap, en waarom het bediscussiëren wat waarde *is* terug zou moeten komen in het economische debat. Een belangrijke vraag die centraal staat in deze Kort & Bondig is in hoeverre Nederlanders tevreden zijn met de huidige manier van leven – die vorm krijgt binnen deze huidige kaders – en waar hun opvattingen 'schuren' met de huidige inrichting van leven en werk.

Opvattingen over waarde

De vragen die centraal staan in dit deel zijn: Hoe kijken Nederlanders aan tegen hun manier van leven? En aangezien werk een belangrijk aspect vormt van onze manier van leven: wat vinden we belangrijk in ons werk? Deze vragen worden nader uitgewerkt aan de hand van stellingen omtrent de *manier van leven* en het concept *arbeidsoriëntatie*.

Manier van leven

Tabel 1 geeft antwoorden weer op de vraag of Nederlanders vinden dat bepaalde veranderingen een verbetering of verslechtering zouden zijn in onze manier van leven. Respondenten konden antwoorden met 'verbetering', 'maakt niet uit', 'verslechtering' of 'weet niet/ geen mening'; in Tabel 1 is het percentage respondenten weergegeven dat een bepaalde verandering als een verbetering zou beschouwen.

In de eerste plaats komt uit Tabel 1 naar voren dat twee op de drie Nederlanders 'minder nadruk op geld en bezit' als een verbetering zouden beschouwen (kolom 1); dit perspectief wordt in het bijzonder onderschreven door vrouwen en jongeren en lijkt af te lopen met de leeftijd. Ook is de voorkeur voor minder nadruk op geld en bezit relatief hoog onder werklozen. Als alleen de werkzame beroepsbevolking wordt meegenomen, verandert er weinig aan het totale beeld maar wordt het verschil tussen mannen en vrouwen en tussen jongeren en ouderen nog iets duidelijker.

Daarnaast geeft een bijna even groot deel van de Nederlandse bevolking aan een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven als een verbetering te beschouwen (64 procent, kolom 2). Het percentage mensen dat dit onderschrijft is relatief hoog onder vrouwen, mensen tussen 40-49 jaar en zelfstandigen.

Deze eerste twee kolommen laten zien dat een ruime meerderheid van de Nederlanders positief staat tegenover een herziening van het heersende waardenpatroon en economisch denken, waarbij een verminderde focus op het financiële en meer aandacht voor een manier van leven die meer in harmonie is met de (natuurlijke) omgeving wordt gezien als een verbetering.

Tabel 1

Stellingen omtrent huidige manier van leven, naar achtergrondkenmerken, (percentage 'verbetering')

	Minder nadruk op geld en bezit	Een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven	Vermindering van de betekenis die betaald werk in ons leven heeft
Totaal	68	64	43
Man	66	60	43
Vrouw	70	68	43
18-29 jaar	75	62	49
30-39 jaar	71	63	50
40-49 jaar	71	67	38
50-59 jaar	65	64	41
60-69 jaar	61	64	41
Werknemer	66	62	39
Zelfstandig	69	72	46
Werkloos	72	65	54
Niet-beroepsbevolking	69	64	46

Vraag: "Denkt u dat de volgende veranderingen een verbetering of verslechtering zouden zijn in onze manier van leven?"

Kolom 3 voegt hieraan toe dat dit niet per se gepaard gaat met een vermindering van de rol die betaald werk heeft. Een vermindering van de betekenis die betaald werk heeft in ons leven wordt door 43 procent van de Nederlanders beschouwd als een verbetering. Het percentage mensen dat dit onderschrijft is relatief hoog onder mensen jonger dan 40 jaar en werklozen. Voor een meerderheid van de Nederlanders maakt betaald werk (blijvend) dus een belangrijk onderdeel uit van het leven.

Arbeidsoriëntatie

Uit het voorgaande kwam naar voren dat Nederlanders minder focus op geld en bezit en meer aandacht voor een andere manier van leven als een verbetering zouden zien, maar betaald werk daarbij wel belangrijk vinden. Betekent dit nu ook dat zij meer nadruk leggen op de immateriële of intrinsieke aspecten van werk? En hoe kijken zij aan tegen sociale impact?

