



rijksuniversiteit
groningen

faculteit ruimtelijke
wetenschappen

ONDERNEMERSCHAP IN KRIMPGEBIEDEN

*“Onderzoek naar de motieven van ondernemers in
Oost-Groningen”*



Bachelorthesis
*Sociale geografie &
planologie*

Chris Myles
S1945688

Begeleiders

Dr. A.E. Brouwer
Dr. I Noback

Groningen
10-06-2012

Samenvatting

Krimp is een probleem wat de komende decennia zijn invloed zal hebben op de leefbaarheid en economie in Oost-Groningen. Voor dit gebied wordt tot 2040 een bevolkingsdaling van 13% verwacht. Ondanks de invloed die deze daling nu al heeft, blijven er nog vele ondernemers gevestigd in dit gebied en vestigen zich er ook nieuwe ondernemers.

Ondernemerschap in krimpgebieden is een onderzoek naar de motieven van ondernemers om actief te zijn in het krimpgebied Oost-Groningen. Gebruik makend van de push en pull theorie wordt gekeken wat de motieven achter de keuzes van de ondernemers zijn. Naast locatiefactoren en ambities is ook gekeken naar het krimpbeleid van de overheid en de invloed die dat heeft op de keuzes van de ondernemers.

Om de motieven te achterhalen is er voor dit onderzoek een enquête gehouden onder ondernemers in Oost-Groningen. De resultaten van de enquêtes laten zien dat flexibiliteit en onafhankelijkheid de belangrijkste factoren zijn voor de ondernemers om voor zichzelf te beginnen. De keuze voor Oost-Groningen hangt daarbij samen met de woonplaats van de ondernemer. Hun woonlocatie en bekendheid met dit gebied speelde een belangrijke rol in de vestigingskeus. Naast deze motieven hebben rolmodellen ook hun invloed op de carrièrekeus. Familieleden die ondernemer zijn blijken uit het onderzoek een belangrijke rol te spelen voor iemand om te gaan ondernemen.

Het beleid van de overheid speelt slechts een geringe rol in de motieven van de ondernemers. De regelgeving is nog niet aangepast op krimp en van subsidies kan slechts een enkeling gebruik maken. Ondernemers hebben daarnaast over het algemeen een negatieve indruk van de overheid door het trage functioneren en een vriendjespolitiek.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
1.1	Aanleiding	3
1.2	Probleemstelling	4
1.3	Opbouw van het onderzoek	5
2	Theoretisch kader	6
2.1	Pull en push factoren.....	6
2.2	Leeftijd.....	6
2.3	Rolmodellen	7
2.4	Beleid.....	7
2.5	Conceptueel model.....	8
3	Methodologie.....	9
3.1	De enquête	9
3.2	Beleid.....	10
3.3	Analyse enquête	11
3.4	Ethische vraagstukken	11
3.5	Reflectie.....	11
4	Resultaten	13
4.1	Ondernemers in Oost-Groningen.....	13
4.1.1	Type ondernemer.....	14
4.2	Motieven om te gaan ondernemen	14
4.2.1	Locatievoordelen.....	15
4.2.2	Intrinsieke motivaties	16
4.2.3	Push factoren.....	16
4.3	Beleid.....	17
4.3.1	Welk beleid voert de overheid.....	17
4.3.2	Beleid en ondernemers in Oost-Groningen	18
5	Conclusies	21
6	Literatuurlijst.....	23
	Bijlagen	24
	Bijlage 1 Vragenlijst ondernemerschap en Krimp.....	25
	Bijlage 2 Uitkomsten onderzoek.....	31
	Bijlage 3 Kruistabellen locatievoordelen.....	34
	Bijlage 4 kruistabellen beleid.....	36

1 Inleiding

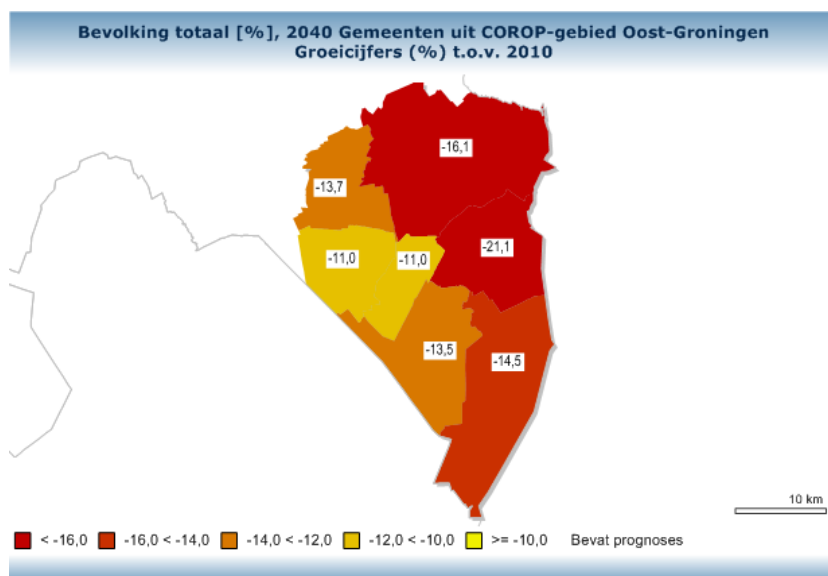
1.1 Aanleiding

Bevolkingskrimp kan, door het afnemen van de bevolking en het veranderen van de bevolkingssamenstelling, grote gevolgen hebben voor de leefbaarheid en de economie van een regio. Het afnemen van de bevolking kan voor bedrijven afname van hun afzetmarkt betekenen. Dit kan invloed hebben op de voortzetting van ondernemingen, maar desondanks blijven veel ondernemers gevestigd in krimpregio's en komen daar ook nieuwe bedrijven bij. Maar wat motiveert deze ondernemers om hier actief te zijn? De motieven achter de keuzes om in een krimpgebied te blijven of om zich daar te vestigen zullen in dit onderzoek nader belicht worden.

De invloed die krimp heeft op de leefbaarheid van een gebied krijgt ook de aandacht vanuit de overheid. De afgelopen jaren heeft de overheid steeds meer aandacht aan de problemen moeten besteden, omdat krimp de komende jaren steeds meer invloed zal gaan krijgen (Derks,2006). Met het beleid van de overheid wordt ondermeer getracht meer ondernemers aan te trekken en te behouden om daarmee de leefbaarheid te verbeteren (Provincie Groningen 2010). Om dat te realiseren zal de overheid aantrekkelijke condities moeten creëren. Er zal daarom in dit onderzoek ook gekeken worden wat de invloed is van het beleid van de overheid op de motivaties van ondernemers.

Dit onderzoek richt zich op de regio Oost-Groningen, wat bestaat uit de gemeenten Oldambt, Menterwolde, Pekela, Veendam, Stadskanaal, Bellingwedde en Vlagtwedde. In de provincie Groningen is dit een van de drie krimpgebieden, maar Oost-Groningen is de grootste van de drie. De krimpverwachtingen die de provincie Groningen heeft geuit in het provinciaal actieplan bevolkingsdaling biedt een inzicht in de bevolkingsveranderingen die voor dit gebied verwacht worden. Een prognose van de ontwikkeling tot het jaar 2040 laat een verwachte daling zien van 153.063 inwoners in 2008 naar 132.684 in 2040 (provincie Groningen, 2010). In figuur 1 is het gebied Oost-Groningen in kaart gebracht met daarbij de procentuele groei tussen 2010 en 2040 in per gemeente. Voor alle gemeenten is hierin een daling te zien die voornamelijk de meest oostelijke gemeenten Oldambt (16,1%), Bellingwedde (21,1%) en Vlagtwedde(14,5%) treft. Ondanks deze krimpcijfers blijven ondernemers gevestigd in het gebied en vestigen zich er nieuwe ondernemers. Het is daarom interessant om te kijken wat de invloed is van deze krimp op het ondernemerschap in Oost-Groningen en wat de invloed is van het beleid van de overheid.

De provincie Groningen heeft voor deze verwachte krimp in 2010 het Provinciaal Actieplan Bevolkingsdaling uitgebracht. Een rapport gericht op de regio's Eemsdelta en Oost-Groningen en de gemeente De Marne. Dit plan is erop gericht de leefbaarheid in krimpgebieden te verbeteren wat zich vertaalt in concrete acties en maatregelen vanuit de overheid (provincie Groningen, 2010). Onderdeel hiervan is ook sociaal- economische vitalisering. Hierbij richt de provincie zich op alle activiteiten die erop gericht zijn de bedrijvigheid en werkgelegenheid in de regio te behouden/ uit te breiden en tegelijkertijd de nadelige gevolgen van krimp te compenseren (provincie Groningen, 2010). Het beleid is er vooral op gericht om kleinschalige bedrijvigheid in stand te houden, door starters te faciliteren en initiatieven op het gebied van recreatie en van verbreding te ondersteunen (provincie Groningen, 2010). Onderzoek naar de invloed van de overheid op ondernemerschap laat zien dat een omgeving van economische vrijheid juist stimulerend werkt (Gilad en Levine, 1986; McMullen et al., 2008). Wat de overheid precies voor beleid voert en of dat als motivatie werkt voor ondernemers zal nader onderzocht worden.



