

Netwerken van zelfstandige ondernemers zonder personeel in de Friese ICT-sector

Een kwalitatief onderzoek

Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen

Sociale Geografie en Planologie

Bachelor Scriptie

ICT Noord-Nederland

Semester 2

2013 – 2014

Begeleiders: mevrouw Brouwer en mevrouw Noback

studentnummer 2124815

Arie As

Samenvatting

In Friesland is een grote groep zelfstandig ondernemers zonder personeel (zzp'ers) actief, waarvan een groot deel activiteiten ontplooit in de Informatie en Communicatie-sector. Dit onderzoek focust zich op de netwerken waarbinnen deze activiteiten plaatsvinden. Het doel is om de rol van hun netwerken van zzp'ers bij de bedrijfsvoering te belichten. Hierbij wordt gekeken naar (1) de geografische context van hun netwerk, (2) de professionele en sociale netwerken waar zijn onderdeel van uitmaken (3) sociaal kapitaal dat betrokkenheid in deze netwerken oplevert, ten behoeve van hun bedrijfsvoering. Dit is bereikt met behulp van semi-gestructureerde interviews en mental maps, getekend in de vorm van een 'egocentrisch netwerk'. Eerst is het professionele netwerk en vervolgens is het sociale netwerk getekend. Daarna zijn de relaties tussen de participant en diens contacten belicht.

De resultaten wijzen op een weloverwogen uitkomst van afstand en tijd tegenover de opbrengsten voor de geografische context van de netwerken. Contacten die expliciet bijdragen aan de bedrijfsvoering, binnen zowel het professionele en sociale netwerk, hebben karakteristieken die toegekend kunnen worden aan contacten uit beide netwerken. Toch worden louter sociale contacten bewust buiten professionele netwerken gehouden door de participanten. Binnen professionele netwerken uit sociaal kapitaal zich in de vorm van (nieuwe) zakelijke mogelijkheden, emotionele steun bij bedrijfsproblemen en referenties. Tevens is de 'gun-factor' belangrijk. Sociale contacten bieden sociaal kapitaal in de vorm van lichte arbeid ten behoeve van de bedrijfsvoering, maar vooral emotionele steun. De participanten onderhouden en evalueren actief hun netwerken ten behoeve van hun bedrijf. Het belang van de overlap van beide netwerken voor de bedrijfsvoering is beduidend.

Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	4-6
1.1 Aanleiding.....	4
1.2 Probleemstelling.....	4
1.3 Doel- en vraagstelling.....	5
1.4 Opbouw.....	6
2. Literatuurbespreking.....	7-10
2.1 Theoretisch kader.....	7
2.2 Conceptueel model.....	9
3. Methodologie.....	11-13
3.1 Onderzoekspopulatie.....	11
3.2 Semi-gestructureerde interviews.....	11
3.3 Mental maps.....	12
3.4 Data verwerking en analyse.....	12
3.5 Ethische vraagstukken.....	12
3.6 Reflectie op data verzameling en positionaliteit.....	13
4. Resultaten.....	14-25
4.1 Geografische context van de netwerken.....	14
4.2 De rol van het professionele en sociale netwerk.....	21
4.3 Sociaal kapitaal uit de beide netwerken.....	24
5. Conclusie.....	27
6. Discussie.....	28
7. Literatuurlijst.....	29
8. Bijlagen.....	34-52
8.1 Bijlage 1 GIS-kaart (Figuur 1).....	34
8.2 Bijlage 2 Interviewgide.....	35

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Het aantal zelfstandigen zonder personeel (zzp'ers) blijft gestaag toenemen in Nederland (Dekker & Kösters, 2011). Van 2002 tot 2012, is het aantal zzp'ers verdubbeld (CBS, 2012). Deze stijging zet door. Begin 2013 was 92% van de startende bedrijven een zelfstandige (Arts, 2013). Het grootste deel van de zelfstandig ondernemers is actief binnen de commerciële dienstverlening, waaronder een groot deel in de Informatie en Communicatie Technologie sector (Schop, 2012). Volgens de ICT-Marktmonitor (2013) bestaat 78,94% van de ICT-bedrijven uit één persoon. De ICT-sector is een gevariëerde sector, waarbinnen de activiteiten verwant zijn (Atzema, 2001). Zo heeft de ontwikkeling van hardware invloed op de software die hiervoor geschreven wordt. Tevens gaat het ontwerp van een website vaak hand in hand met vormgeving. De vraag naar arbeid in de ICT-sector groeit snel (Hulsman, 2013). Zo groeide de vraag naar ICT-werknemers landelijk in 2012, hoewel er regionale verschillen zijn (CBS Statline, 2013). In Noord-Holland, de provincie met het grootste deel ICT-werknemers van Nederland, was een daling van 1000 werknemers, ten opzichte van het voorgaande jaar (zie figuur 1, bijlage 1). Terwijl in Friesland een stijging waargenomen is van 100 werknemers (CBS Statline, 2013). De vraag naar arbeid in de ICT-sector groeit (Hulsman, 2013). Tevens is er een grote en groeiende groep zzp'ers actief in de ICT-sector in Friesland.

1.2 Probleemstelling

Dit onderzoek komt voort uit twee waarnemingen: exploratief en literatuur onderzoek. De eerste observatie komt voort uit exploratief onderzoek op het internet. Echtzzp.nl, een belangenorganisatie voor zzp'ers, publiceert op haar website wekelijks interviews met zzp'ers. In de interviews worden vragen gesteld over samenwerken met andere zzp'ers, nieuwe contacten leggen en netwerken. Deze onderwerpen lijken zzp'ers van belang te zijn voor zzp'ers. Dit werpt de volgende vragen op: Waarom zijn netwerken zo belangrijk voor zzp'ers? Welke contacten onderhouden zzp'ers? Wat leveren deze contacten op?

De tweede waarneming komt voort uit economisch geografische literatuur. Vanuit de literatuur wordt gesteld dat zelfstandigen zonder personeel rationeel begrensd zijn (Simon, 1991). Zzp'ers hebben geen personeel in dienst en zijn aangewezen op slechts hun eigen capaciteiten en vaardigheden: het menselijk kapitaal (Becker, 1985). Tevens moeten zzp'ers vaak zelf acquisitie van hun werk doen. Daarnaast kunnen zzp'ers in dienst treden bij een bedrijf als freelancer. In tijden van economische voorspoed kunnen grotere bedrijven zzp'ers aannemen als freelancers. In tijden van recessie hebben zzp'ers de grootste kans als eerste afgestoten te worden (Böheim & Muehlberger,

2006). Zzp'ers hebben vaak een arbeidsovereenkomst voor een korte of onbepaalde tijd. Hierdoor hebben ze niet vanzelfsprekend sociale verzekeringen zoals een werkloosheids- en arbeidsongeschiktheid verzekering (Wapperom & Warmerdam, 2010). Bovendien opereren zzp'ers op eigen risico (Koster & De Vries, 2011). De voorgenoemde zaken leiden tot een onzekere positie van zzp'ers. Hierdoor is de prikkel om actief te zijn binnen netwerken wellicht groter dan voor grote(re) bedrijven (Koster & de Vries, 2011). Driekwart van het totale aantal zzp'ers in Nederland maakt deel uit van één of meer netwerkverbanden (Braaksma et al., 2013). Het bepalen van relevante netwerken voor de bedrijfsvoering gebeurt door te kijken naar professionele netwerkverbanden die belangrijk zijn voor bedrijfssucces (Johannisson, 1998 in Koster & De Vries, 2011; Koster & De Vries, 2011). Echter zouden sociale netwerken ook een positief effect kunnen hebben op de bedrijfsvoering (Ostgaard & Birley, 1996). Over sociale netwerken is echter minder bekend dan over professionele netwerken (Bosma et al., 2002). Koster & De Vries (2011) stellen dat er overlap kan zijn van het professionele en sociale netwerk van zzp'ers. Beide netwerken kunnen middelen bieden die gunstig zijn voor de bedrijfsvoering (Greve en Salaf, 2003). In de literatuur wordt dit sociaal kapitaal genoemd. Dit sociaal kapitaal komt op verschillende manieren tot uiting binnen verschillende netwerken (Bourdieu, 1986). Over het algemeen draagt sociaal kapitaal positief bij aan bedrijfsprestaties (Westlund & Adam, 2010). Ook dit werpt vragen op: Hoe ziet het professionele en sociale netwerk van zzp'ers eruit? Hoe komt sociaal kapitaal tot uiting in deze beide netwerken? Wat levert sociaal kapitaal op voor de bedrijfsvoering?

1.3 Doel- en vraagstelling

Dit onderzoek heeft als doel de rol van de netwerken van zzp'ers in de Friese ICT-sector te belichten. Hierbij wordt belang voor de bedrijfsvoering als uitgangspunt genomen. De onderwerp is opgedeeld in drie deelvragen: (1) geografische context, (2) het professionele en het sociale netwerk en (3) het sociaal kapitaal binnen beide netwerken. Dit leidt tot de volgende hoofd- en deelvragen:

Hoofdvraag:

Wat is de rol van de netwerken van zelfstandige ondernemers zonder personeel in de Friese ICT-sector, en het belang hiervan voor hun bedrijfsvoering?

Deelvragen:

- Welke rol heeft de geografische context voor de netwerken van zzp'ers?
- Welke rol hebben het professionele en sociale netwerk voor de bedrijfsvoering van zzp'ers?
- Welk rol heeft het sociaal kapitaal uit het professionele en sociale netwerk voor de bedrijfsvoering van zzp'ers?

1.4 Opbouw

Eerst wordt het theoretisch kader uitgezet. Deze wordt door het conceptueel model verbonden aan de methodologie. Onder de methodologie wordt de methode van dataverzameling beschreven. Vervolgens worden de resultaten per deelvraag gepresenteerd. De resultaten en het theoretisch kader worden samengebracht in de conclusie. Als laatste worden aanbevelingen voor toekomstig onderzoek gedaan in de discussie.