Arbeidsoriëntaties zijn aspecten van werk die de één wel en de ander niet belangrijk vindt in zijn of haar werk. De literatuur over arbeidsoriëntaties onderscheidt verschillende hoofddimensies (Harpaz en Fu, 2002; Turunen, 2011; Kalleberg en Marsden, 2013; Hauff en Kirchner, 2015). In de eerste plaats is er het onderscheid tussen 'extrinsieke' en 'intrinsieke' arbeidsoriëntaties. Mensen met een extrinsieke oriëntatie vinden waarden op het gebied van inkomen, omstandigheden, voorwaarden en zekerheid van belang; mensen met een intrinsieke oriëntatie beklemtonen het belang van inhoudelijk interessant werk en het kunnen benutten en ontplooiën van eigen capaciteiten. Naast deze twee basisdimensies zijn er meer 'sociale' en 'maatschappelijke' aspecten van werk die inhoudelijk noch tot de ene, noch tot de andere dimensie gerekend kunnen worden en daarom in sommige onderzoeken als op zichzelf staande dimensies opgenomen worden.

Tabel 2 toont de resultaten van de vraag welke aspecten van werk men het meest waardeert in een betaalde baan, welke daarna et cetera; men wordt dus gedwongen te prioriteren tussen vijf voorgelegde waarden en hierin een rangorde aan te brengen. De vijf aspecten die men op volgorde kan zetten zijn:

- Goed loon/ salaris
- De zekerheid niet ontslagen te worden/ zonder werk te komen
- Korte werktijden, veel vrije tijd
- Kansen om vooruit te komen
- Gevoel van voldoening in je werk

Tabel 2 Relatieve arbeidsoriëntatie in Nederland (werkzame beroepsbevolking, 18-70 jaar) (logistische regressieanalyse)

Panel a

	Werkaspecten in vergelijking							
	Zekerheid vs. Goed loon/ salaris		Werktijden/ Vrije tijd vs. Goed loon/ salaris		Kansen vooruit vs. Goed loon/ salaris		Gevoel van voldoening Goed loon/ salaris	
Constante	-0,861	(0,046)	-1,521	(0,055)	-1,464	(0,054)	0,386	(0,043)
Odds	0,422		0,218		0,231		1,471	
(N= 2.221)								

Panel b

	Zekerheid vs. Goed loon/ salaris		Werktijden/ vrije tijd vs. Goed loon/ salaris		Kansen vooruit vs. Goed loon/ salaris		Gevoel van voldoening vs. Goed loon/ salaris	
	OR	p-waarde	OR	p-waarde	OR	p-waarde	OR	p-waarde
Geslacht								
Man	1,185	,074	0,841	,128	1,054	,641	0,538**	,000
Leeftijd	0.962	,258	1,174**	,000	0,900**	,006	0,969	,332
Leeftijd²/ 100	1.047	,221	0,825**	,000	1,088	,052	1,037	,315
Godsdienst (Geen = ref)								
Katholiek	0,922	,657	0,707	,158	1,434	,083	0,989	,906
Protestant	1,258	,102	1,033	,851	0,878	,475	1,198	,192
Overig	1,414	,065	1,166	,483	1,217	,381	1,427	,066

Opleidingsniveau (Laag = ref)								
Middelbaar	1,274	,169	1,205	,423	1,251	,374	1,469*	,020
Hoog	1,028	,872	1,542	,052	1,937**	,006	2,823**	,000
Familie								
Thuisw. kinderen	0,708*	,013	0,627**	,004	0,746	,066	0,807	,093
Gehuwd/ samenw.	1,010	,929	0,922	,518	1,065	,627	1,084	,432
Goede gezondheid	0,949	,403	0,914	,223	1,316**	,000	1,140*	,029
Positie (vast contract = ref)								
Flexibel contract	0,817	,157	1,588**	,003	1,304	,104	1,166	,254
Zelfstandige	0,538**	,000	1,647**	,000	2,467**	,000	2,062**	,000
Pseudo R²	0,02		0,03		0,06		0,06	
N	2.221		2.221		2.221		2.221	

Noot: OR = odds ratio; significantie: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$.