Figuur 1 Krimp in Oost-Groningen. Bron: ABF Research – Primos prognose 2011

1.2 Probleemstelling

Het onderzoek is erop gericht de vestigingsmotieven van ondernemers in Oost-Groningen te onderzoeken en in hoeverre het beleid van de overheid belangrijk was in hun keuze. Leidend voor het onderzoek is de vraag: Wat zijn de motieven van ondernemers om gevestigd te blijven of zich te vestigen in de krimpregio Oost-Groningen en heeft het beleid van de overheid een rol gespeeld bij deze keuze? Om hier een antwoord op te kunnen geven zullen verschillende aspecten die hier hun invloed op hebben onderzocht worden. Hierin wordt gekeken naar locatiefactoren en ambities van

ondernemers. Daarnaast zal het beleid dat de overheid voert in deze krimpregio nader onderzocht worden. Daarbij zal gekeken worden welke aspecten van het beleid van belang zijn en welke andere aspecten van belang zijn voor de motivaties van ondernemers. Deze aspecten zullen opgenomen worden in een enquête wat resulteert in een inzicht wat voor de ondernemers van belang is en wat hun motiveert om in Oost-Groningen actief te zijn. Hieruit zal ook blijken of het beleid van de overheid als motivatie wordt meegenomen door de ondernemers.

1.3 Opbouw van het onderzoek

Het onderzoek zal eerst ingaan op het gebruikte theoretisch kader. Hierin worden de relevante theorieën en literatuur geschreven over motivaties van ondernemers nader bestudeerd. Dit creëert de theoretische basis van het onderzoek en geeft verwachtingen van het onderzoek. Daarna zal dieper worden ingegaan op de methodiek die in het onderzoek gebruikt is om data te verzamelen. De resultaten van de data verzameling zullen vervolgens gepresenteerd en geanalyseerd worden. Tot slot zal er in de conclusies ingegaan worden op de antwoorden uitkomsten van het onderzoek en de beantwoording van de onderzoeksvragen.

2 Theoretisch kader

Het theoretisch kader geeft een inzicht in de theorieën en literatuur geschreven betreffende de motivaties van ondernemers. Om een inzicht te krijgen wat de motivaties van ondernemers in Oost-Groningen zijn zal in het onderzoek gebruik gemaakt worden van de push en pull theorie van Gilad en Levine (Segal et al., 2005). Daarnaast zal de institutionele benadering van North gebruikt worden voor de invloed van het beleid (McMullen et al., 2008).

2.1 Pull en push factoren

Segal (2005) maakt in zijn onderzoek onderscheid tussen push en pull factoren. Door de pull factoren worden mensen aangetrokken naar ondernemerschap, omdat men op zoek is naar onafhankelijkheid, zelfontplooiing, welvaart en andere determinanten. McMullen et al. (2008) hebben een vergelijkbare onderverdeling gemaakt in de motivaties om ondernemer te worden tussen “opportunity-motivated entrepreneurial activity” (OME) en “necessity-motivated entrepreneurial activity” (NME). OME activiteiten gebeuren als individuen er bewust voor kiezen om ondernemer te worden. Het is een vrijwillige keuze die gedreven wordt door kansen vergelijkbaar met de pull factoren die Segal et al. (2005) noemt.

De push factoren die Segal et al. (2005) onderscheid zijn vergelijkbaar met de NME activiteiten die McMullen et al. (2008) benoemt. De keuze om ondernemer te worden wordt hierbij gezien als een geforceerde keuze, omdat er geen goede alternatieven zijn. Dit zijn motieven zoals ontevredenheid met het werk, moeite om werk te vinden, te weinig salaris of inflexibel werk.

In zijn onderzoek geeft Segal et al. (2005) aan dat onafhankelijkheid en flexibiliteit de belangrijkste motieven zijn om te gaan ondernemen. Daarbij geeft hij ook aan dat inflexibiliteit volgens hem ook een push factor kan zijn om een eigen bedrijf te starten, maar in dit onderzoek wordt flexibiliteit meegenomen als een pull factor voor ondernemers. Verwacht wordt dat deze twee factoren ook voor ondernemers in Oost-Groningen het belangrijkste zijn.

2.2 Leeftijd

Lévesque en Minniti (2006) hebben onderzoek gedaan naar de invloed die leeftijd heeft op de keuze om ondernemer te worden. In hun onderzoek kijken ze of er een verband is tussen de keus om ondernemerschap te worden en leeftijd. Hierin stellen ze dat naarmate men ouder wordt het onwaarschijnlijker zal zijn dat iemand nog ondernemer zal worden. Zij maken een onderscheid tussen “contextual factors” en de “inherent factors”. In dit onderzoek zal ook aandacht besteedt

worden aan de leeftijd, een “inherent factor”, van de ondernemers, omdat het een motivatie kan zijn voor mensen om te gaan ondernemen. Tijd wordt door Lévesque en Minniti (2006) gezien als schaarste, waardoor het ondernemen op oudere leeftijd risicovoller wordt. Hierdoor zal naarmate men ouder wordt de kans dat ze nog ondernemer worden afnemen. Op basis van die constatering zal verwacht worden dat er in Oost-Groningen minder oudere ondernemers actief zullen zijn.

2.3 Rolmodellen

Ook de aanwezigheid van rolmodellen kan van invloed zijn op iemand zijn keus om ondernemer te worden (Bosma et al., 2012). Mensen identificeren en vergelijken zichzelf met anderen en worden daardoor beïnvloed. Dit ontwikkelt hen zelf verder en beïnvloed hun keus voor ondernemerschap. Wie als rolmodel fungeert verschilt per individu. Gilad en Levine (1986) hebben in hun onderzoek de invloed aangegeven die ondernemende familieleden hebben op iemand zijn carrière keus. Zij zijn een rolmodel voor ondernemers en in dit onderzoek zal dit concept als pull factor worden meegenomen als aanvulling op de push en pull theorie. De nadruk zal enkel gelegd worden op de rol die familie heeft als pull factor voor de keus om ondernemer te worden.

Gilad en Levine (1986) hebben de invloed van ondernemende familieleden al benadrukt. Voor Oost-Groningen zal in dit onderzoek daarom ook verwacht worden dat dit een motivatie is geweest voor een deel van de ondernemers. Maar bij deze verwachting wordt er rekening gehouden dat niet alleen familieleden een rolmodel kunnen zijn. Daarom zal de invloed niet heel groot zijn.

2.4 Beleid

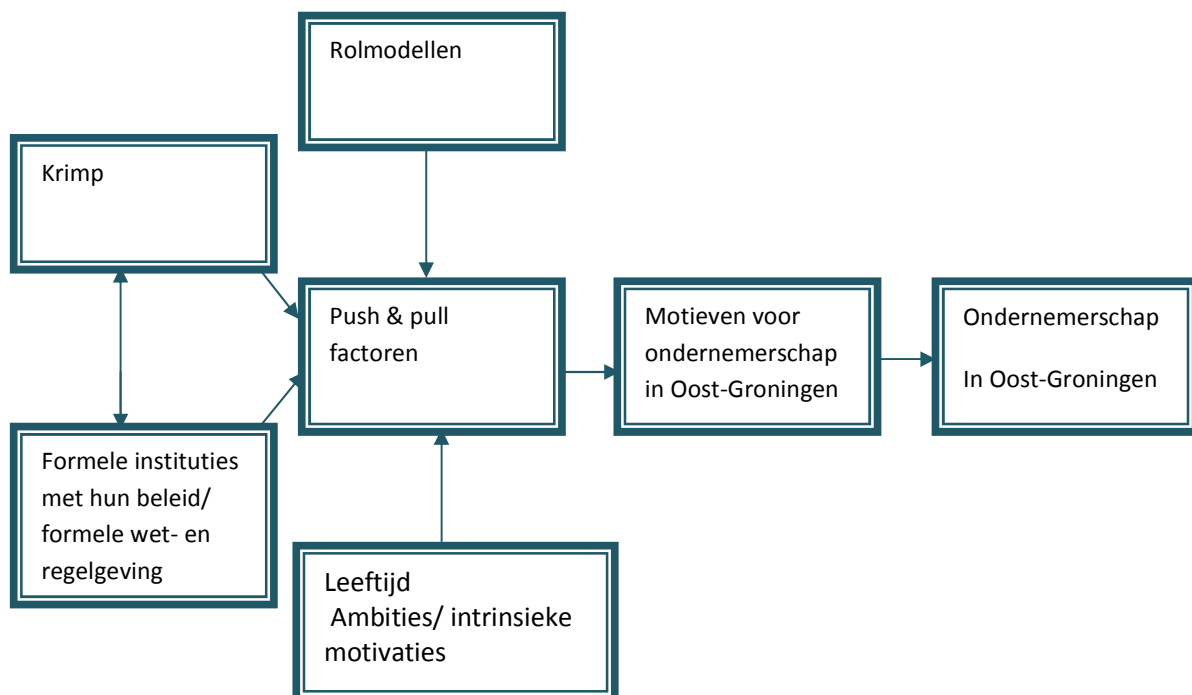
Het beleid van de overheid wordt gezien vanuit de institutional theory van North (McMullen et al., 2008). In hun onderzoek kijken zij naar de relatie tussen overheid gerelateerde variabelen en motivaties om ondernemer te worden, vergelijkbaar met de push en pull factoren. De institutionele benadering gaat uit van formele wetten en regels en informele normen en waarden. In het onderzoek zal gericht worden gekeken naar die aspecten van de formele wetten en regels die invloed hebben op de motivaties van ondernemers. McMullen et al. (2008) richten zich in hun onderzoek voornamelijk op de negatieve aspecten die het beleid kan hebben en kijken naar ‘economic freedom’. Hiermee wordt de vrijheid van de markteconomie bedoeld waarbij er vrije handel en concurrentie is, maar waar personen en goederen wel weer worden beschermd (McMullen et al., 2008). De wet en regelgeving kunnen een negatieve invloed hebben op de vrijheid die ondernemers hebben. Gilad en Levine (1986) hebben dit ook in hun onderzoek benadrukt. Zij geven aan dat de overheid ondernemerschap juist kan stimuleren door economische vrijheid. Naast

deze vrijheid kan de overheid ondernemers ook faciliteren door middel van subsidies of andere aantrekkelijke regelgeving (McMullen et al., 2008).