2. Literatuurbespreking

2.1 Theoretisch kader

In de economisch geografische literatuur wordt de ICT-sector vaak belicht vanuit de institutionele en evolutionaire benaderingen. Deze stromingen stellen dat ondernemers begrensd rationeel zijn (Simon, 1991). Netwerken zijn belangrijk om onzekerheden te limiteren. Deze netwerken kunnen zorgen voor flexibiliteit en vergroten de overlevingskansen van bedrijven (Castells, 1996). Deze netwerken zijn van belang voor zzp'ers bij hun bedrijfsvoering. Deze netwerken bieden toegang tot middelen die hierbij kunnen helpen. In de literatuur wordt gesuggereerd dat alle economische activiteit plaatsvindt binnen een sociale constructie. Dit wordt 'embeddedness' genoemd (Granovetter, 1985). De bedrijfsvoering van zzp'ers kan niet onderzocht worden, zonder aandacht te besteden aan de sociale structuur waar ze onderdeel van uit maken. Hierbij zijn netwerken een belangrijk raamwerk.

2.1.1 Professionele en sociale netwerken

Walker, MacBride en Vachon (1977) definiëren netwerk als volgt: 'the set of personal contact through which an individual maintains his social identity and receives emotional supports, material aid and service, information and new (social) contacts' (p.35). Deze netwerken zijn zelf-organiserend en complex als gevolg van de relaties tussen de actoren waaruit het netwerk bestaat (Wellman, 2008). Menselijk kapitaal is een primaire indicator voor het succes van de bedrijfsvoering van zzp'ers. Dit impliceert dat zzp'ers gelimiteerd zijn in hun mogelijkheden, omdat ze 'slechts' alleen zijn. Om hun kansen te vergroten keren zzp'ers zich tot hun netwerk. Deze netwerken bieden middelen die relevant zijn voor de bedrijfsvoering (Koster & De Vries, 2011).

De waarde van de onderhoude contacten is van belang voor de bedrijfsprestaties (Westlund & Adam, 2010). Het netwerk van zelfstandigen wordt vaak onderverdeeld in een professioneel netwerk en een sociaal netwerk (Ostgaard & Birley, 1996). Voor zzp'ers bestaat het professionele netwerk uit zakelijke contacten, waaronder opdrachtgevers, leveranciers, klanten en samenwerkingspartners. Het sociale netwerk bestaat uit persoonlijke contacten: bijvoorbeeld de partner, familie en vrienden, maar kan tevens (voormalige) collega's omvatten (Hansen, 1995).

Netwerken van zzp'ers zijn vaak gelimiteerd qua schaal, vaak bevindt het grootste gedeelte zich binnen een bepaalde regio (Hanson, 2003). Startpunt van de netwerken is de woon- en vestigingsplaats (Glücker, 2007). De geografische context van de netwerken hangt ook vaak samen met de ontplooiende activiteiten (Van Dinteren, 1989). Het onderhouden van contacten vraagt vaak om geografische nabijheid, evenals culturele en sociale genegenheid (Malmberg & Maskell, 1997). Tevens

is het belangrijk om deel uit te maken van een nauwverbonden netwerk. Dit komt vertrouwen binnen de netwerken ten goede (Coleman, 1988). Koster en de Vries (2011) stellen dat de betrokkenheid in professionele netwerken essentieel is voor bedrijfssucces, maar verwachten dat sociale netwerken ook een positieve invloed kunnen hebben. Tevens kan er overlap zijn van beide netwerken.

Verwachting: Voor zzp'ers is het professionele netwerk van belang voor de bedrijfsvoering, maar het sociale netwerk kan ook een positieve invloed hebben. Ook is er mogelijk overlap van de twee onderscheiden netwerken (Koster & De Vries, 2011; Ostgaard & Birley, 1996).

2.1.2 'Strong ties' en 'weak ties'

Granovetter (1973) maakt onderscheid tussen 'strong ties' en 'weak ties'. Een 'strong tie' vraagt relatief veel onderhoud en tijd, terwijl een 'weak tie' minder investering vraagt. 'Strong ties' zijn vaak privé contacten, uit het sociale netwerk. Coleman's 'netwerk sluiting' theorie stelt dat een netwerk van 'strong ties' de basis is voor sociaal kapitaal. Granovetter (1973) stelt dat 'weak ties' ook belangrijk zijn. 'Netwerk sluiting' kan namelijk belemmerend zijn voor zzp'ers: er is geen toegang tot nieuwe informatie en zakelijke mogelijkheden (Burt, 1992). 'Weak ties' zijn een uitweg, omdat ze zzp'ers verbinden met nieuwe netwerken, als een 'brug' (Granovetter, 1985). De professionele en sociale netwerken kunnen bestaan uit zowel 'strong' als 'weak' ties.

2.1.3 Sociaal kapitaal

Er is veel geschreven over sociaal kapitaal (Loury, 1977; Bourdieu, 1986). Het beschikbare sociaal kapitaal verschilt voor het professionele en sociale netwerk. Sociaal kapitaal komt tot uiting wanneer de contacten binnen de netwerken van zzp'ers positief bijdragen aan de bedrijfsvoering (Burt, 1992 in Greve en Salaf, 2003; Westlund & Adam, 2010).

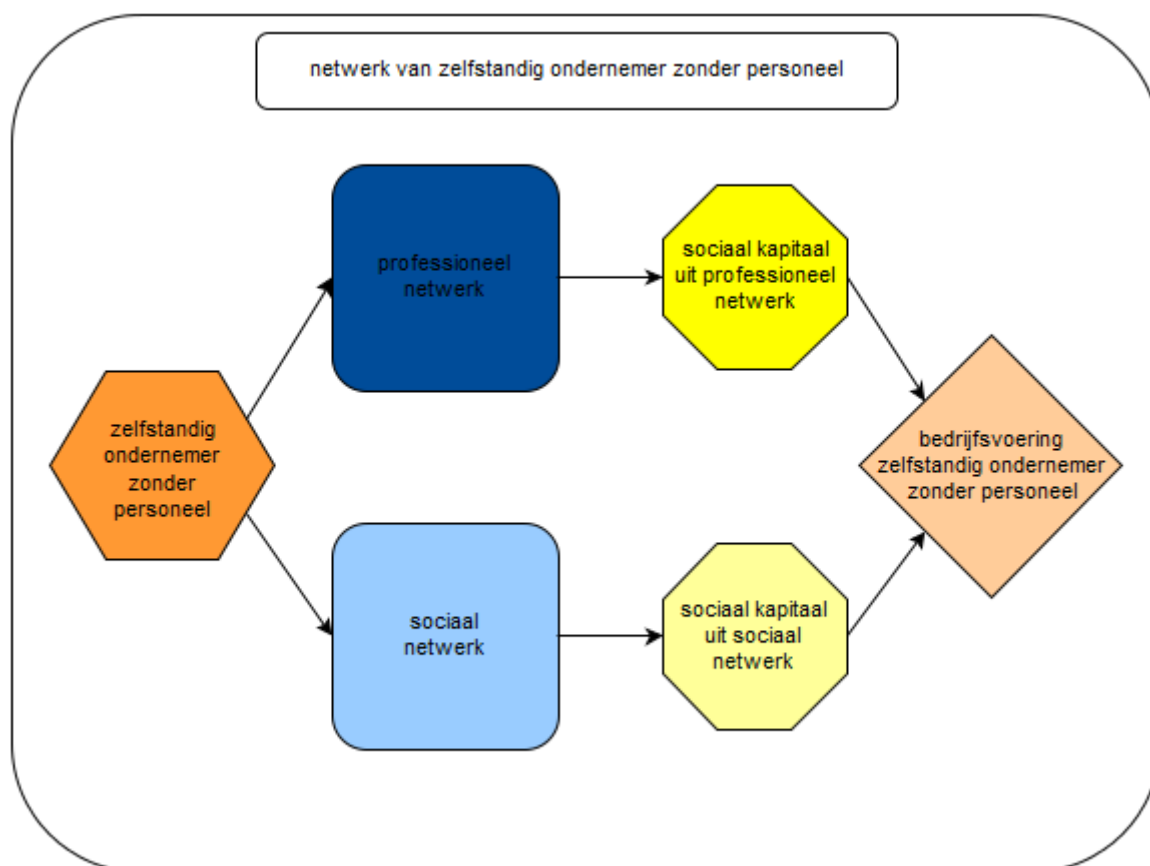
Binnen professionele netwerken uit zich dit in de vorm van nieuwe informatie en zakelijke mogelijkheden (Donckels & Lambrecht, 1995 in Koster & De Vries, 2011). Het is belangrijk voor ondernemers om een 'open' netwerk te hebben (Burt, 1992). Dit kan door actief te zijn op netwerkbijeenkomsten, maar gebeurt ook via het internet (Lin, 2001; Williams & Durrance, 2008). De bedrijfswebsite evenals netwerkwebsites als Linked.in zijn toegankelijk voor iedereen met een computer en een internetverbinding. Op deze manier hebben zzp'ers een 'open source' voor nieuwe contacten en kansen vanuit professionele netwerken. Hierbij dienen 'weak ties' als toegang tot nieuwe zakelijke mogelijkheden (Burt, 1992). Binnen sociale netwerken komt sociaal kapitaal voor in de vorm van emotionele en materiële steun (Allen, 2000). Hierbij kan gedacht worden aan hulp bij de bedrijfsvoering of privé-zaken (Bosma et al., 2000). Tevens kunnen contacten binnen het netwerk ook om investeringen vragen (Woolcock & Narayan, 2000). Dit komt overeen met de bevindingen van Anderson & Jack (2002) dat sociaal kapitaal een proces is.

Uit het werk van Bosma et al (2000) kan worden afgeleid dat de verschillen in leeftijd, (eerdere) werkervaring en opleidingsniveau invloed hebben op de netwerken en het daar uit voortvloeiende sociaal kapitaal. Een voorbeeld hiervan is de opgedane werkervaring en ontwikkeld professioneel netwerk van een 55-jarige zzp'er dat groter is dan dat van een 25-jarige zzp'ers zonder voorgaande werkervaring. Eveneens kunnen persoonlijke ervaringen deze waarneming beïnvloeden (Janicik & Larrick, 2005). De waardering van de rol van sociaal kapitaal is persoonsgebonden.