In tabel 2 zijn in panel *a* constanten en odds ratio's en in panel *b* (alleen) odds ratio's weergegeven. Wanneer een odds ratio significant groter is dan '1', is er sprake van een positieve samenhang tussen de desbetreffende factor en de kans om het desbetreffende aspect belangrijker te vinden dan 'goed loon'. Een odds ratio (significant) kleiner dan '1' wijst op een negatieve samenhang.

De resultaten in tabel 2 (panel *a*) tonen dat werkenden in Nederland een overwegend intrinsieke oriëntatie hebben: de kans is relatief groot dat werkenden het aspect 'gevoel van voldoening' prefereren boven 'een goed inkomen' (1,47:1). Kansen om vooruit te komen, goede werktijden/ vrije tijd en zekerheid staan doorgaans lager in de prioritering dan inkomen (negatieve coëfficiënten en odds ratio's (ruim) < 1).

Uit panel *b* komt vervolgens naar voren dat met name vrouwen, hoger opgeleiden, mensen met een goede gezondheid (zelf-gerapporteerd) en zelfstandigen vaker 'gevoel van voldoening' boven 'een goed inkomen' stellen.

Hoewel tabel 2 meer inzicht geeft in hoeverre mensen in Nederland bepaalde extrinsieke en intrinsieke aspecten van werk ten opzichte van elkaar waarderen, komt het belang van sociale impact hierin niet naar voren. In tabel 3 zijn daarom de uitkomsten weergegeven van een andere vraag, waarbij respondenten voor verschillende aspecten kunnen aangeven welke voor hen belangrijk zijn. De antwoordmogelijkheden (4-puntschaal) variëren van 'zeer belangrijk' tot 'helemaal niet belangrijk'. In tabel 3 zijn de antwoorden opgenomen voor het item "werk waarin je bijdraagt aan het oplossen van sociale, maatschappelijke of milieu-gerelateerde problemen".

Daaruit komt naar voren dat 15 procent van de werkzame beroepsbevolking sociale impact 'zeer belangrijk' vindt in werk, en 38 procent vindt dit 'tamelijk belangrijk'. De vraag of dergelijke percentages nu hoog of laag zijn, is lastig te beantwoorden. In vergelijking met andere waarden (zoals 'inhoudelijk interessant werk' of 'goed inkomen') zijn deze percentages relatief laag (zie bijvoorbeeld Conen, 2020). Van de andere kant is het voor een belang dat

buiten iemand zelf ligt mogelijk tamelijk veel; alle andere waarden die zijn gemeten zijn van toepassing op iemand zelf en (direct) in het eigen belang. Wat we in ieder geval wel kunnen opmaken uit deze tabel 3 is dat ‘sociale impact’ met 21 respectievelijk 41 procent relatief belangrijk is onder jongeren (18-29 jaar) en dat het belang lijkt af te lopen met leeftijd/ cohort, maar weer relatief hoog is onder de oudere werkenden (60-69 jaar).

Tabel 3 Belang van sociale impact
(werkzame beroepsbevolking, 18-70 jaar), (in procenten)

	Zeer belangrijk (4)	Tamelijk belangrijk (3)	Zeer of tamelijk belangrijk (4 en 3 tezamen)
Totaal	15	38	53
Man	16	36	52
Vrouw	15	40	54
18-29 jaar	21	41	62
30-39 jaar	17	37	55
40-49 jaar	12	37	49
50-59 jaar	13	35	48
60-69 jaar	15	41	56
Werknemer	15	38	54
Zzp	15	33	48

Vraag: “Hieronder staat een aantal aspecten van betaald werk die de één wel en de ander niet belangrijk vindt. Wilt u aangeven hoe belangrijk of onbelangrijk u deze persoonlijk vindt: - *Werk waarin je bijdraagt aan het oplossen van sociale, maatschappelijke of milieu-gerelateerde problemen*

Aantrekkelijkheid verschillende typen ondernemingen

Hangen waarden omtrent onze manier van leven en arbeidsoriëntaties samen met welk type organisaties we aantrekkelijk vinden? En verschilt dit tussen groepen mensen? Wie werken vooral graag voor commerciële organisaties in de marktsector, gericht op het maken van winst? Wie liever voor sociale ondernemingen? En welke mensen hebben een voorkeur voor organisaties zonder winst oogmerk/ overheidsinstellingen?