De motivaties van ondernemers om zich in Oost-Groningen te vestigen zullen naar verwachting weinig beïnvloed worden door het beleid van de overheid. Economische vrijheid is van belang voor ondernemers (McMullen et al., 2008; Gilad & Levine, 1986). De formele instituties, hierbij de overheid, hebben met zijn wet en regelgeving juist een beperkende invloed op ondernemerschap. Gezien vanuit de theorie zou een vrijere markt een positieve uitwerking hebben op ondernemers en zou de overheid zich bezig moeten houden met het faciliteren van de ondernemers. Uit het onderzoek zal blijken of het beleid een positieve invloed heeft op de motivaties en of het als pull factor kan worden gezien.

2.5 Conceptueel model

Om een inzicht te krijgen waarom ondernemers in Oost-Groningen actief zijn, zijn de factoren die daarop van invloed zijn in onderstaand model schematisch weergegeven. Tussen krimp en beleid zit een wisselwerking. Krimp beïnvloedt het beleid, maar het beleid dat hierop wordt afgestemd beïnvloedt de krimp. Verwacht wordt dat krimp en beleid invloed hebben op de push en pull factoren. Daarnaast hebben rolmodellen, leeftijd en ambities/ intrinsieke motivaties ook invloed op de push en pull factoren. Hierdoor worden de push en pull factoren bepaald en deze zullen naar verwachting de motieven bepalen om ondernemer te worden in Oost-Groningen. Uiteindelijk resulteert dat in de daadwerkelijke realisatie van een onderneming in Oost-Groningen.



3 Methodologie

In het onderzoek is gebruik gemaakt van primaire en secundaire data. Het verzamelen van de primaire gegevens is middels een enquête gebeurd. Hierin zijn de belangrijkste motieven om te ondernemen meegenomen. Om de invloed die het beleid hierop heeft te onderzoeken zijn ook de belangrijkste beleidsaspecten vanuit de overheid meegenomen in de enquête.

3.1 De enquête

De enquête is op internet opgesteld en afgenomen. Door digitale uitnodigen per e-mail te versturen zijn ondernemers in Oost-Groningen benaderd voor deelname. De doelgroep van het onderzoek richt zich op ondernemers die sinds 2005 actief zijn, gezien krimp rond 2006 een belangrijker probleem is geworden waar beleidsmakers ook rekening mee moeten houden (Derks et al., 2006). Ondernemers die hierin zijn meegenomen zijn zowel bestaande als startende ondernemers. Selectie hiervan is gebeurd met het bedrijvendatabase Orbis. Hierin staat bedrijfsspecifieke informatie, zoals locatie, en website en jaar van oprichting van bedrijven over de hele wereld. Bedrijven die zijn meegenomen in het onderzoek zijn geselecteerd op de gemeenten die onder de regio Oost-Groningen vallen. Deze selectie resulteerde in 15.689 bedrijven waar vervolgens enkel de bedrijven die vanaf 2005 actief zijn en een website hebben zijn geselecteerd. Het resultaat van de selectie is een doelgroep van 1.771 bedrijven, waarbij van ruim 800 bedrijven het e-mail adres is achterhaald. Deze zijn allen benaderd wat geresulteerd heeft in een respons van 157, waarvan 125 volledig ingevuld. De enquête gehouden onder ondernemers in Oost-Groningen is in bijlage 1 terug te vinden.

Motivaties meegenomen in het onderzoek zijn deels afgeleid uit het onderzoek van Gilad en Levine (1986) naar de push en pull factoren van ondernemers. Omdat er veel verschillende variabelen van invloed kunnen zijn op deze keuze zijn in het onderzoek ook andere motivaties meegenomen die van het belang geacht werden en interessant waren voor het onderzoek. Deze motivaties zijn in tabel 1 opgenomen en daarin onderverdeeld als push of pull factor. Deze zullen in de vorm van stellingen gebruikt worden in de enquête om te toetsen in hoeverre deze van belang waren.

Push	Pull
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Werkloosheid/ ongunstige arbeidsmarkt ➤ Ontevredenheid met werkzaamheden (ontslag) ➤ Educatie 	<p>Intrinsieke motivatie/ Ambitie</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ervaring ➤ Ondernemerschap zit in het bloed ➤ Ondernemerschap als droom ➤ Rolmodellen ➤ Onafhankelijkheid ➤ Flexibiliteit
	<p>Locatievoordelen</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bereikbaarheid ➤ Aanwezigheid van voorzieningen ➤ Goedkopere vestigingsmogelijkheden ➤ Bekend met het gebied ➤ Woonachtzaam in het gebied ➤ Aanwezigheid van doelgroep en arbeidskrachten ➤ Aanwezigheid ondernemers en/of familie

Tabel 1 push en pull motivaties.

3.2 Beleid

Om het beleid van de overheid met betrekking tot krimp in kaart te brengen is gebruik gemaakt van secundaire data, zoals beleidsrapporten en beleidsaspecten vermeld op de website van de overheidsorganen. Het onderzoeken van deze data is gebeurd door een document analyse, waarbij er inhoudelijk naar relevante thema's en aspecten gekeken wordt (O'Leary, 2009). Voor een gestructureerde analyse zijn de aspecten van de overheid ingedeeld naar subsidies, regelgeving, betrokkenheid en aandacht voor ondernemers. Dit zijn voor het onderzoek de belangrijkste aspecten van de overheid die invloed hebben op bedrijven. Deze aspecten zijn ook meegenomen in de enquête om de invloed die het op de motivaties van ondernemers heeft te bepalen. Vanuit deze indeling zijn ook de beleidsstukken inhoudelijk bestudeerd en is het beleid van de overheid met betrekking tot krimp in kaart gebracht. Het beleid en de invloed die het heeft zijn vervolgens geanalyseerd om het effect ervan te onderzoeken.

3.3 Analyse enquête

Het onderzoek kent een verschil in aantal respondenten per vraag, waarbij de eerste vragen 154 respondenten kent. Deze zijn allen meegenomen om het type ondernemer aan te geven. De vervolgvragen kennen een respons rond de 125. In de analyses zijn daarom ook enkel de respondenten meegenomen die de enquête volledig hebben ingevuld. De verkregen gegevens worden met behulp van beschrijvende statistiek gepresenteerd in grafieken en tabellen om de frequenties aan te geven. Met behulp van SPSS zullen de gegevens verder geanalyseerd worden om verbanden tussen variabelen aan te tonen. Dit zal gebeuren met behulp van kruistabellen, waarbij de verbanden die verwacht worden aangetoond kunnen worden.

3.4 Ethische vraagstukken

Deelnemers in dit onderzoek blijven geheel anoniem. Dit is voor het afnemen van de enquête vermeld aan de benaderde ondernemers. Bij het opstellen van de vragen voor de enquête is hier ook rekening mee gehouden in de keus voor het type vragen. In het onderzoek zijn gesloten vragen meegenomen, hierbij zijn de resultaten niet te specifiek dat daaruit alsnog de ondernemer herleid kan worden. Ook de inleidende tekst en vraagstelling van de enquête is zo neutraal mogelijk opgesteld. De enquête richtte zich ook op het onderscheid tussen oudere en jongere ondernemers, maar dit is bewust niet zo genoemd om geen negatieve gevoelens op te roepen bij de benaderden.

3.5 Reflectie

Het onderzoek kent enkele verbeterpunten met betrekking tot de enquête, de dataverzameling en de analyse. Hierop zal in deze reflectie kort worden ingegaan. Allereerst de inhoud van de enquête waarbij enkele belangrijke gegevens misten. De sectoren die genoemd werden in de vragenlijst misten de bouw- en ICT-sector, en dit verklaard ook het grote aandeel andere sectoren. Omdat het niet precies te zeggen is welk aandeel deze twee sectoren hebben in het onderzoek kunnen hier ook geen harde conclusies aan verbonden worden. Daarnaast zou als toevoeging aan de vragen van de enquête de omvang van de ondernemingen ook meegenomen kunnen worden. Uit Orbis werd niet duidelijk wat er met een *small, medium of large* bedrijf werd bedoeld. Dat had wat meer inzicht gegeven of het om eenmanszaken ging of kleinere ondernemingen die ook personeel hebben.