Verwachting: Uit zowel het professionele als het sociale netwerk kan sociaal kapitaal gegenereerd worden door zzp'ers ten behoeve van hun bedrijfsvoering (Butler & Hansen, 1991). Binnen het professionele netwerk komt dit tot uiting als nieuwe informatie en zakelijke mogelijkheden (Donckels & Lambrecht, 1995 in Koster & De Vries, 2011). Binnen het sociale netwerk uit zich dit in de vorm van emotionele en materiële steun (Allen, 2000).

2.2 Conceptueel model

Het conceptueel model heeft als doel het uitgezette theoretisch kader te koppelen aan de methodologie. Drie hoofdthema's worden onderscheiden: (1) het professionele netwerk en (2) het sociale netwerk waarbinnen zzp'ers actief zijn, (3) sociaal kapitaal uit de beide netwerken.



Figuur 2: Conceptueel model

Dit onderzoek focust zich op de rol van de netwerken van zelfstandig ondernemers zonder personeel bij de bedrijfsvoering. In figuur 2 is de zzp'er is het startpunt. Koster en De Vries (2011) stellen dat onderdeel uitmaken van professionele netwerken gunstig is voor zzp'ers en hun bedrijfsvoering. Sociale netwerken kunnen eveneens gunstig zijn voor de bedrijfsvoering (Bosma, 2000; Koster & De Vries, 2011). Professionele en sociale netwerken kunnen ingeschakeld worden om te voorzien in bepaalde behoeften (Granovetter, 1985). De contacten binnen de respectievelijke netwerken staan in voor het beschikbare sociaal kapitaal (Burt, 1992). Uit de netwerken van zzp'ers komt sociaal kapitaal voort ten behoeve van de bedrijfsvoering (Westlund & Adam, 2010). Binnen professionele netwerken komt dit tot uiting als nieuwe informatie en zakelijke mogelijkheden (Donckels & Lambrecht, 1995 in Koster & De Vries, 2011). Binnen sociale netwerken uit zich dit als emotionele en materiële steun (Allen, 2000). In het model worden de beide netwerken en het beschikbare sociaal kapitaal gewogen aan het belang voor de bedrijfsvoering van de zzp'er. Tevens wordt de geografische context behandeld. Aan de hand van dit model wordt de rol van netwerken en het sociaal kapitaal uit de beide netwerken belicht.

3. Methodologie

3.1 Onderzoekspopulatie

Via internet is gezocht naar contactgegevens van zelfstandigen zonder personeel in de ICT-sector in Friesland. Alle participanten zijn benaderd via telefoon of email. Tevens is bij negatieve respons gevraagd naar contactgegevens van andere mogelijke participanten. Het 'snowballing'-principe is slechts gebruikt uit praktische overwegingen: de contactinformatie te verkrijgen van zzp'ers die bereid zijn deel te nemen aan het onderzoek. In alle gevallen is binnen een week een afspraak gemaakt op een gelegen tijdstip. Dit leidt tot de huidige onderzoekspopulatie van alleen mannelijke participanten in de leeftijdscategorie 25 tot 60 jaar. Dit is de grootste groep onder zzp'ers in Nederland (ICT-Marktmonitor, 2014). De participanten ontplooiën verschillende activiteiten binnen de ICT-sector. In tabel 1 zijn enkele kenmerken per participant weergegeven.

Tabel 1: Eigenschappen van de participanten: leeftijdscategorie, specificatie van bedrijfsactiviteit en vestigingsplaats.

volgnummer interview	participant	leeftijdscategorie	specificatie van bedrijfsactiviteit	vestigingsplaats
1	ALFA	50-60 jaar	fotografie/vormgeving	kantoor aan huis
2	BETA	30-40 jaar	software ontwikkelaar	andere ontmoetingsplaats
3	GAMMA	30-40 jaar	software ontwikkelaar	kantoor aan huis
4	DELTA	40-50 jaar	website ontwikkelaar	ontmoetingsplaats A
5	EPSILON	20-30 jaar	telecommunicatie	businesscenter in winkelstraat
6	OMEGA	50-60 jaar	automatisering	ontmoetingsplaats A

3.2 Semi-gestructureerde interviews

Netwerken zijn complexe sociale structuren die het beste op kwalitatieve manier te doorgronden zijn. Als onderzoeksmethode zijn semi-gestructureerde interviews afgenomen. Er is een 'interview guide' opgesteld ter ondersteuning van de 'mental map' (zie bijlage 2). Deze methode nodigt uit tot een gesprek, waardoor er ruimte is voor het behandelen van specifieke onderwerpen die door de participanten worden opgeworpen (Longhurst, 2010).

In de interviews is gevraagd naar de professionele en sociale netwerken. Daarna zijn de directe contacten en de relaties belicht. Hierbij zijn de karakteristieken van de contacten, geografische context en sociaal kapitaal onderwerpen van interesse. Vervolgens is er gevraagd naar verschillende (hypothetische) gebeurtenissen en situaties, om de participanten te stimuleren concrete voorbeelden te geven. Bijvoorbeeld: 'hoe kunnen de netwerken helpen als u het druk heeft op het werk of als u te weinig werkt heeft?'

3.3 Mental maps

Om de rol van de netwerken van zzp'ers te belichten is gekozen voor de mental map als methode. Ondersteund door een semi-gestructureerd interview leent deze methode zich uitstekend voor kwalitatief onderzoek (Anderson & Jack, 2002). Netwerken zijn de uitkomst van context, daarom dienen deze persoonlijk toegelicht te worden door de participanten. Om de netwerken te vangen is gekozen om gebruik te maken van een 'egocentrisch netwerk' (Bott, 1957). Een 'ego-netwerk' bestaat uit de participant ('ego') in kwestie en de relaties met de directe contacten ('alters') in zijn netwerk (Wellman & Hogan et al., 2006). De relaties ('links') kunnen verschillen van aard. Tevens kunnen fysieke en niet-fysieke netwerkkonderdelen die niet direct met 'alters' te maken hebben deel uit maken van het netwerk: bijvoorbeeld een ontmoetingsplaats of een website. Vervolgens is dit uitgewerkt door de participanten.

Tijdens het 'pilot interview' is duidelijk geworden dat de mental map door het interview gestructureerd diende te worden om een enigszins vergelijkbare mental map als uitkomst te krijgen. Er is voor gekozen om eerst te vragen het professionele netwerk in kaart te brengen en vervolgens het sociale netwerk. Met behulp van de ego-netwerken op de mental map is gevraagd naar de kenmerken van zowel de 'alters' als de betreffende relatie. Vervolgens zijn de mental maps geanonimiseerd.

3.4 Data verwerking en analyse

In alle gevallen is toestemming gekregen om het interview op te nemen. Alle interviews zijn uitgetypt. Het coderen van de transcripten, met behulp van het programma Atlas TI, is handmatig gebeurd. De transcripten van de interviews zijn gekoppeld aan de mental maps van de participanten.

3.5 Ethische vraagstukken

Deze betreffen de herleidbaarheid van de data naar de participanten en hun contacten. Bij de mental map en gedurende het interview stelde meer dan de helft van de participanten de vraag of 'alters' bij naam genoemd dienden te worden. De interviewer heeft duidelijk gemaakt dat voor het onderzoek daar geen noodzaak voor is. Vijf participanten gebruikten afkortingen en initialen voor contacten en plaatsen op de mental map. Tijdens interviews zijn contacten door de participanten met naam genoemd. In het onderzoek zijn deze vervangen door een karakterisering van de relatie of het contact.

3.6 Reflectie op data verzameling en positionaliteit

Gedurende het onderzoek is duidelijk geworden dat de term ‘netwerken van zzp’ers’ op verschillende manieren geïnterpreteerd kan worden. ‘Netwerken’ blijkt voor de participanten een werkwoord. Dit wordt geïllustreerd met behulp van het volgende citaat:

“[...] toen heb ik besloten voor mezelf te beginnen [...] Maar je loopt tegen een probleem aan [...] dat klanten je niet zomaar weten te vinden. Dus netwerken houdt in hoe je [contacten] benadert, waar je je positioneert en hoe je deze tegemoet kunt treden.”

-OMEGA

Voor dit onderzoek zijn de geografische context, de professionele en sociale netwerken, en sociaal kapitaal binnen deze netwerken onderwerp van interesse. Gedurende de interviews leidde het verschil tussen de beide interpretaties van de term ‘netwerken’ tot de noodzaak dit verschil aan te kaarten. Tijdens de interviews is door de interviewer ingespeeld op het voorgenoemde dilemma, door naar de bewuste onderwerpen van interesse te vragen. Dit heeft geleid tot meer verwijzingen naar de geografische context en uitgebreidere toelichting op de relaties met de contacten in de mental map.

De positionaliteit van de onderzoeker ten opzichte van de participanten, als beginnend onderzoeker, heeft bijgedragen aan het verhelpen van dit dilemma. De participanten voegden zich naar de gehanteerde definitie en onderwerpen van interesse van ‘netwerken’ binnen het onderzoek. In hun beantwoording en mental maps hebben de participanten deze zoveel mogelijk in acht genomen.

4. Resultaten

4.1 Geografische context van de netwerken

Om de geografische context te visualiseren zijn tijdens de interviews mental maps getekend door de participanten. De mental maps verschillen in uitwerking omdat de participant hierin is vrij gelaten. In de kaarten GAMMA, DELTA, EPSILON en OMEGA worden afstanden visueel uitgebeeld. In de kaarten van ALFA en BETA is afstand niet gevisualiseerd.

4.1.1 Woon- en vestigingsplaatsen

De eigenschappen van de startpunten op de getekende mental maps verschillen vanzelfsprekend omdat de woonplaats evenals vestigingsplaats per participant uniek is (zie tabel 1). De woonplaats is vaak het beginpunt van zelfstandig ondernemerschap (Hanson, 2003). De vestigingsplaats is afhankelijk van de woonplaats van de ondernemer (Glückler, 2007).

“Ik ben hier gevestigd want ik kom zelf uit [deze stad]. Deze vestigingsplaats kan haast niet beter. Ik woon zelf 4 minuten lopen hiervandaan.”

-EPSILON

Deze reden lijkt belangrijker dan nabijheid van opdrachtgevers, potentiële zakenpartners en klanten. Alle participanten geven aan dat de kosten van de bedrijfsruimte invloed hebben op hun vestigingsplaats. Tevens zijn de locatie van vroegere werkgevers en opleidingen van belang (Michelacci & Silva, 2007).