Tabel 4 geeft de resultaten weer van de vraag: “In de volgende vraag leest u de beschrijving van drie typen organisaties waarvoor mensen in Nederland kunnen werken. Na de beschrijving vragen we u een reactie te geven”.

- Commerciële organisaties in de marktsector, gericht op het maken van winst;
- Een sociale onderneming is een commercieel bedrijf, maar één waarbij het werken aan een maatschappelijk doel centraal staat¹;
- Overheidsinstellingen of (andere) organisaties zonder winst oogmerk

De vraag was vervolgens: “Welk type organisatie vindt u het meest aantrekkelijk om voor te werken? En welke daarna”. Mensen werd dus gevraagd te prioriteren. In tabel 4 zijn de resultaten voor de werkzame beroepsbevolking weergegeven, waarbij steeds de kans wordt weergegeven om een bepaalde organisatievorm aantrekkelijker te vinden dan een ‘commercieel bedrijf’². In panel *a* zijn constanten en odds ratio’s en in panel *b* (alleen) odds ratio’s weergegeven.

¹ Bij de sociale onderneming konden respondenten een infobolletje bekijken met voorbeelden: “In Nederland kunt u bijvoorbeeld denken aan Tony’s Chocolonely (fairtrade chocolademaker), FairPhone (een verkoper van smartphones die zoveel mogelijk “eerlijke” materialen en arbeidskrachten gebruikt) en Koeckebackers (biedt werk aan jongvolwassenen die moeilijk aan het werk komen)”.

² Deze vorm van analyse en weergave is overigens een keuze. Een voordeel van een logistische regressie zoals hier weergegeven, is dat je groepen onderling kunt vergelijken; een nadeel is dat je hiermee niet weet hoe een bepaalde groep verschillende opties rangschikt. Bijvoorbeeld: als in Tabel 4 (panel *b*) wordt aangegeven dat mannen minder voorkeur hebben voor een sociale onderneming dan vrouwen, weet je daarmee nog niet of dit betekent dat mannen over het algemeen liever werken voor een commercieel bedrijf of dat ze toch ook een voorkeur hebben voor een sociale onderneming boven een commercieel bedrijf. Enkele eerste (hier niet getoonde) analyses lijken erop te wijzen dat mannen (gemiddeld) geen duidelijke voorkeur hebben voor een sociale onderneming boven een commercieel bedrijf; in latere publicaties zullen we hier uitgebreider op ingaan.

Tabel 4 Relatieve aantrekkelijkheid ondernemingen (werkzame beroepsbevolking, 18-70 jaar) (logistische regressieanalyse)

Panel a

Aantrekkelijkheid organisaties in vergelijking

	Organisatie zonder winstoogmerk/ overheid vs. Commercieel bedrijf	Sociale onderneming vs. Commercieel bedrijf
Constante	0,545 (0,044)	0,489 (0,044)
Odds	1,725	1,631
(N= 2.221)		

Panel b

	Zonder winstoogmerk/ overheid vs. Commercieel bedrijf		Sociale onderneming vs. Commercieel bedrijf	
	OR	p-waarde	OR	p-waarde
Geslacht				
Man	0,444**	,000	0,364**	.000
Leeftijd	0.979	,554	0,954	,215
Leeftijd²/ 100	1.036	,379	1,061	,155
Godsdienst (Geen = ref)				
Katholiek	1,027	,885	0,747	.123
Protestant	1,146	,369	1,243	.171
Overig	2,219**	,001	1,929**	.007
Opleidingsniveau (Laag = ref)				
Middelbaar	0,944	,747	0,746	.119
Hoog	1,406	,052	1,005	.976
Familie				
Thuisw. kinderen	1,003	,983	1,069	.647
Gehuwd/ samenw.	1,065	,582	0,968	.782
Goede gezondheid	0.789**	,000	0,765**	,000