De vragen met betrekking tot het beleid hadden beter toegelicht of geformuleerd kunnen worden in het onderzoek. Beleid zelf is een begrip wat erg breed is en waar een ieder een andere interpretatie bij kan hebben. Door dit verder te definiëren, zouden antwoorden van deze vragen wellicht minder 'n.v.t.' antwoorden bevatten.

Het verzamelen van de primaire gegevens verliep in het begin moeizaam. Door de uitnodiging voor de enquête per e-mail niet als 'bcc' te verzenden waren alle e-mail adressen zichtbaar voor de geadresseerden. Hier kwamen enkele negatieve reacties op en dit zal ook een invloed hebben gehad op de respons. Desondanks is het ook een les geweest voor toekomstige onderzoeken en de verzending van de herinneringen heeft alsnog voldoende respons opgeleverd.

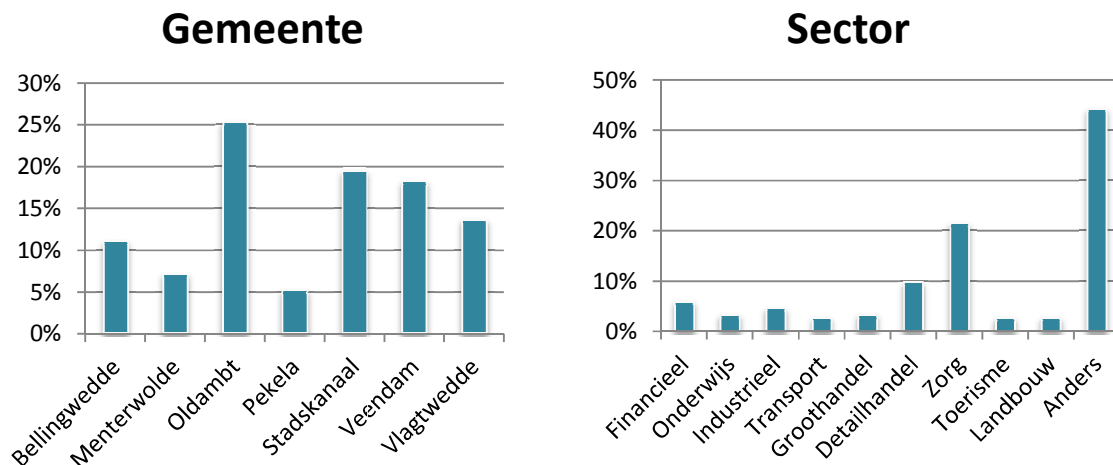
De analyse van de gegevens is nu in diagrammen en kruistabellen gebeurd. Een Chi-kwadraat toets kon door de resultaten niet worden uitgevoerd. Deze heeft als voorwaarde dat maximaal 20% van de variabelen lager dan vijf is. Dit werd bij de tabellen over beleid niet gehaald. Enkel door het samenvoegen van gegevens zou dat misschien gehaald kunnen worden, maar daarmee gaan gegevens verloren.

4 Resultaten

De resultaten van het onderzoek in Oost-Groningen zullen hier behandeld worden. Allereerst zal er gekeken worden naar het type ondernemers, vervolgens naar de motieven en tot slot het beleid van de overheid en de invloed die dat heeft gehad op de motieven van ondernemers.

4.1 Ondernemers in Oost-Groningen

Spreiding van de ondernemers, figuur 2, laat zien dat Oldambt met 25,32% de gemeente is met het grootste deel van de ondernemers in het onderzoek. Dit kan verklaard worden uit het feit dat deze gemeente met bijna 40.000 inwoners het grootste is in Oost-Groningen. Het is een gemeente die in 2010 is ontstaan uit een fusie tussen de gemeenten Scheemda, Winschoten en Reiderland (Gemeente Oldambt, 2012). Ook de gemeenten Stadskanaal, Veendam en Vlagtwedde hebben een groter aantal ondernemers, maar ook voor deze gemeenten kan dat verklaard worden uit de omvang van de betreffende gemeente.



Figuur 2 Gemeente en sector, n=154

De sectorale verdeling van de ondernemers laat een gelijke spreiding zien voor de meeste sectoren, maar de zorg springt er als sector met 21,43% het meeste uit. Krimp en verandering van de bevolkingssamenstelling spelen hierbij een belangrijke rol. Het belang van deze sector en de groei ervan werd al verwacht in een onderzoek van het 'topteam krimp' wat de kansen en bedreigingen in kaart heeft gebracht (Dijkstal & Mans, 2009). Opvallend bij de sectorale indeling is dat ruim 44% van de ondernemers werkzaam is in een sector anders dan in de enquête genoemd. Uit reacties op de enquêtes kan dit verklaard worden, want de ICT sector en de bouwsector zijn niet als dusdanig

vermeld in de enquête. Deze twee sectoren zullen naar verwachting het grootste aandeel hebben in deze categorie, maar een duidelijk inzicht in de absolute aantallen kan niet uit de resultaten verkregen worden.

4.1.1 Type ondernemer

De belangrijkste kenmerken van de ondernemers in het onderzoek zijn opgenomen in tabel 2. Hierin is terug te zien dat het voornamelijk mannelijke ondernemers zijn in de leeftijd van 35-54 jaar, die een onderneming aan huis hebben en daarmee ook woonachtig zijn in Oost-Groningen. Op basis van het onderzoek van Lévesque en Minniti (2006) werd verwacht dat er in minder oudere ondernemers actief zijn. Deze verwachting is ook uitgekomen voor Oost-Groningen. Slechts 24,03% van de ondernemers vanaf 2005 is ouder dan 55 en 60,39% van de ondernemers is tussen de 35-54 jaar oud.

De gegevens in Orbis geven ook aan of het om een *small*, *medium* of *large size* bedrijf gaat. Van de 1.771 geselecteerde bedrijven in Oost-Groningen waren hiervan slechts 24 die onder *medium size* vielen en slechts twee bedrijven waren getypeerd als *large*. 1.745 van de bedrijven zijn als *small size* getypeerd. Dit verklaart het hoge aantal bedrijven aan huis van 76,32%, gezien dit vaak kleinere bedrijven zijn.

Type ondernemer	Geslacht	Leeftijd	Woonachting	Locatie
Man	64,94%			
Vrouw	35,06%			
15-34 Jaar		15,58%		
35-54 Jaar		60,39%		
55 jaar en ouder		24,03%		
In Oost-Groningen			93,51%	
Buiten Oost-Groningen			6,49%	
Aan huis				76,32%
Bedrijfspan				23,68%

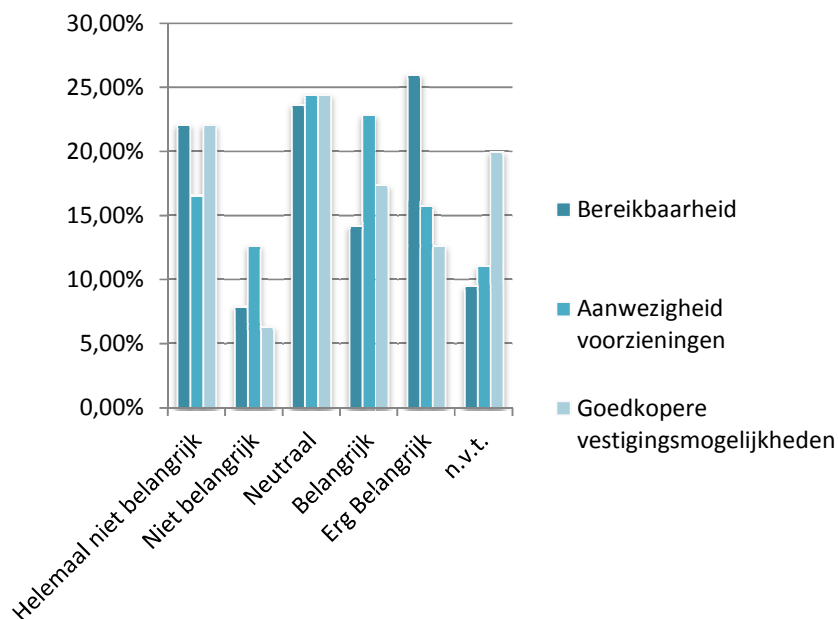
Tabel 2 Kenmerken ondernemers n=154

4.2 Motieven om te gaan ondernemen

In het onderzoek wordt gebruik gemaakt van de push en pull theorie waarbij belangrijke determinanten zijn meegenomen in de enquête om de motieven van de ondernemers, om zich in Oost-Groningen te vestigen, te achterhalen. De uitkomst van de enquête geeft inzicht in wat van belang is voor de ondernemers en zal hier verder behandeld worden.