“Ik heb dit als vestigingplaats omdat ik hier op een gegeven moment naar toe gekomen. Ik volgde hier toen een opleiding. Toen ben ik hier blijven hangen, [omdat] het bureau waar ik toen terecht kwam een vestiging in de stad had.”

-OMEGA

“Ik woonde eerst elders en heb daar ook mijn school gedaan. Vervolgens ben ik hier gekomen [voor school] [...] en hier blijven hangen vanwege mijn vriendin enzovoorts.”

-GAMMA

4.1.2 Geografische context van het professionele netwerk

De ruimtelijke schaal van het professionele netwerk verschilt onder de participanten. Echter hebben allen de meeste nauwverwante contacten in de provincie Friesland. Dit komt overeen met de bevindingen van Hanson (2003) dat netwerken vaak voornamelijk op regionale schaal zijn. De participanten ontplooiën allen verschillende activiteiten in de ICT-dienstensector. Hierdoor zijn er verschillen in geografische reikwijdte van de netwerken. Dit komt door de verschillende marktgebieden van verschillende ontplooiende activiteiten volgens Van Dinteren (1989). Uit de interviews blijkt dat de activiteiten van ALFA en DELTA vragen expliciet om fysieke nabijheid. Toch ontplooiën zij ook activiteiten op afstand: in de rest van Nederland en soms daar buiten. Eenzelfde beeld kan geschetst worden voor de andere participanten.

“Over het laatste jaar was misschien 15% [van de klanten] buiten Friesland, maar vaak zitten ze wel in Friesland, soms [in een aangrenzende provincie].”

-EPSILON

““Mijn netwerk is beperkt tot Friesland.[...] Je kiest. Gericht op noord [Nederland]. Maar uiteindelijk is het 95 procent Friesland en 5 procent rest van NL. Als ik actief zoek is het Friesland en als het voor komt de rest van Nederland.”

-GAMMA

Het verschil in geografische reikwijdte van de netwerken kan verklaard worden door de verschillende bedrijfstakken waarbinnen de participanten actief zijn. Deze reikwijdte verschilt vaak per bedrijfstak (Van Dinteren, 1989). Door de participanten is de term ‘niche’ meerdere malen gebruikt.

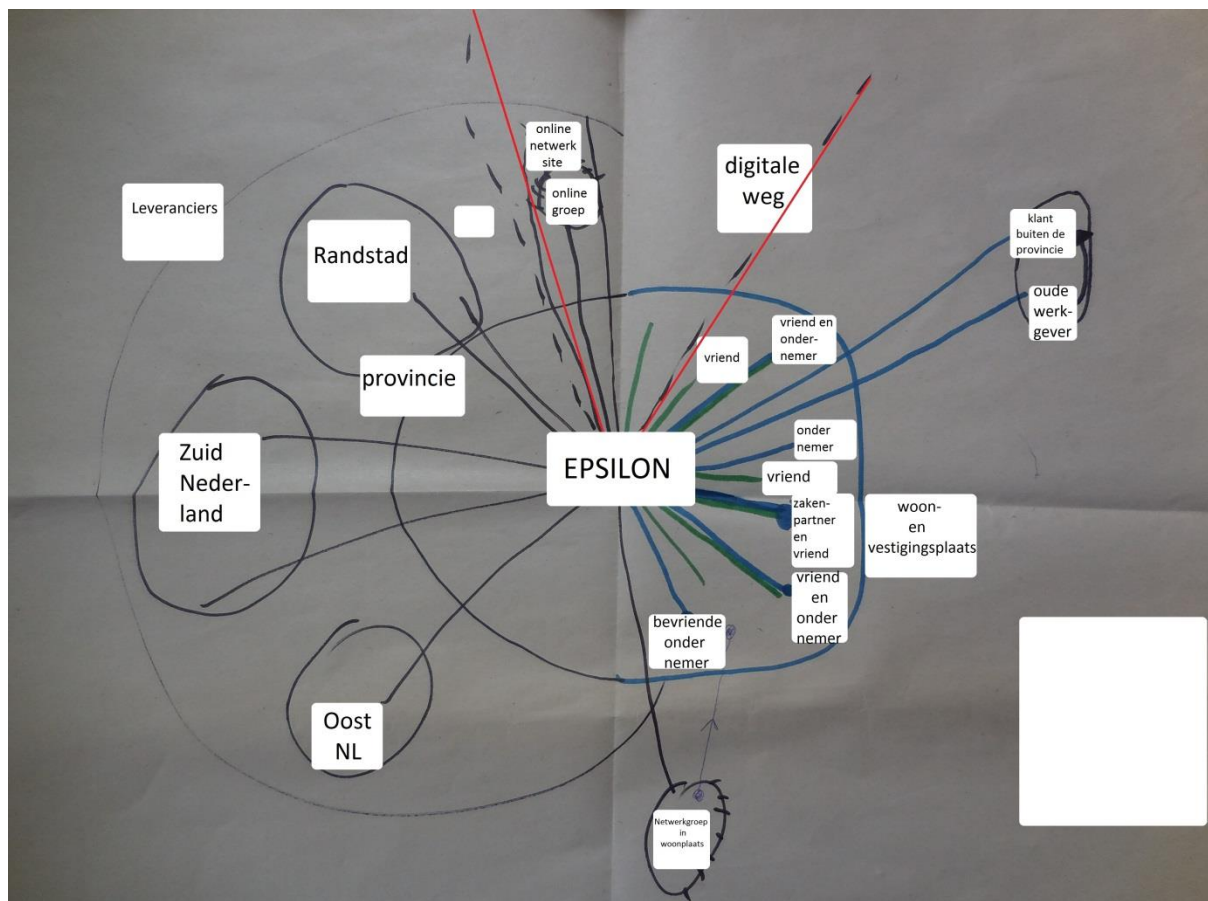
“Tenzij je in een niche zit zoals met [het bedrijf waar ik freelancer ben]. Daar hebben we klanten [...] heel erg verdeeld over Nederland. Maar er zijn natuurlijk honderden internet web bureau’s.”

-BETA

Zakelijke contacten die direct van belang zijn bij de bedrijfsvoering bevinden zich voor het grootste deel binnen de provincie. Het contacten wordt ook gefaciliteerd door netwerkgroepen binnen de provincie. Deze bieden echter geen garantie op nieuwe zakelijke mogelijkheden.

“Fysieke netwerk bijeenkomsten [...] op allerlei lokaties in Friesland. [...] Vreemd genoeg leveren alle fysieke netwerken nog relatief weinig op. Terwijl ze wel in de buurt zitten. Een paar jaar geleden ben ik me gaan focussen op een website [...] [waarop men kan] inschrijven op klussen. [...] Ik probeer wel te zoeken naar mogelijkheden [binnen fysieke netwerken en provincie] daar heb ik maar één concrete grote opdracht uitgehaald [...] in Friesland. Dat is weinig als je heel veel tijd investeert.”

-GAMMA



Figuur 3: Mental map van EPSILON.

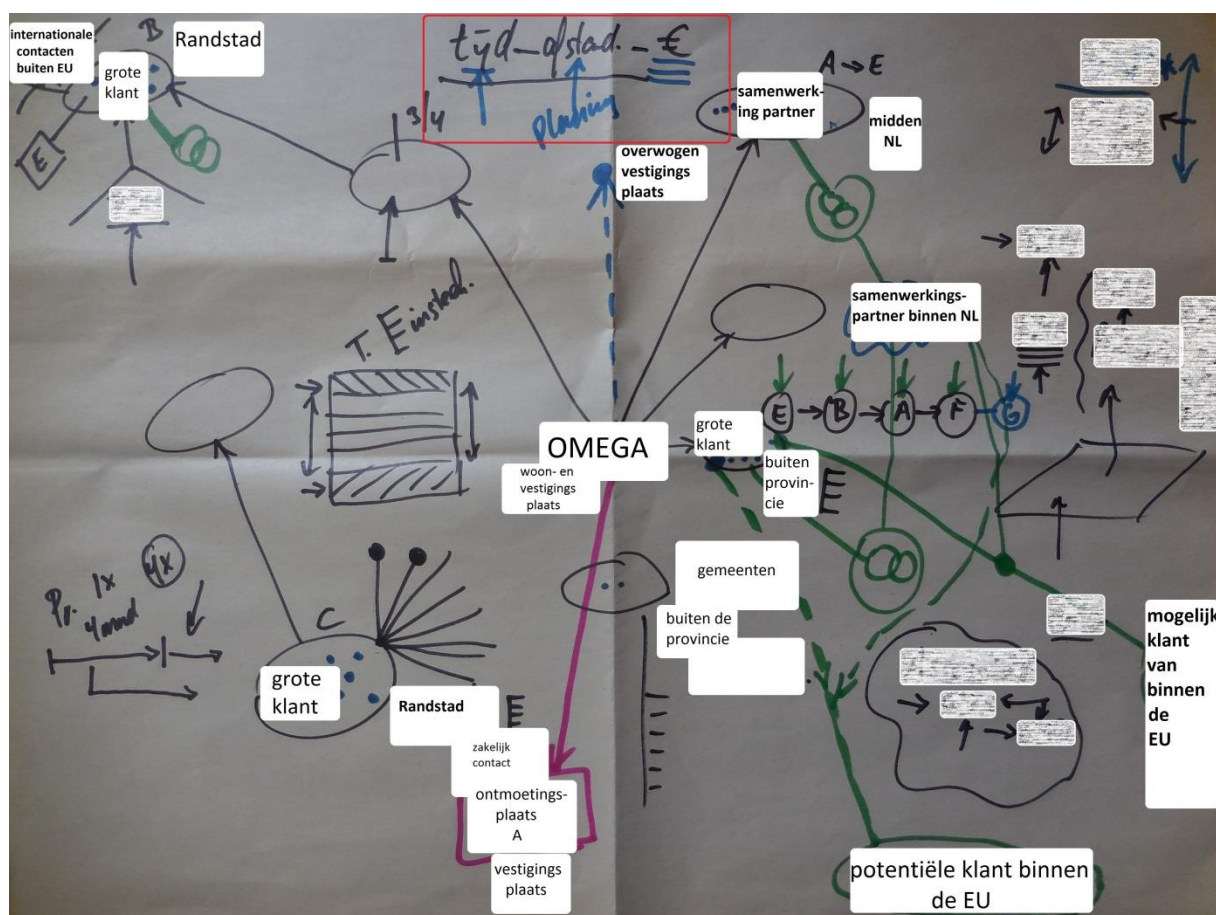
De mental map van EPSILON (zie figuur 3) geeft een gedetailleerd beeld van de ruimtelijke context van zowel het professionele als het sociale netwerk. Ondanks dat afstand niet in dezelfde mate tot uiting komt in de getekende kaarten, zijn alle participanten zich bewust van de geografische context van hun netwerk. Tevens zijn zij zich bewust van de barrière die afstand vormt bij contacten in hun netwerken. Participanten ALFA en OMEGA geven voor de afweging van tijd, afstand en opbrengsten binnen professionele netwerken twee verklaringen:

“Het lastige als zzp’er is dat de verhouding van de tijd voor acquisitie en tijd van uitvoering van het werk in evenwicht moeten zijn. Er zit veel tijd in acquisitie in relatie tot opdrachten die binnenkomen. Die verhouding is vaak scheef. Dat is belangrijk dat je daar slim mee omgaat.”