Positie (vast contract = ref)				
Flexibel contract	1,004	,979	1,092	.578
Zelfstandige	0,416**	,000	0,641**	.001
Relatieve arbeidsoriëntatie (ten opzichte van 'goed loon')				
Zekerheid	1,720**	,000	1,758**	.000
Werktijden/ vrije tijd	1,508**	,004	1,359*	.036
Vooruit komen	0,679**	,005	0,698*	.012
Voldoening	1,001	,989	1,572**	.000
Belang sociale impact	1.850**	,000	1,892**	,000
Eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven	0.987	,910	1,624**	,000
Minder nadruk geld en bezit	1.472**	,001	1,949**	,000
Vermindering betekenis werk	1.336**	,009	1,560**	,000
Pseudo R²	0.14		0,20	
N	2.221		2.221	

De resultaten in tabel 4 (panel *a*) tonen dat werkenden in Nederland organisaties zonder winstoogmerk/ overheden het meest aantrekkelijk vinden om voor te werken: ten opzichte van een commercieel bedrijf is deze verhouding 1,73:1; bij sociale ondernemingen is deze verhouding ten opzichte van (reguliere) commerciële ondernemingen 1,63:1.

Uit panel *b* komt naar voren dat met name vrouwen, mensen met een 'andere' godsdienstige of levensbeschouwelijke gezindte en een lagere zelf gerapporteerde gezondheid een organisatie zonder winstoogmerk/ overheidsinstelling of sociale onderneming prefereren. We vinden in deze analyses geen leeftijdseffect.

Zelfstandigen geven relatief vaak aan het werken bij een commercieel bedrijf aantrekkelijker te vinden dan bij een organisatie zonder winstoogmerk of sociale onderneming³.

In tabel 4 panel *b* is de rol van arbeidsoriëntaties in het verklaren van voorkeuren voor verschillende soorten ondernemingen duidelijk zichtbaar. Werkenden die het werken voor een organisatie zonder winstoogmerk/overheid aantrekkelijker vinden dan een commercieel bedrijf, hechten relatief sterker aan zekerheid, korte werktijden/ veel vrije tijd en relatief minder sterk aan kansen om vooruit te komen. Ook hechten zij doorgaans meer belang aan werk waarin je bijdraagt aan het oplossen van sociale, maatschappelijke of milieu-gerelateerde problemen. Dit beeld is vergelijkbaar met werkenden die het werken voor een sociale onderneming aantrekkelijker vinden dan werken voor een commercieel bedrijf, alleen hebben werkenden die werken voor een sociale onderneming aantrekkelijk vinden een relatief sterke intrinsieke oriëntatie: zij hechten sterk aan een gevoel van voldoening in je werk.

Ook de mate waarin mensen van mening zijn dat veranderingen in de huidige manier van leven, inkomen, bezit en werk een verbetering zouden inhouden, heeft een duidelijke samenhang met de voorkeur voor verschillende soorten ondernemingen. Mensen die van mening zijn dat 'een vermindering van de betekenis die betaald werk in ons leven heeft' of 'minder nadruk op geld en bezit' een verbetering zou betekenen, spreken vaker hun preferentie uit voor sociale ondernemingen of organisaties zonder winstoogmerk. Mensen die van mening zijn dat 'een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven' een verbetering zou zijn, prefereren wel vaker een sociale onderneming boven een commercieel bedrijf, maar niet zozeer een organisatie zonder winstoogmerk/overheidsinstelling.

³ We hebben deze analyses ook gedaan zonder zelfstandigen (dus alleen voor werknemers), maar dan verandert het algemene beeld niet wezenlijk.