4.2.1 Locatievoordelen

De bereikbaarheid is in het onderzoek vergeleken met de sectoren om te achterhalen voor welke sector dit een belangrijke rol speelt. Deze vergelijking is terug te vinden in bijlage 3. Bereikbaarheid is een factor die voor 26,2% van de ondernemers als erg belangrijk wordt gevonden, zie figuur 3. Hierin zijn het toerisme en landbouw die procentueel gezien bereikbaarheid het belangrijkste vinden. Deze sectoren zijn erg afhankelijk van de omgeving voor hun producten en diensten. De andere sectoren in het onderzoek laat een verdeling in het belang van bereikbaarheid zien waarbij gemiddeld 50% van de sectoren het als belangrijk typeren. Afhankelijk van het type onderneming zal deze in meer of mindere mate afhankelijk zijn van de bereikbaarheid. Vooral de sector 'anders' heeft 37.3% van ondernemers die bereikbaarheid niet belangrijk vinden. Gezien dat de sector ICT en bouw naar alle waarschijnlijkheid hieronder vallen, kan dit te verklaren zijn uit het werken op locatie, wat voornamelijk in de bouwsector een rol speelt. De bereikbaarheid van het bedrijf is in mindere mate van belang voor het uitvoeren van hun werkzaamheden. Ook de ICT sector is een die meestal niet aan een plaats gebonden is. Gebruik makend van hulp op locatie en op afstand, ICT netwerken en het internet wordt het hebben van een goede locatie minder belangrijk voor bedrijven. Het hebben van goedkopere vestigingsmogelijkheden wordt in het onderzoek door 30% als belangrijk tot erg belangrijk gevonden. Hierin is de sector 'anders' het meest vertegenwoordigd. Van deze sector heeft een aandeel van 10,2% ook aangegeven dat het bereikbaarheid niet belangrijk vind, zie bijlage 3.



Figuur 3 Bereikbaarheid, voorzieningen en vestigingsmogelijkheden n=125

De aanwezigheid van andere ondernemers en familieleden speelt een kleinere rol als motivatie. Voor slechts 20.3% zijn andere ondernemers een motivatie en 18.9% vindt familie een motivatie voor de vestiging. Een belangrijkere rol speelt de woonplek. 56.32 % van de ondernemers geeft aan dat dat als belangrijke factor een rol heeft gespeeld voor hun keuze van de vestigingslocatie. Het grote aandeel ondernemers dat kiest voor een bedrijf aan huis speelt hierbij een rol.

4.2.2 Intrinsieke motivaties

Ervaring wordt hierbij als belangrijkste motief genoemd. 46,4% van de ondernemers geeft aan dat dit zeer belangrijk is en 28,8% vindt het belangrijk. Slechts 4,8% geeft aan dat het niet van belang is. De droom om ondernemer te worden speelde bij een kleine meerderheid een rol. Het is van nature voor sommigen de ambitie om ondernemer te worden, maar hier staat het 32,52% neutraal tegenover. In bijlage 2 zijn de volledige onderzoeksresultaten hiervan terug te vinden.

De invloed van andere ondernemers is ook terug te zien in de rol die familie speelt bij de keus voor ondernemerschap. Voor 47,2% geldt dat familieleden die ook ondernemer zijn een rol heeft gespeeld. Zoals verwacht uit het onderzoek van Bosma et al. (2012) en Gilad en Levine (1986) spelen rolmodellen, in dezen familie, een belangrijke rol voor mensen in hun keus om ondernemer te worden.

De twee belangrijkste motivaties die uit het onderzoek naar voren zijn gekomen zijn onafhankelijkheid en flexibiliteit. Dit is in overeenstemming met de verwachtingen naar aanleiding van het onderzoek van Segal et al. (2005). Onafhankelijkheid wordt door 70,97% van de ondernemers als belangrijke motivatie genoemd en slechts 8,87% vindt het niet belangrijk. Een nog groter aandeel van 77.6% noemt flexibiliteit als belangrijkste motivatie. In het onderzoek is dit de belangrijkste motivatie die uit de resultaten naar voren komt.

4.2.3 Push factoren

In de vorige paragrafen zijn de pull factoren behandeld, maar daarnaast hebben ook de pushfactoren hun invloed op de keus van de ondernemers. De invloed van een ongunstige arbeidsmarkt, ontevredenheid over het werk en educatie zijn in het onderzoek nader bekeken. Een ongunstige arbeidsmarkt speelde voor 13,01% van de ondernemers een belangrijke rol in hun keus. De theorie liet zien dat langdurige werkloosheid een van de pushfactor is in de keus om te gaan ondernemen (Gilad & Levine, 1986). De arbeidsmarkt heeft een rol gespeeld voor een deel van de ondernemers, maar in hoeverre dat beïnvloed werd door werkloosheid kan niet concreet gezegd worden. Naast een slechte arbeidsmarkt, was educatie voor 12% van de ondernemers een probleem. Onvoldoende diploma's om elders te werken heeft als motivatie slechts een klein deel in

het onderzoek en een percentage van 66.4% gaf aan dat dit geen reden was. Slechts 12% gaf aan dat onvoldoende diploma's een motief was om te gaan ondernemen. 66,4% geeft aan dat het voor hen geen motivatie was. Naast deze twee motivaties kan ontevredenheid met de vorige werkzaamheden een rol spelen als pushfactor. Een totaal van 34,4% geeft aan dat het hen heeft doen besluiten om ondernemer te worden.

4.3 Beleid

In het onderzoek is gekeken naar de formele instituties die North onderscheid en of die door hun wet- en regelgeving ook kansen creëren voor ondernemers om bestaande ondernemers te behouden en nieuwe aan te trekken (McMullen et al., 2008). Er zal eerst ingegaan worden op de resultaten van de textuele analyse en vervolgens zullen de resultaten uit de enquête behandeld worden.

4.3.1 Welk beleid voert de overheid

De documentanalyse van de beleidstukken heeft inzicht gegeven in de verschillende aspecten waar de aandacht van de overheid naar uit gaat. In 2010 heeft de provincie Groningen het provinciaal actieplan bevolkingsdaling 2010 – 2013 opgesteld om krimp in Oost-Groningen aan te pakken en de leefbaarheid in dat gebied weer te verbeteren (Provincie Groningen, 2010). Hierin wordt specifiek aandacht gegeven aan de sector recreatie en toerisme en biobased economy/ landbouw. De nadruk op deze sectoren komt ook naar voren uit het regionaal woon- en leefbaarheidsplan Oost-Groningen, wat is opgesteld in opdracht van de zeven gemeentes van Oost-Groningen (KAW architecten en adviseurs, 2011).

Vanuit de overheid zijn er verschillende subsidies beschikbaar, zoals reserve leefbaarheid krimpgebieden dat tot 2020 elk jaar drie miljoen euro beschikbaar stelt voor de krimp gebieden in Oost-Groningen om de leefbaarheid te verbeteren (provincie Groningen, 2011). De regio Oost-Groningen krijgt jaarlijks een miljoen euro toegewezen wat besteedt kan worden aan verschillende initiatieven, waaronder het bedrijfsleven.

Een initiatief vanuit de EU is de LEADER Actiegroep, LAG, (Provincie Oost-Groningen, 2012). Deze ondersteund initiatieven die de landbouw, het toerisme en micro-ondernemingen versterken en tot en met 2013 is hiervan uit 15,4 miljoen euro beschikbaar (Provincie Oost-Groningen, 2012). Onderdeel hiervan is Stimulering Innovatie van Plattelandsondernemingen Oost-Groningen (STIPO) (Gemeente Oldambt, 2012). Deze is gericht op het versterken van de plattelandsondernemingen, die qua sector nog steeds omvangrijk is in het gebied.

Aandacht vanuit de LAG krijgt ook de samenwerking van bedrijven en sectoren. Versterking van samenwerking op verschillende niveaus, binnen sectoren en tussen sectoren wordt gestimuleerd vanuit de overheid. Hoewel er via het LEADER programma subsidie wordt vrijgemaakt voor projecten, is ondernemerschap slechts een onderdeel van de vele thema's die hierin worden meegenomen (Provincie Oost-Groningen, 2012).

Regelgeving specifiek aangepast op het stimuleren van krimpgebieden worden door de provincie en gemeenten niet zodanig benoemd. Vanuit een initiatief van de provincies Limburg, Zeeland en Groningen is er in juli 2011 wel het meldpunt knellende regelgeving opgericht (Provincie Groningen, 2012). Bij dit meldpunt kunnen bewoners, ondernemers en organisaties in krimpgebieden aangeven welke regelgevingen belemmerend werken voor hen en voor het verbeteren van de leefbaarheid (Provincie Groningen, 2012). Door dit meldpunt krijgt de overheid een beter inzicht tegen welke belemmeringen men aanloopt en kan de overheid daar ook maatregelen tegen nemen. Het meldpunt bestaat nog maar een jaar en de resultaten die het heeft voor Oost-Groningen zijn hierdoor nog niet bekend. Op langere termijn zal de invloed hiervan bekeken moeten worden.

Analyse van de websites van de gemeenten in Oost-Groningen laat zien dat er aan ondernemers en bedrijvigheid al de nodige aandacht wordt besteed. Dit is ook terug te zien in de beleidsdocumenten van de provincie Groningen, waarbij er maatregelen worden genomen voor het aantrekken en behouden van ondernemers (Provincie Groningen, 2010). Hierbij gaat het om samenwerking tussen de overheid en private partijen, subsidies en het creëren van voorzieningen en bedrijfsterreinen wat de voornaamste activiteiten zijn waar de overheid zich nu mee bezig houdt. Om krimp aan te pakken wil de overheid in hun beleid nog meer samenwerking tussen gemeenten, maar ook met burgers en bedrijven (Provincie Groningen, 2010). Onder meer door het verbeteren van de ICT infrastructuur wil de overheid het ondernemersklimaat verbeteren (KAW architecten en adviseurs, 2011). Naast deze initiatieven is het bewust maken van de gevolgen van krimp, aan onder meer ondernemers, een van de acties die de overheid onderneemt (provincie Groningen, 2012).