-ALFA

“Het is [een] afweging van afstand, tijd en opbrengsten. Wanneer je teveel tijd kwijt bent om opbrengsten te verkrijgen moet je een keer nadenken. Is de afstand klein dan speelt dat niet, maar dan is de tijd toch van belang. Deze factoren blijven van belang en planning speelt daar een sleutelrol in.”

-OMEGA



Figuur 4: Mental map van OMEGA.

Het citaat van OMEGA komt terug in de mental map (zie figuur 4, midden boven rood omcirkeld). Deze afweging klinkt voort in ervaringen van alle participanten. Alle participanten geven aan dat tijd en afstand barrières zijn bij acquisitie, communicatie en werk.

“Ik kwam laatst [op een website met opdrachten en vacatures] een bedrijf tegen dat in Vietnam bleek te zitten. [...] Je merkt gelijk dat je barrières hebt. De tijdsbarriere en [...] als ze niet betalen wordt het lastig om te incasseren. [...] Dus ik probeer me wel te focussen op Nederland omdat je hier persoonlijke contacten hebt, [...] dezelfde cultuur en instelling.”

-GAMMA

Het laatste citaat bevestigt het werk van Malmberg & Maskell (1997) waarin gesteld wordt dat fysieke nabijheid, evenals culturele en sociale overeenkomsten, lokale samenwerking bevorderen. De verklaringen gegeven in de citaten van ALFA en OMEGA dragen hier aan bij.

4.1.3 Fysieke en niet-fysieke onderdelen van het professionele netwerk

‘Ontmoetingsplaats A’ is een gebouwencomplex dat na herbestemming de functie van bedrijven centrum heeft gekregen. Het biedt ruimte aan ongeveer 100 (kleine) ondernemingen, waaronder een groot deel zelfstandig ondernemers zonder personeel. De ‘ontmoetingsplaats A’ is door BETA, GAMMA, DELTA, EPSILON en OMEGA aangegeven als onderdeel van hun professionele netwerk. DELTA, EPSILON en OMEGA zijn er gevestigd of gevestigd geweest. BETA en GAMMA komen er om contacten te onderhouden.

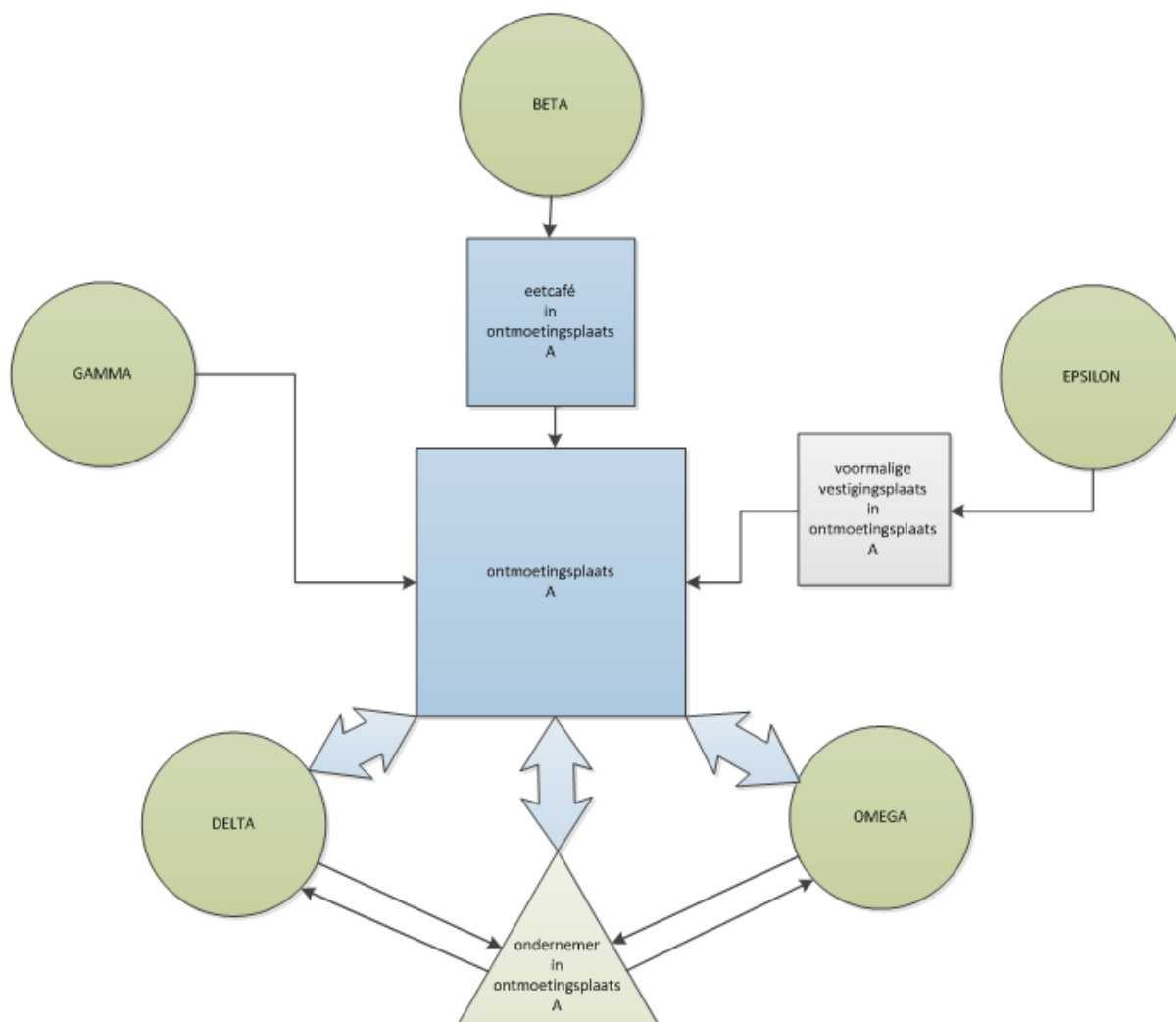
“[Ontmoetingsplaats A] is een goede ontmoetingsplaats [...]. Mensen kunnen langslopen [...]. Nieuwe contacten haal ik er wel uit. [...] Die mensen komen meestal uit de stad en omgeving.”

-DELTA

“[Ontmoetingsplaats A] ben ik verschillende keren geweest. Ik ken ook mensen die daar werken of gezeten hebben. Maar die kom je ook weer via via tegen.”

-GAMMA

Voor het onderzoek is deze plek interessant, omdat het de ego-netwerken van vijf participanten verbindt (zie figuur 5).



Figuur 5: De netwerken van BETA, GAMMA, DELTA, EPSILON en OMEGA verbonden via 'ontmoetingsplaats A' afgeleid uit de afgenomen interviews en mental maps.

De participanten hebben allen een website. Tevens zijn allen actief op de zakelijke netwerksite Linked.in, in meer of mindere mate. Zo gebruiken ALFA, BETA, GAMMA en EPSILON de site slechts sporadisch ten behoeve van hun professionele netwerk en bedrijf. Terwijl OMEGA de site intensief gebruikt om contact te houden met contacten over heel Nederland. Lin (2001) benadrukt het belang van actief zijn binnen 'communities' via internet om toegang te hebben tot informatie en contacten.

"Ik heb een heel complex netwerk zakelijk gezien en dat loopt [...] allemaal via Linked.in. Het is een medium dat ik gebruik om in contact te blijven [met zakelijke contacten][...] en dan ga ik vervolgens afspreken met iemand."

-OMEGA

Van alle participanten komen de meeste klanten, opdrachtgevers en leveranciers uit Friesland, maar ook uit andere (omliggende) provincies. Via internetwebsites staan de participanten open voor nieuwe contacten. De helft van de participanten heeft klanten in het buitenland. De contacten zijn meestal tot stand gekomen uit eerdere contacten en vervolgens zijn deze onderhouden met behulp van internet.

“Linked.in vind ik belangrijk, want het draait om vertrouwen. Als mensen daar contact zoeken vinden ze jou vertrouwenswaardig overkomen. Als je iemand bij connecties op LinkedIn [hebt], is het leuk om [deze persoon] ook eens een keer persoonlijk te ontmoeten.”

-DELTA

“Eigen website ben ik vrij actief mee. Linked.in [gebruik ik] alleen als kaartenbak. Daar zou ik meer uit kunnen halen want daar zitten wel contacten in over het hele land.”

-GAMMA

4.1.4 Geografische context van het sociale netwerk

De helft van de participanten is buiten zijn werk (onbetaald) actief binnen andere organisaties binnen hun wijk of gemeente. Deze organisaties onderhouden vaak banden met nationale organisaties. Voor de sociale netwerk kan eenzelfde beeld geschetst worden. Contacten binnen het sociale netwerk van de participanten zitten over het algemeen nabij, maar dit geldt niet voor alle participanten. Tevens spelen afstand en tijd, een belangrijke rol bij de uitkomst van de geografische context van sociale netwerken van de participanten.