Tot slot

Zeker de afgelopen maanden is regelmatig geopperd dat de coronacrisis een kantelpunt zou zijn naar een 'nieuwe economie'. De resultaten uit de Waarde van Werk Monitor – van net daarvoor, 2019 – bieden enige steun voor de gedachte dat er een (moreel) fundament lijkt te zijn voor een nieuw perspectief op het economische systeem. Een meerderheid van de Nederlanders geeft aan 'minder nadruk op geld en bezit' en 'een eenvoudiger, meer natuurlijke manier van leven' als een verbetering te beschouwen. Nederlandse werkenden blijken daarbij bovendien niet primair extrinsiek maar veeleer intrinsiek georiënteerd te zijn (gevoel van voldoening is belangrijk) en men vindt het werken voor sociale ondernemingen en organisaties zonder winstoogmerk aantrekkelijker dan werken voor (reguliere) commerciële bedrijven; de samenhang met waarden op het terrein van extrinsieke oriëntatie, sociale impact en manier van leven zijn daarbij duidelijk zichtbaar. Met name jongeren en vrouwen lijken sterker naar niet-financiële en op duurzaamheid gerichte waarden te neigen. Hoewel de rol van werk in iemands leven misschien niet verandert, lijkt de focus en missie in (denken over) leven en werk wel aan een update toe. Staan we aan de vooravond van 'andere tijden'?

Literatuur

- Banerjee, A.V., & Duflo, E. (2019). *Good economics for hard times: Better answers to our biggest problems*. Penguin UK.
- Conen, W.S. (2020). *Waarde van werk in Nederland*. Den Haag: Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR).
- Conen, W.S., & De Beer, P.T., (2020a). *De waarde van werk in Nederland: resultaten van de Waarde van Werk Monitor*, Amsterdam: AIAS-HSI [te verschijnen].
- Harpaz, I., & Fu, X. (2002). The structure of the meaning of work: A relative stability amidst change. *Human relations*, 55(6), 639-67.
- Hauff, S., & Kirchner, S. (2015). Identifying work value patterns: cross-national comparison and historical dynamics. *International Journal of Manpower*, 36(2), 151-68.
- Kalleberg, A. L., & Marsden, P. V. (2013). Changing work values in the United States, 1973–2006. *Social Science Research*, 42(2), 255-270.
- Mazzucato, M. (2018). *The value of everything: Making and taking in the global economy*. Hachette UK.
- Turunen, T. (2011). Work orientations in flux? Comparing trends in and determinants of subjective work goals in five European countries. *European Societies*, 13(5), 641-62.

AIAS-HSI Kort & Bondig reeks

De reeks Kort & Bondig omvat korte publicaties waarin bondig de resultaten van recent uitgevoerd onderzoek van AIAS-HSI worden gepresenteerd. De reeks is bedoeld voor ieder die snel kennis wil nemen van de uitkomsten van wetenschappelijk onderzoek, maar niet de tijd of de interesse heeft om een geheel onderzoeksrapport door te nemen. Voor de lezer die zich verder in het onderzoek wil verdiepen worden afzonderlijk AIAS-HSI Working Papers gepubliceerd die een uitgebreide verantwoording en weergave van het onderzoek en de resultaten bevatten.

Informatie over AIAS-HSI

AIAS-HSI is ontstaan uit de samensmelting van twee onderzoeksinstituten van de Universiteit van Amsterdam: het Amsterdams Instituut voor Arbeids-Studies (AIAS) en het Hugo Sinzheimer Instituut (HSI).

AIAS-HSI is een instituut voor multidisciplinair onderzoek en onderwijs op het terrein van (de regulering van) arbeid. Het onderzoek richt zich vooral op de veranderingen die zich voordoen op het terrein van arbeid, zowel in Nederland als internationaal.

AIAS-HSI heeft tot doel om interdisciplinair onderzoek op dit terrein te stimuleren, coördineren en uit te voeren. Daarbij wordt gebruik gemaakt van inzichten uit de rechtswetenschap, sociale wetenschappen, economie en andere disciplines.

Voor meer informatie zie onze website www.aias-hsi.uva.nl.

Postadres

Postbus 15966
1001 NL Amsterdam

Bezoekadres

Nieuwe Achtergracht 166
1018 WV Amsterdam