4.3.2 Beleid en ondernemers in Oost-Groningen

Subsidies blijken slechts voor twee ondernemers bruikbaar. In tabel 3 is de vraag met betrekking tot subsidies vergeleken met de sectoren. Hierin is terug te zien dat het de toeristische sector en de zorg sector zijn die aangeven gebruik te kunnen maken van subsidies. Het Provinciaal Actieplan Bevolkingsdaling en het LEADER programma geven specifiek aandacht aan recreatie en toerisme en bieden ook subsidies voor deze sector. Daarnaast is de sector zorg erg in opkomst in Oost-

Groningen door de toenemende vergrijzing van de bevolking. Vanuit het LEADER programma worden er ook subsidies verleend aan projecten in de zorg (programma landelijk gebied, 2012).

		30) Ik kan op deze vestigingslocatie gebruik maken van subsidies van de overheid.						
Antwoord	Sector	n.v.t.	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens	Totaal
	Financieel	4	3	1	0	0	0	8
	Anders	20	31	5	2	0	0	58
	Onderwijs	1	1	0	0	0	0	2
	Industrieel	1	2	0	2	0	0	5
	Transport	0	3	0	0	0	0	3
	Groothandel	1	3	1	0	0	0	5
	Detailhandel	1	8	0	1	0	0	10
	Zorg	8	13	3	2	1	0	27
	Toerisme	1	0	0	1	0	1	3
	Landbouw	2	0	1	1	0	0	4
	Totaal	39	64	11	9	1	1	125

Tabel 3 Sector (nominale variabele) en subsidies (ordinaire variabele), n=125.

Betrokkenheid van burgers, bedrijven en organisaties bij het maken en uitvoeren van acties om de krimp aan te pakken is een punt waar de overheid zich mee bezig wil houden (KAW architecten en adviseurs, 2011). Dit uit zich onder andere in een bijeenkomst, toogdag, die de gemeenten hebben georganiseerd, waarmee ze samen met private partijen concrete actieplannen hebben geformuleerd (KAW architecten en adviseurs, 2011). Ook uit de beleidsdocumenten komt naar voor dat samenwerking tussen publieke en private partijen belangrijk is om de krimp aan te pakken. In bijlage 4 is de betrokkenheid van ondernemers door de lokale overheid vergeleken met de gemeenten. Hierin is terug te zien dat slechts 9 van de 126 ondernemingen aangeeft dat het inderdaad betrokken wordt door de lokale overheid. 49,6% van de ondernemers geeft aan er (helemaal) mee oneens te zijn dat ze voldoende worden betrokken door de overheid. De gemeente Pekela valt in deze vergelijking op door zijn hoge percentage aan betrokkenheid van ondernemers, dit komt mede door het kleine aantal cases, maar slechts 1 van de 5 reageert negatief op de betrokkenheid. Pekela heeft qua beleid niet een specifiek aandachtspunt waaruit dit te verklaren is en een vervolg onderzoek met meer cases zou hier een verklaring voor kunnen vinden.

Aantrekkelijkheid van regelgeving komt niet naar voren in het onderzoek, slechts 5,6% van de ondernemers heeft het een rol gespeeld, zie bijlage 4. Zoals in de literatuurstudie naar voren kwam, is er pas sinds juli '11 een meldpunt voor knellende wet en regelgeving. Regelgeving speciaal afgestemd op krimp is er nog niet. Daarnaast zijn het kleinere ondernemingen die zich aan huis vestigen en meer aandacht hebben voor andere motieven.

Of het beleid überhaupt heeft bijgedragen aan het besluit om ondernemer te worden in Oost-Groningen waren in het onderzoek slechts 5 van 125 ondernemers, zie tabel 4. Dit geeft ook aan dat de ondernemers in Oost-Groningen andere motieven boven het beleid verkiezen als het gaat om de vestigingslocatie. Opvallend daarin en bij andere beleidsvragen is het feit dat er veel antwoorden als n.v.t. zijn aangegeven. Verklarend voor dit kan bij subsidies er mee te maken hebben dat de overheid zich richt op bepaalde sectoren. Subsidies zijn daar ook op afgestemd en dat is ook terug te zien in de resultaten. Ondernemers die hier geen gebruik van kunnen maken zullen dit naar verwachting ook als n.v.t. hebben aangegeven. Enkele reacties uit de enquête met betrekking tot beleid luiden over het algemeen negatief. "Vriendjespolitiek", "het niet nakomen van beloften", "stroperigheid van de overheid" en "beleid gericht op het verbeteren van bepaalde locaties en sectoren waardoor sommige gebieden een nog grotere krimp vertonen". Deze ervaringen van de ondernemers zullen er onder meer mee te maken hebben dat ze weinig aandacht schenken aan het gevoerde beleid van de overheid.

36) Het beleid van de overheid heeft bijgedragen aan het besluit om ondernemer te worden in Oost-Groningen							
Antwoord Gemeente	n.v.t.	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens	Totaal
Bellingwedde	1	11	1	0	0	1	14
Menterwolde	5	5	0	0	0	0	10
Oldambt	8	20	1	2	1	0	32
Pekela	0	4	0	1	0	0	5
Stadskanaal	6	12	1	3	3	0	25
Veendam	4	12	5	1	0	0	22
Vlagtwedde	7	7	2	1	0	0	17
Totaal	31	71	10	8	4	1	125

Tabel 4 Gemeente (nominale variabele) en bijdrage overheidsbeleid (ordinale variabele), n=125.

5 Conclusies

In dit onderzoek is er gekeken naar motivaties van ondernemers in het krimpgebied Oost-Groningen. Dit om te onderzoeken waarom ondernemers in een gebied met krimp gevestigd blijven of zich daar gaan vestigen. Daarnaast neemt de overheid ook diverse maatregelen tegen krimp om de leefbaarheid te verbeteren. Er wordt daarbij ook aandacht besteedt aan het aantrekken en behouden van ondernemers, daarom is er in het onderzoek gekeken naar de invloed die deze maatregelen hebben op de motieven van de ondernemers voor hun keus in Oost-Groningen. Dit vertaalde zich in de volgende hoofdvraag: Wat zijn de motieven van ondernemers om gevestigd te blijven, of zich te vestigen in de krimpregio Oost-Groningen en heeft het beleid van de overheid een rol gespeeld bij deze keuze? De motivaties zijn daarbij ingedeeld in push en pull factoren en daarnaast is het beleid onderzocht om te kijken of het een pull factor is. Om op de onderzoeksvragen een antwoord te krijgen is er gebruik gemaakt van een enquête onder 157 ondernemers en een documentanalyse van overheidsdocumentatie.

Het onderzoek naar de motivaties van ondernemers in Oost-Groningen heeft laten zien dat de pull factoren onafhankelijkheid en flexibiliteit veruit de twee belangrijkste motivaties zijn. Meer dan 70% van de ondervraagden gaf dit als motief op. Dit sluit aan op de verwachting die vooraf geuit was op basis van het onderzoek van Segal et al. (2005). Naast deze twee factoren speelt ook de intrinsieke factor ervaring een belangrijke rol, evenals familieleden die ondernemer zijn. Voor bijna de helft van de ondernemers hebben rolmodellen een invloed gehad. Wat ook in overeenstemming is met de theorie van Bosma et al. (2012). De pushfactoren spelen slechts een kleinere rol in de motieven. Ontevredenheid met de werkzaamheden werd door een derde van de ondernemers als motief aangevoerd. De invloed van een ongunstige arbeidsmarkt of educatie kwam uit het onderzoek weinig naar voren.

Beleid speelt slechts een bij een klein aandeel van de ondernemers een rol. De invloed dat het heeft als motivaties is slechts gering en beleid is daarom geen pull of push factor voor de ondernemers geweest. Motivaties als onafhankelijkheid en flexibiliteit zijn veel belangrijker dan beleid en dit sluit aan bij de verwachting op basis van het onderzoek van McMullen et al. (2008). Hierin gaat hij er vanuit dat meer vrijheid voor ondernemers door de overheid als motivatie werkt.

De overheid richt zich in het beleid op de sector recreatie en toerisme en de uitwerking hiervan is ook terug te zien in de resultaten over de subsidies, waarbij een aangaf gebruik te maken van subsidies. Hoewel enkele positieve antwoorden bij enkele ondernemers laten de resultaten van het

onderzoek voornamelijk zien dat er veel meer aandacht was voor andere factoren dan het beleid. De negatieve uitingen over het beleid geeft een beeld van de visie die de ondernemers hebben van de overheid en dat kan een verklaring zijn voor het kleine aantal positieve antwoorden. Het beleid van de overheid gericht op krimp is sinds 2010 actiever geworden met het rapport. Het provinciaal actieplan bevolkingsdaling (Provincie Groningen, 2010). Het is een plan wat tot en met 2013 loopt, daarnaast zijn er programmaonderdelen die langer doorlopen. Krimp is een probleem wat zich op de langere termijn afspeelt. De invloeden van het beleid zullen daarom ook op langere termijn spelen voor het goed zichtbaar is. Een later vervolgonderzoek zou daarin wellicht een beter inzicht geven wat het beleid heeft betekend voor de ondernemers in Oost-Groningen.