“Mijn vorige woonplaats is anderhalf uur rijden. [...] ik begin hier ook nieuwe contacten te ontwikkelen en dat wordt steeds breder. [...] Mijn sociale netwerk is vrij klein. [...] je merkt gewoon al dat puur de afstand al allerlei barrières oplevert. Vroeger was ik daar elke week. Nu is dat minder.”

-GAMMA

“Afstanden moeten kort zijn. Ik wil nu kunnen bellen laten we zo [sparren][...], dan wil ik niet een uur rijden naar Amsterdam [...] dan zie je elkaar veel minder. Ik heb zover ik weet geen [sociale contacten] waarmee ik zoiets kan doen die meer dan een uur weg zitten.”

-EPSILON

4.2 De rol van het professionele en sociale netwerk

In dit onderzoek zijn professionele en sociale netwerken onderscheiden, evenals ‘strong ties en ‘weak ties’. Vanuit de literatuur wordt gesteld dat het professionele netwerk belangrijk is voor bedrijfssucces, maar het sociale netwerk kan ook een positieve invloed hebben (Koster & De Vries, 2011). Tijdens de interviews is eerst naar het professionele netwerk gevraagd en vervolgens naar het sociale netwerk.

4.2.1 Scheiding professionele en sociale netwerk

De helft van de participanten geeft aan dat zij zakelijke en privé contacten zoveel mogelijk gescheiden houden. Als voornaamste reden geven de participanten het vermijden van compromitterende situaties. De term ‘belangenverstrengeling’ is meerdere malen gevallen tijdens de interviews.

“Bij mijn bedrijfsvoering heeft mijn [sociale] netwerk geen invloed, want ik houd die twee heel erg gescheiden. [...] Want vrienden verwachten dat je vrienden diensten voor ze doet [...] [die tijd] kan je niet steken in je bedrijf. Daarom probeer ik dat te scheiden.”

-DELTA

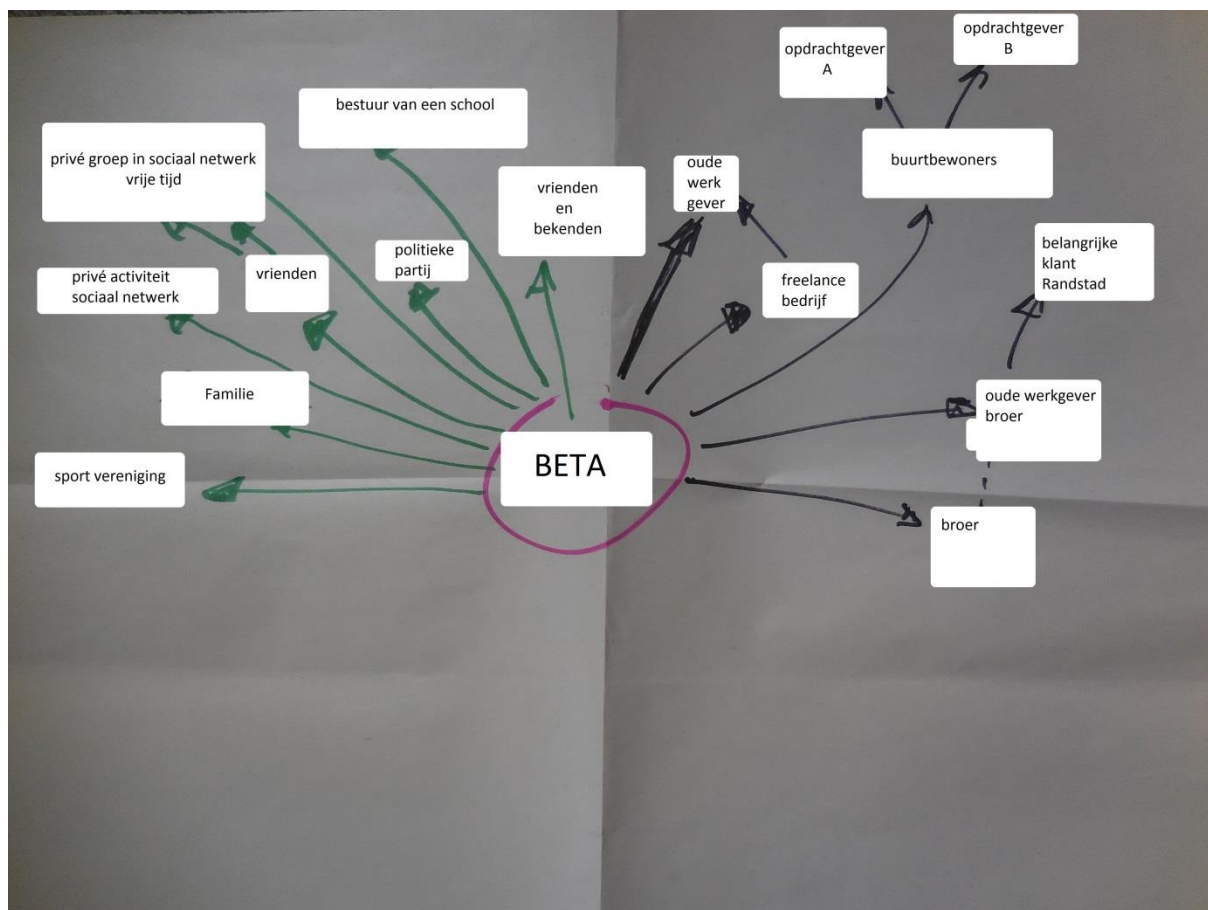
“Ik [vroeg om advies aan] iemand die dat vak had. [...] Toen zei hij: ‘moet dit als vriendendienst gedaan worden of als werk?’ En dan merk je dat het gaat wringen.”

-GAMMA

De voorgaande citaten van GAMMA en DELTA doen een scheiding van professionele en sociale netwerken vermoeden. Deze scheiding komt ook terug in de mental map van BETA (zie figuur 6). Rechts is het professionele netwerk en links is het sociale netwerk getekend. Deze weergave doet vermoeden dat de twee netwerken strikt gescheiden zijn. Dit is tevens een uitkomst van de gehanteerde methode. Toch staat bij het professionele netwerk een ‘strong tie’ (broer). Deze past ook in het sociale netwerk, wat duidt op raakvlak met beide netwerken van BETA. In meer of mindere mate kan dit worden geconcludeerd voor alle participanten.

“Ik zie niet zo’n scheiding tussen mijn professionele en mijn sociale netwerk. Maar dat heeft ook wat met mezelf te maken. [...] Ik heb de netwerken nu in twee kleuren getekend, maar voor mijn gevoel is het allemaal één.”

-BETA



Figuur 6: Mental map van BETA.

Een genuanceerder beeld wordt geschetst door het volgende citaat:

“In principe houd ik het prive en zakelijk helemaal gescheiden. Om diverse redenen. [Maar] ik zorg wel dat [ik bij bedrijven] altijd goed met mensen uit de voeten kan.”

-OMEGA

4.2.2 Raakvlak professionele en sociale netwerk

Sociale netwerken van de participanten bestaan louter uit ‘strong ties’. Voor veel zakelijke contacten ligt dit genuanceerder. Deze zijn niet alleen te kwalificeren als ‘weak ties’. De relaties met zakelijke contacten zijn vaak ontwikkeld door gezamenlijke (werk)ervaringen, goed contact en vertrouwen door de tijd heen. Deze criteria spelen ook een rol bij samenwerking en uitbesteding van werk.

“Als ik dingen wil uitbesteden, kan mijn [professionele] netwerk helpen. [...] [Soms] kom je een project tegen waarvan je denkt, daar is die persoon heel geschikt voor. [...] je hebt dat eerste gesprek al een keer gehad. Je weet wat diegene goed kan en je hebt al een bepaalde indruk van iemand.”

-GAMMA

“Als je [...] geen noemenswaardige referentie [hebt] [...] heb je een groot probleem [...]. Ik heb het voordeel dat ik vanuit mijn vroegere carrière relaties heb [...] waar ik heel plezierig mee heb samengewerkt [...] dan zie je elkaar vanuit een andere invalshoek [...]. In zeker opzicht zou je dat tot privé netwerk kunnen rekenen.”

-OMEGA

“Ik investeer niet bewust in informele [zakelijke] contacten, maar ik kijk altijd wel of er iets uit te halen valt. Maar dat is misschien omdat je ondernemer bent. En overal kansen ziet. Maar ik probeer mijn privé contacten privé te houden. Je hebt het sowieso druk met je bedrijf en dan heb je vrienden nodig en die wil je niet belasten met geld en zaken.”