6 Literatuurlijst

Bosma, N. Hessels, J. Schutjens, V. Van Praag, M & Verhuel, I. (2012). Entrepreneurship and role models, *Journal of Economic Psychology*. 33(2), 410-424.

Derks, W, Hovers, P. & Klinkers, L. (2006). *Structurele bevolkingsdaling; een urgente nieuwe invalshoek voor beleidsmakers*. Den Haag: Verkeer en Waterstaat en de VROM Raad.

Dijkstal, H.F. & Mans J.H. (2009). Krimp als structureel probleem. Rapportage Topteam Krimp Voor Groningen. Werkendam: AVANT GPC.

Gemeente Oldambt (2012). *Subsidies STIPO-Regeling Oost-Groningen*. Geraadpleegd op 28-05-2012 via <http://www.gemeente-oldambt.nl/index.php?mediumid=41&pagid=4095&stukid=17517>. Oldambt: Gemeente Oldambt.

Gilad, B. & Levine, P. (1986) A Behavioural model of entrepreneurial supply. *Journal of Small Business Management*. 24(4), 45-54

KAW architecten en adviseurs (2011), *Regionaal woon en leefbaarheidplan Oost-Groningen van krimp naar kwaliteit*, Groningen.

Lévesque, M. & Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*. 21(2), 177-194.

McMullen, J.S., Bagby, D.R., & Palich, L.E. (2008) Economic Freedom and the Motivation to Engage in Entrepreneurial Action, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(5), 875-895

Programma landelijk gebied (2012). *30 Projecten in Oost-Groningen profiteren van Europese subsidie Leader*. Geraadpleegd op 04-06-2012 via www.programmalandelijkgebied.nl. Groningen: Provincie Groningen/ PLG.

O'Leary, Z. (2009). *The Essential Guide to Doing Your Research Project*. 2e editie. London: Sage.

Provincie Groningen (2010) *Kijk op krimp provinciaal actieplan bevolkingsdaling 2010-2013* Groningen: Provincie Groningen

Provincie Groningen (2011) *Krimp in Groningen; voortgangsrapportage provinciaal actieplan bevolkingsdaling 2011-2013*. Groningen: Provincie Groningen.

Provincie Groningen (2012). *Dossier krimp*. Geraadpleegd op 26-05-2012 via <http://www.provinciegroningen.nl> Groningen: Provincie Oost-Groningen.

Provincie Oost-Groningen (2012). *LEADER Oost-Groningen en Plattelandshuis Oost-Groningen*. Geraadpleegd op 23-05-2012 via <http://www.leaderoostgroningen.nl/>. Groningen: Provincie Oost-Groningen.

Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 11(1), 42 - 57

Bijlagen

Bijlage 1 Vragenlijst ondernemerschap en Krimp

De vragenlijst zal uit een aantal onderdelen bestaan. In het eerste onderdeel zullen er een aantal algemene vragen gesteld worden om een profiel te schetsen van het type ondernemer. In het tweede onderdeel worden er een aantal stellingen gegeven. Het invullen van de vragenlijst zal ongeveer 15 minuten in beslag nemen.

Onderdeel 1: Algemene vragen

Dit onderdeel bestaat uit een aantal open vragen en een aantal meerkeuze vragen.

1. In welke gemeente is uw onderneming gevestigd?

- Bellingwedde
- Menterwolde
- Oldambt
- Pekela
- Stadskanaal
- Veendam
- Vlagtwedde

2. Sinds welk jaar bent u met uw onderneming op deze locatie gevestigd?

.....

3. Heeft u uw onderneming aan huis of in een apart bedrijfspand?

- aan huis
- bedrijfspand

4. In welke sector zou u uw onderneming indelen?

- Financieel
- Onderwijs
- Industrieel
- Transport
- Groothandel
- Detailhandel
- Zorg
- Toerisme
- Landbouw
- Andere, nl:.....

5. Bent u zelf woonachtig in Oost-Groningen?

- Ja
- Nee

6. Uw leeftijd?

- 15-34 jaar
- 35-54 jaar
- 55 jaar of ouder

7. Geslacht

- Man
- Vrouw

Onderdeel 2: stellingen

Eerst zijn er een aantal stellingen gegeven stellingen over het belang van de vestigingskeuze. Bij elke stelling kunt u kiezen tussen vijf hokjes van helemaal niet belangrijk tot heel erg belangrijk. Door een hokje achter de stelling aan te kruizen, geeft u aan hoe belangrijk een bepaald aspect is om u te gaan vestigen in dit gebied. Kruis N.V.T. aan wanneer een stelling niet bij u van toepassing is.

	Helemaal niet belangrijk	Niet belangrijk	Redelijk belangrijk	Belangrijk	Erg belangrijk	N.V.T.
Bij het vestigen van de onderneming waren de volgende motivaties belangrijk:						
8) De bereikbaarheid van de locatie.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9) De aanwezigheid van andere ondernemingen op de locatie.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10) De aanwezigheid van voorzieningen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11) De aanwezigheid van (andere) familieleden in deze omgeving.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12) De (emotionele) binding met het gebied.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13) U kent hier al andere ondernemers in dit gebied.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14) U woonde hier al, voordat u deze onderneming begon.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15) In dit gebied is de doelgroep voldoende aanwezig die uw product wilt kopen/ dienst gebruiken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16) De aanwezigheid van goedkopere vestigingsmogelijkheden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17) Aanwezigheid van voldoende arbeidskrachten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De tweede groep met stellingen gaan over motivaties om te gaan ondernemen. Bij elke stelling kunt u kiezen tussen vijf hokjes van helemaal oneens tot helemaal eens. Door een rondje achter de stelling aan te kruizen, geeft u aan in welke mate een stelling op u van toepassing is. Kruis N.V.T. aan wanneer een stelling niet bij u van toepassing is.

- | | | | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 18) De arbeidsmarkt was destijds ongunstig en daarom werd ondernemen een interessante optie. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 19) Ik had voldoende ervaring om zelf een onderneming te beginnen. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 20) Het ondernemerschap zit in mijn bloed. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 21) Ik heb familieleden die ook zelfstandig ondernemer zijn. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 22) Ondernemen is altijd al een droom van mij geweest. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 23) Ik had onvoldoende diploma's om ergens aan de slag gegaan | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 24) Het ondernemerschap valt beter te combineren met mijn gezinssituatie | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 25) In het zelfstandig ondernemerschap ben ik meer flexibel | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 26) Door te gaan ondernemen kan ik naast een economisch doel, ook een sociaal of politiek doel bereiken | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 27) Ik had behoefte aan de onafhankelijkheid die ondernemerschap mij kan bieden | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 28) De ontevredenheid met mijn vorige werkzaamheden motiveerde mij om ondernemer te worden. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

De volgende stellingen zullen betrekking hebben op het beleid van de overheid. Bij elke stelling kunt u kiezen tussen vijf hokjes van helemaal oneens tot helemaal eens. Door een rondje achter de stelling aan te kruizen, geeft u aan in welke mate een stelling op u van toepassing is. Kruis N.V.T. aan wanneer een stelling niet bij u van toepassing is.

	Helemaal oneens	Oneens	Niet eens/niet oneens	Eens	Helemaal eens	N.V.T.
29) Door het gevoerde beleid van de gemeente is/was het aantrekkelijk om hier te gaan ondernemen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
30) Ik kan op deze vestigingslocatie gebruik maken van subsidies van de overheid.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
31) Het krijgen van subsidies was een motivatie om de onderneming in Oost-Groningen te starten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
32) Het krijgen van subsidies is een motivatie om in Oost-Groningen gevestigd te blijven.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
33) De regelgeving van de gevestigde gemeente speelde een rol in de locatiekeuze.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
34) Ondernemers in de regio worden voldoende betrokken door de lokale overheid bij hun beleid.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
35) De lokale overheid draagt zorg voor een gunstig ondernemers klimaat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
36) Het beleid van de overheid heeft bijgedragen aan het besluit om ondernemer te worden in Oost-Groningen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

37) Heeft u tot slot zelf nog iets toe te voegen met betrekking tot uw motivaties om te ondernemen in Oost-Groningen. Iets wat in de enquête niet naar voren is gekomen en wat u heeft gemist?

.....

Wij willen u hartelijk bedanken voor uw bijdrage aan ons onderzoek.

Bijlage 2 Uitkomsten onderzoek

Motieven	Helemaal niet belangrijk	Niet belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Erg belangrijk	N.v.t.
8) Bereikbaarheid van de locatie	22,05%	7,87%	23,62%	14,17%	25,98%	9,45%
9) Aanwezigheid van andere ondernemingen op de locatie	38,58%	16,54%	14,96%	8,66%	10,24%	13,39%
10) Aanwezigheid van voorzieningen	16,54%	12,6%	24,41%	22,83%	15,75%	11,02%
11) Aanwezigheid van familie in de omgeving	35,71%	14,29%	18,25%	15,87%	4,76%	13,49%
12) Binding met het gebied	19,69%	15,75%	21,26%	25,2%	8,66%	11,02%
13) Kent al andere ondernemers in het gebied	20,16%	12,1%	23,39%	28,23%	4,03%	14,52%
14) Al woonachtzaam in het gebied	11,11%	3,17%	17,46%	23,81%	32,54%	14,29%
15) Doelgroep voldoende aanwezig in het gebied	11,02%	13,39%	22,05%	26,77%	17,32%	9,45%
16) Aanwezigheid goedkopere vestigingsmogelijkheden	22,05%	6,3%	24,41%	17,32%	12,6%	19,69%
17) Aanwezigheid van voldoende arbeidskrachten	35,71%	7,94%	21,43%	7,14%	2,38%	26,98%

Motieven	Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal eens	n.v.t.
18) Ongunstige arbeidsmarkt	30,89%	16,26%	13,82%	9,76%	13,01%	17,89%
19) Voldoende ervaring	1,6%	3,2%	16%	28,8%	46,4%	4%
20) Ondernemerschap zit in mijn bloed	4,07%	5,69%	32,52%	22,76%	30,08%	4,88%
21) Familieleden die ook ondernemer zijn	23,2%	6,4%	10,4%	17,6%	29,6%	12,8%
22) Ondernemen is altijd al een droom geweest	9,6%	9,6%	28%	16%	28,8%	8%
23) Onvoldoende diploma's om elders te werken	61,6%	4,8%	5,6%	3,2%	8,8%	16%
24) Beter te combineren met de gezinssituatie	19,2%	5,6%	28,8%	16,8%	18,4%	11,2%
25) Ondernemerschap biedt meer flexibiliteit	4%	4%	9,6%	32,8%	44,8%	4,8%
26) Als ondernemer kan je naast een economisch doel ook een sociaal of politiek doel bereiken	20,97%	8,06%	23,39%	20,97%	16,13%	10,48%
27) Behoeft aan onafhankelijkheid	4,84%	4,03%	13,71%	29,03%	41,94%	6,45%
28) Ontevredenheid met vorige werkzaamheden	22,4%	15,2%	11,2%	19,2%	15,2%	17,6%

	Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal mee eens	N.v.t.
29) Het gevoerde beleid was het aantrekkelijk om in de gemeente te vestigen.	28%	13,6%	22,4%	3,2%	3,2%	32%
30) In de gemeente kan gebruik gemaakt worden van subsidies van de overheid	51,2%	8,8%	7,2%	0,8%	0,8%	34,4%
31) Subsidies was motivatie om onderneming in Oost-Groningen te starten	61,6%	3,2%	3,2%	0%	0%	35,2%
32) Krijgen van subsidies is een motivatie om in oost-groningen te blijven	55,2%	4,8%	5,6%	0,8%	2,4%	34,4%
33) De regelgeving van de gemeente speelde een rol in de locatiekeuze	53,6%	8%	6,4%	3,2%	2,4%	28,8%
34) Ondernemers worden voldoende betrokken door de lokale overheid bij hun beleid	31,2%	18,4%	25,6%	6,4%	0,8%	20%
35) De overheid draagt zorg voor een gunstig ondernemersklimaat	32%	15,2%	21,6%	9,6%	3,2%	20%
36) Het beleid van de overheid heeft bijgedragen aan het besluit om ondernemer te worden in Oost-Groningen	57,26%	8,06%	6,45%	3,23%	0,81%	25%

Bijlage 3 Kruistabellen locatievoordelen

		8) De bereikbaarheid van de locatie is belangrijk					
Antwoord Sector	n.v.t.	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens	Totaal
	Financieel	0 0,0%	1 12,5%	0 0,0%	3 37,5%	3 37,5%	1 12,5%
Anders	6 10,2%	17 28,8%	5 8,5%	17 28,8%	6 10,2%	8 13,6%	59 100,0%
Onderwijs	0 0,0%	1 50,0%	0 0,0%	1 50,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 100,0%
Industrieel	0 0,0%	1 20,0%	1 20,0%	0 0,0%	1 20,0%	2 40,0%	5 100,0%
Transport	0 0,0%	0 0,0%	1 33,3%	0 0,0%	0 0,0%	2 66,7%	3 100,0%
Groothandel	0 0,0%	1 20,0%	0 0,0%	1 20,0%	1 20,0%	2 40,0%	5 100,0%
Detailhandel	0 0,0%	1 10,0%	0 0,0%	3 30,0%	1 10,0%	5 50,0%	10 100,0%
Zorg	1 3,7%	6 22,2%	2 7,4%	5 18,5%	5 18,5%	8 29,6%	27 100,0%
Toerisme	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 33,3%	2 66,7%	3 100,0%
Landbouw	0 0,0%	0 0,0%	1 25,0%	0 0,0%	0 0,0%	3 75,0%	4 100,0%
Totaal	7 5,6%	28 22,2%	10 7,9%	30 23,8%	18 14,3%	33 26,2%	126 100,0%

Vergelijking sector (nominale variabele) met bereikbaarheid (ordinaire variabele). N=126

		Aanwezigheid goedkope vestigingsmogelijkheden						
Antwoord		n.v.t.	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens	Totaal
Belang van bereikbaarheid	n.v.t.	4 6,8%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 3,4%	6 10,2%
	Helemaal mee oneens	1 1,7%	7 11,9%	1 1,7%	3 5,1%	3 5,1%	2 3,4%	17 28,8%
	Mee eens	1 1,7%	1 1,7%	1 1,7%	1 1,7%	1 1,7%	0 0,0%	5 8,5%
	Neutraal	3 5,1%	2 3,4%	2 3,4%	4 6,8%	4 6,8%	2 3,4%	17 28,8%
	Mee eens	0 0,0%	0 0,0%	1 1,7%	2 3,4%	3 5,1%	0 0,0%	6 10,2%
	Helemaal mee eens	1 1,7%	1 1,7%	0 0,0%	4 6,8%	0 0,0%	2 3,4%	8 13,6%
	Totaal	10 16,9%	11 18,6%	5 8,5%	14 23,7%	11 18,6%	8 13,6%	59 100,0%

Sector 'Anders'. Vergelijking bereikbaarheid (ordinale variabele) met goedkopere vestigingsmogelijkheden (ordinale variabele). N=59

Bijlage 4 kruistabellen beleid

34) Ondernemers worden voldoende betrokken door de lokale overheid							
Antwoord Gemeente	n.v.t.	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens	Totaal
Bellingwedde	2 14,3%	6 42,9%	4 28,6%	1 7,1%	0 0,0%	1 7,1%	14 100,0%
Menterwolde	4 40,0%	3 30,0%	0 0,0%	2 20,0%	1 10,0%	0 0,0%	10 100,0%
Oldambt	5 15,6%	10 31,3%	9 28,1%	8 25,0%	0 0,0%	0 0,0%	32 100,0%
Pekela	0 0,0%	1 20,0%	0 0,0%	2 40,0%	2 40,0%	0 0,0%	5 100,0%
Stadskanaal	3 12,0%	8 32,0%	4 16,0%	7 28,0%	3 12,0%	0 0,0%	25 100,0%
Veendam	3 13,6%	8 36,4%	5 22,7%	5 22,7%	1 4,5%	0 0,0%	22 100,0%
Vlagtwedde	5 29,4%	3 17,6%	1 5,9%	7 41,2%	1 5,9%	0 0,0%	17 100,0%
Totaal	22 17,6%	39 31,2%	23 18,4%	32 25,6%	8 6,4%	1 0,8%	125 100,0%

Betrokkenheid van de ondernemingen (ordinale variabele) per gemeente (nominale variabele). N = 125

26 De regelgeving van de gevestigde gemeente speelde een rol in de locatiekeuze.

Antwoord Gemeente	n.v.t.	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens	Totaal
	Bellingwedde	2 14,3%	9 64,3%	1 7,1%	2 14,3%	0 0,0%	0 0,0%
Menterwolde	5 50,0%	3 30,0%	1 10,0%	0 0,0%	1 10,0%	0 0,0%	10 100,0%
Oldambt	11 34,4%	17 53,1%	3 9,4%	0 0,0%	0 0,0%	1 3,1%	32 100,0%
Pekela	0 0,0%	3 60,0%	0 0,0%	2 40,0%	0 0,0%	0 0,0%	5 100,0%
Stadskanaal	3 12,0%	15 60,0%	1 4,0%	2 8,0%	2 8,0%	2 8,0%	25 100,0%
Veendam	6 27,3%	13 59,1%	2 9,1%	0 0,0%	1 4,5%	0 0,0%	22 100,0%
Vlagtwedde	6 35,3%	7 41,2%	2 11,8%	2 11,8%	0 0,0%	0 0,0%	17 100,0%
Totaal	33 26,4%	67 53,6%	10 8,0%	8 6,4%	4 3,2%	3 2,4%	125 100,0%

Regelgeving (ordinale variabele) vergeleken met gemeente (nominale variabele). N=125