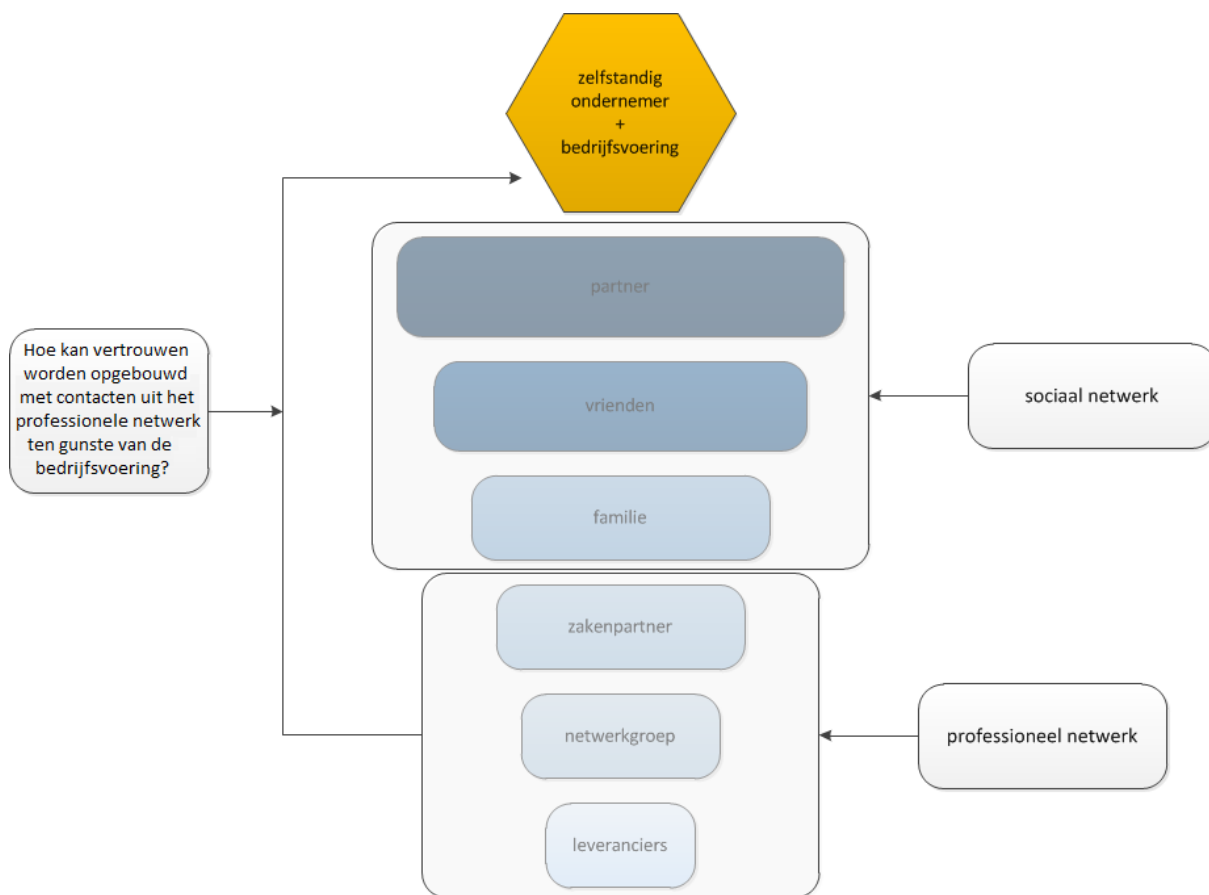
-DELTA

Uit het laatste citaat blijkt dat de participanten zich bewust zijn van de implicaties van het professionele en het sociale netwerk. Ze weten de intrinsieke waarden van beide netwerken uitstekend te onderkennen. Dit komt terug in figuur 7 gebaseerd op een gedeelte van de mental map, en een passage uit het interview met EPSILON:

“Het [netwerk] is meerlagig [...] De lijn wordt steeds dunner. [...] je moet kijken naar de [onderste] lagen [in figuur 5], zakenpartners, netwerkgroepen en leveranciers. [...] hoe kun je zorgen dat dat meer waardevolle contacten worden [voor je bedrijf].”

-EPSILON

Uit de interviews komt naar voren dat er tot zekere hoogte overlap bestaat van het professionele en sociale netwerk. De participanten hebben belang bij goede contacten op zakelijk niveau en onderhouden deze goed. In figuur 7 is het voorgenoemde geïllustreerd.



Figuur 7: Model gebaseerd op een onderdeel van de mental map, en een deel van het interview met EPSILON.

4.3 Sociaal kapitaal uit de beide netwerken

In dit deelhoofdstuk worden de relaties tussen de participant en zijn contacten uitgelicht in de vorm van sociaal kapitaal. Donckels en Lambrecht (1995) stellen dat dit binnen professionele netwerken tot uiting komt in de vorm van nieuwe informatie en mogelijkheden op zakelijk niveau. Sociale netwerken bieden emotionele en materiële steun, volgens Allen (2000).

4.3.1 Sociaal kapitaal vanuit het professionele netwerk

Uit dit onderzoek blijkt dat de participanten hun professionele en sociale netwerk complementair inzetten ten behoeve van de bedrijfsvoering. Dit komt overeen met de observatie van Koster & De Vries (2011). De contacten die een raakvlak hebben met zowel het professionele als het sociale netwerk blijken essentieel voor sociaal kapitaal van de participanten. Dit zijn contacten met karakteristieken van zowel 'strong ties' als 'weak ties'. OMEGA noemt dit 'lauwere en warmere' acquisitie. ALFA benadrukt dat 'mensen van mensen kopen'. Tijdens de interviews is meerdere malen de term 'gun-factor' opgeworpen:

“Uit mijn sociale netwerk komen ook weer opdrachten. Mensen kennen je, ze weten wat je doet. [...] Ik denk dat de gun-factor altijd ook meespeelt. Zo kom je gewoon ergens.”

-BETA

“Eerst goed contact opbouwen, dan pas over werk hebben. Ze geven je vaak een opdracht omdat ze je kennen. Omdat je de gun-factor hebt.”

-DELTA

Tevens zijn deze zakelijke contacten gunstig als referentie. Ook worden 'sparren', prettige samenwerking en uitwisselen van inzichten door de meerderheid van de participanten als waardevol gezien (Koster & De Vries, 2011). Dit kan gezien worden als emotionele steun van zakelijke contacten met wie ook sociale relaties worden onderhouden. Toch blijft een zekere scheiding tussen het professionele en het sociale netwerk van belang, zoals geïllustreerd in het volgende citaat:

“[Vraag aan een informeel zakelijk contact:] Weet jij nog iemand of ken je nog iemand die iets nodig heeft? Op die manier kan je het inzetten. Ik doe het niet, maar het kan wel. [...] Ik ben alleen en ik werk alleen. [...] Het is erg prettig om met gelijkgestemden te praten over je werk. [...] Met [je partner] kan je er ook over praten. Maar het is wel zo: werk is werk en thuis is thuis.”

-GAMMA

4.3.2 Sociaal kapitaal vanuit het sociale netwerk

De participanten proberen zichzelf en hun sociale contacten zo min mogelijk te compliceren ten behoeve van hun bedrijf. Er kan geconcludeerd worden dat er enige scheiding tussen werk en privé bestaat (beschreven in de laatste zin van het citaat van GAMMA). Deze mening wordt gedeeld door alle participanten. Het feit dat hun werk specifieke kennis vereist wordt als reden aangedragen door alle participanten, dat zij niet geholpen kunnen worden bij hun bedrijfsvoering. Toch is hulp in de vorm van arbeid meerdere malen genoemd. Een voorbeeld hiervan is een familielid dat helpt bij de administratie. De motivatie voor deze beperkte mate van belasting van sociale contacten wordt goed omschreven in het volgende citaat:

“Je hebt het sowieso druk met je bedrijf en dan heb je vrienden nodig en die wil je niet belasten met geld en zaken. [...] want dat [werk] doe ik zelf en als je het goed doet heb je het nooit druk.”

-DELTA

De helft van de participanten ontvangt emotionele steun van sociale contacten. Dit wordt geboden in de vorm van ‘het motiveren van de participanten’ en het tonen van begrip voor omstandigheden van de participanten.

“Het is toevallig wel zo dat [de school van mijn kinderen] een klant van me is. [...] [Later heb ik een onbetaalde functie gekregen binnen dezelfde organisatie waar de school deel van uitmaakt]. Toen heb ik aangegeven mocht er belangenverstremming zijn, dan hoor ik het. Voor mijn gevoel kan ik dat prima scheiden. Maar dat zijn geen dingen die zakelijk iets opleveren. Maar wat wel speelt is, dat je mensen leert kennen en die mensen die zien wat je doet en zo gaan balletjes wel eens rollen.”

-BETA

“Als ik moeilijk zit dan willen ze mij ook helpen met dingen. Dan heb je toch heel veel aan vrienden die ook ondernemers zijn [...]. Dat is op veel vlakken heel gunstig [...] Ze zijn klant bij mij, maar dat is een neutrale positie. Zij betalen de factuur en ik geef ze wat korting. Klaar.”

-EPSILON

Voor de participanten lijkt wederkerigheid van sociaal kapitaal vanzelfsprekend. Hierbij worden de verschillen tussen zakelijke en sociale contacten in achtning genomen door de participanten. Sociaal kapitaal is een proces dat voortkomt uit de beide netwerken (Anderson & Jack, 2002).

5. Conclusie

Het doel van dit onderzoek is de rol van de netwerken van zelfstandig ondernemers in de Friese ICT-sector bij de bedrijfsvoering te belichten. De participanten evalueren actief hoe ze hun professionele en sociale netwerken evenals het sociaal kapitaal kunnen inzetten ten gunste van hun bedrijf. De rol van deze netwerken van de participanten is weloverwogen, ten behoeve van de positionering van hun bedrijf, met een onderverdeling in (1) rationeel voor de uitkomst van geografische context, (2) pragmatisch bij het onderscheid tussen het professionele en sociale netwerk, en (3) discreet bij beroep op sociaal kapitaal.

De geografische context van de netwerken verschillen, zowel van de participanten onderling, als tussen de professionele en sociale netwerken. Naast de woon- en vestigingsplaats, zijn de verschillende ontplooiende activiteiten, bepalend voor de geografische context van de netwerken (Glücker, 2007; Van Dinteren, 1989). Er wordt een rationele afweging gemaakt van tijd en afstand tegenover de opbrengsten. Afstand en tijd worden als barrières gezien bij het onderhouden van relaties en bepalen voor het belangrijkste deel de geografische context.

Uit dit onderzoek blijkt dat het onderscheid tussen het professionele en sociale netwerk niet eenduidig is. De participanten onderhouden enigszins vriendschappelijke relaties met zakelijke contacten. Sociale contacten, worden door het grootste deel van de participanten zoveel mogelijk buiten het professionele netwerk gehouden. Dit onderzoek bevestigt de stelling van Koster & De Vries (2011) dat sociale netwerken positief bijdragen aan de bedrijfsvoering. Hoewel uit de interviews met de participanten afgeleid kan worden dat onderscheid tussen het professionele en het louter sociale netwerk blijft bestaan. Dit bevestigt de verwachting, hoewel slechts een deel van de sociale contacten wordt gezien als positief bijdragend aan de bedrijfsvoering.

De participanten weten contacten, die raakvlakken hebben met zowel het professionele als het sociale netwerk, discreet in te schakelen voor sociaal kapitaal. Dit bevestigt de verwachting dat uit beide netwerken sociaal kapitaal ingezet wordt ten behoeve van hun bedrijf, ookal verschilt de uiting hiervan. Bij zakelijke contacten is de 'gun-factor' belangrijk, hetgeen zakelijke mogelijkheden, steun bij problemen binnen bedrijfs en referenties opleveren. Binnen het louter sociale netwerk ligt de balans tussen emotionele en materiële steun scheef in de richting van emotionele steun. Tevens handelt de meerderheid van de participanten uit wederkerigheid, aangaande de louter sociale contacten en contacten die raakvlakken hebben met beide netwerken. Dit komt de bedrijfsvoering ten goede, omdat de participanten deze netwerken actief onderhouden en evalueren. Dit is een proces volgens Anderson & Jack (2002).

6. Discussie

In dit onderzoek zijn de netwerken belicht vanuit 'egocentrisch' perspectief, waardoor slechts een gedeelte van het gehele netwerk is uitgelicht. De rest van het netwerk, waarbinnen de ego-netwerken van de participanten zich bevinden, ontbreekt. Veel nadere informatie over de 'alters' ontbreekt, waardoor de toegekende karakteristieken van deze contacten niet te objectiveren zijn. Bovendien zijn de aangegeven relaties niet geverifieerd door de 'alters'. Tevens mist informatie over de relaties tussen 'alters'. Hierdoor zijn de gepresenteerde resultaten zijn slecht in perspectief te plaatsen. Met behulp van kwalitatief onderzoek onder de 'alters' van de participant kunnen de netwerken worden aangevuld. De ego-netwerken van 'alters' binnen het netwerk kunnen hier enig inzicht verschaffen.

Toekomstig onderzoek kan tot een vollediger beeld van de netwerken van zzp'ers komen, door een kwantitatieve benadering te combineren met kwalitatieve methoden (Halgin & Borgatti, 2012). Met behulp van software kunnen netwerken gestructureerd worden van relevante 'egocentrische' netwerken. Deze methode heeft als voordeel dat andere eigenschappen van het netwerk aangetoond kunnen worden. Voorbeelden hiervan zijn structuur en compositie, evenals de dynamiek van een netwerk: hoe de 'ego's' en 'alters' elkaar beïnvloeden (Steglich et al., 2010). Een nadeel is dat de karakteristieken die toegekend kunnen worden aan relaties zijn gestandaardiseerd. Met behulp van een kwalitatieve benadering kan de beschrijving van de relaties worden aangevuld met kwalitatieve belichtingen (Anderson & Jack, 2002).

Een ander punt van interesse is de continuïteit van de ego-netwerken. De gepresenteerde resultaten zijn slechts een momentopname. Persoonlijke netwerken zijn dynamisch: de grootte, samenstelling en dynamiek tussen de 'ego's' en 'alters' zijn veranderlijk over tijd (Jack et al. 2008).

Vervolgonderzoek onder dezelfde participanten kan hier inzicht verschaffen.

7. Literatuurlijst

Allen, D.W. (2000). Social networks and self-employment. *Journal of Socio-Economic*, 29, 487-501.

Anderson, A.R. & Jack, S.L. (2002). The articulation of social capital in entrepreneurial networks: a glue or a lubricant? *Entrepreneurship & Regional Development*, 14(3), 193-210.

Arts, L. (2013). *Starters desk*. Geraadpleegd op 01-03-2014 via <http://www.mkb servicedesk.nl/7296/92-procent-starters-zzp.htm>. Utrecht: MKB Servicedesk.

Atzema, O.A.L.C. (2001). Location and local networks of ICT firms in the Netherlands. *Journal of Economic and Social Geography*, 92(3), 369-378.

Becker, G. (1985). Human Capital, Effort and the Sexual Division of Labor, *Journal of Labor Economics*, 3(1), 33-58.

Böheim, R. & Muehlberger, U. (2006). Dependent Forms of Self-employment in the UK, Identifying Workers on the Border between Employment and Self-employment. *IZA Working Paper* No. 1963.

Bosma, N., Praag, M., Thurik, A.R. & Wit, G. de (2002). The value of human and social capital investments for the business performance of startups. *Small Business Economics*, 23(3), 227-236.

Bosma, N., Praag, M. van & De Wit, G. (2000). *Determinants of successful entrepreneurship*. Zoetermeer: EIM.

Bott, E. (1957). *Family and Social Network*. London: Tavistock Publications.

Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital In J.G. Richardson (Red.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). New York: Greenwood.

Braaksma, R.M., Linszen, M.M. & Vries, N.E. de (2000). *Calimero activiteit: De innovatieve netwerken van zzp'ers*. Zoetermeer: MKB en Ondernemerschap.

Burt, R. S. (1992). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge: Harvard University Press.

Butler, J.E. & Hansen, G.S. (1991). Network evolution, entrepreneurial success, and regional development, *Entrepreneurship and Regional Development*, 3, 1-16.

Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Oxford, UK: Blackwell Publishing.

CBS (2012). *Artikelen en persberichten*. Geraadpleegd op 28-02-2014 via <http://www.cbs.nl/en-GB/menu/themas/arbeid-sociale-zekerheid/publicaties/artikelen/archief/2012/2012-3611-wm.htm>. Den Haag/Heerlen: CBS.

CBS Statline (2013). Banen van werknemers in december; economische activiteit (SBI2008), regio. Geraadpleegd op 27-05-13 via <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=81402NED&D1=a&D2=0,9,14&D3=6-17&D4=I&HDR=T,G3&STB=G1,G2&VW=T>. Den Haag/Heerlen: CBS.

Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.

Dekker, R. & Kösters, L. (2011). De ontmythologisering van de zzp-trend. *Tijdschrift voor Arbeidsvraagstukken*, 27(3), 248-263.

Donckels, R. & Lambrecht, J. (1995). Networks and small business growth: An explanatory model. *Small Business Economics*, 7, 273-289.

Glückler, J. (2007). Economic geography and the evolution of networks. *Journal of Economic Geography*, 7, 619-634.

Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties, *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.

Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *The American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.

- Greve, A. & Salaff, J. W. (2003). Social Networks and Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 28(1), 1-22.
- Halgin, D.S., & Borgatti, S.P. (2012). An introduction to personal network analysis and tie churn statistics using E-NET, *Connections*, 32, 1.
- Hansen, E. L. (1995). Entrepreneurial network and new organization growth. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 19(4), 7-19.
- Hanson, S. (2003). Geographical and Feminist Perspectives on Entrepreneurship. *Geographische Zeitschrift*, 91, 1-23.
- Hulsman, S. (2013). *Yacht ziet vraag naar ICT'ers licht stijgen in 2012*. Geraadpleegd op 11-05-2014 via <http://www.computable.nl/artikel/nieuws/loopbaan/4973727/1458016/yacht-vraag-naar-icters-stijgt-explosief.html>. Amsterdam: Computable.
- ICT-Marktmonitor (2013). *ICT-Marktmonitor*. Geraadpleegd op 01-03-2014 via <http://www.ictmarktmonitor.nl/ict-marktmonitor-2013/>. Den Haag: ICT-Marktmonitor.
- ICT-Marktmonitor (2014). *ICT-Marktmonitor*. Geraadpleegd op 23-05-2014 via <http://www.ictmarktmonitor.nl/ict-marktmonitor-2014/arbeidsmarkt/#4>. Den Haag: ICT-Marktmonitor.
- Jack, S., Dodd, S. & Anderson, A.R. (2008) Change and the development of entrepreneurial networks over time: a processual perspective. *Entrepreneurship & Regional Development*, 20(2), 125-159.
- Janicik, G. A., & Larrick, R. P. (2005). Social Network Schemas and the Learning of Incomplete Networks. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(2), 348-364.
- Johannisson, B. (1998). Personal networks in emerging knowledge-based firms: spatial and functional patterns. *Entrepreneurship and Regional Development*, 10 (4), 297-312.
- Koster, S. & Vries, N. de (2011). Bundeling van kracht, of gezamenlijk op jacht? *Tijdschrift voor Arbeidsvraagstukken*, 27(3), 325-344.

- Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. London: Cambridge University Press.
- Longhurst, R. (2010). Semi-structured interviews and Focus Groups In N. Clifford, S. French and G. Valentine (Red.), *Key Methods in Geography* (pp.103-115). Thousand Oaks: Sage.
- Loury, G. (1977). A Dynamic Theory of Racial Income Differences. In P.A. Wallace & A. Le Mund (Red.) *Women, Minorities, and Employment Discrimination* . Lexington, Mass.: Lexington Books.
- Malmberg, A. & Maskell, P. (1997). Towards an Explanation of Regional Specialisation and Industry-agglomeration. *European Planning Studies*, 5(1), 25-40.
- Michelacci, C., & Silva, O. (2007). Why So Many Local Entrepreneurs? *The Review of Economics and Statistics*, 89, 615-633.
- Ostgaard, A., & Birley, S. (1996). New venture growth and personal networks. *Journal of Business Research*, 36, 37-50.
- Schop, E. (2012). *ICT populair vakgebied bij zzp'ers*. Geraadpleegd op 01-03-2014 via <http://www.automatiseringgids.nl/>. Den Haag: Automatisering Gids.
- Simon, H. (1991). Bounded Rationality and Organizational Learning. *Organization Science*, 2(1), 125-134.
- Steglich, C. E., Snijders, T. A. & Pearson, M. (2010). Dynamic Networks and Behavior: Separating Selection from Influence. *Sociological Methodology*, 40, pp. 329-393.
- Van Dinteren, J. (1989). *Zakelijke diensten en middelgrote steden. Nederlandse geografische studies 90*. Amsterdam/Nijmegen: koninklijk Nederlands aardrijkskundig genootschap/geografisch instituut Nijmegen.
- Walker, K.N., MacBride, A., Vachon, M.L.S. (1977). Social Support Networks and the Crisis of Bereavement. *Social Science and Medicine*, 35, 35-41.

Wapperom, L. & Warmerdam, J. (2010). *Zelfstandig ondernemen Zonder Personeel*. Deventer: Kluwer.

Wellman, B. (2008). Review: The development of social network analysis: A study in the sociology of science. *Contemporary Sociology*, 37, 221-222.

Wellman, B., & Hogan, B., Berg, K., Boase, J., Carrasco, J.A., Côté, R., Kayahara, J., Kennedy, T.L.M., Tran, P. (2006). *Connected Lives: The project*. In P. Purcell (Red.), *Networked Neighbourhoods*. Berlin. Springer Publishing.

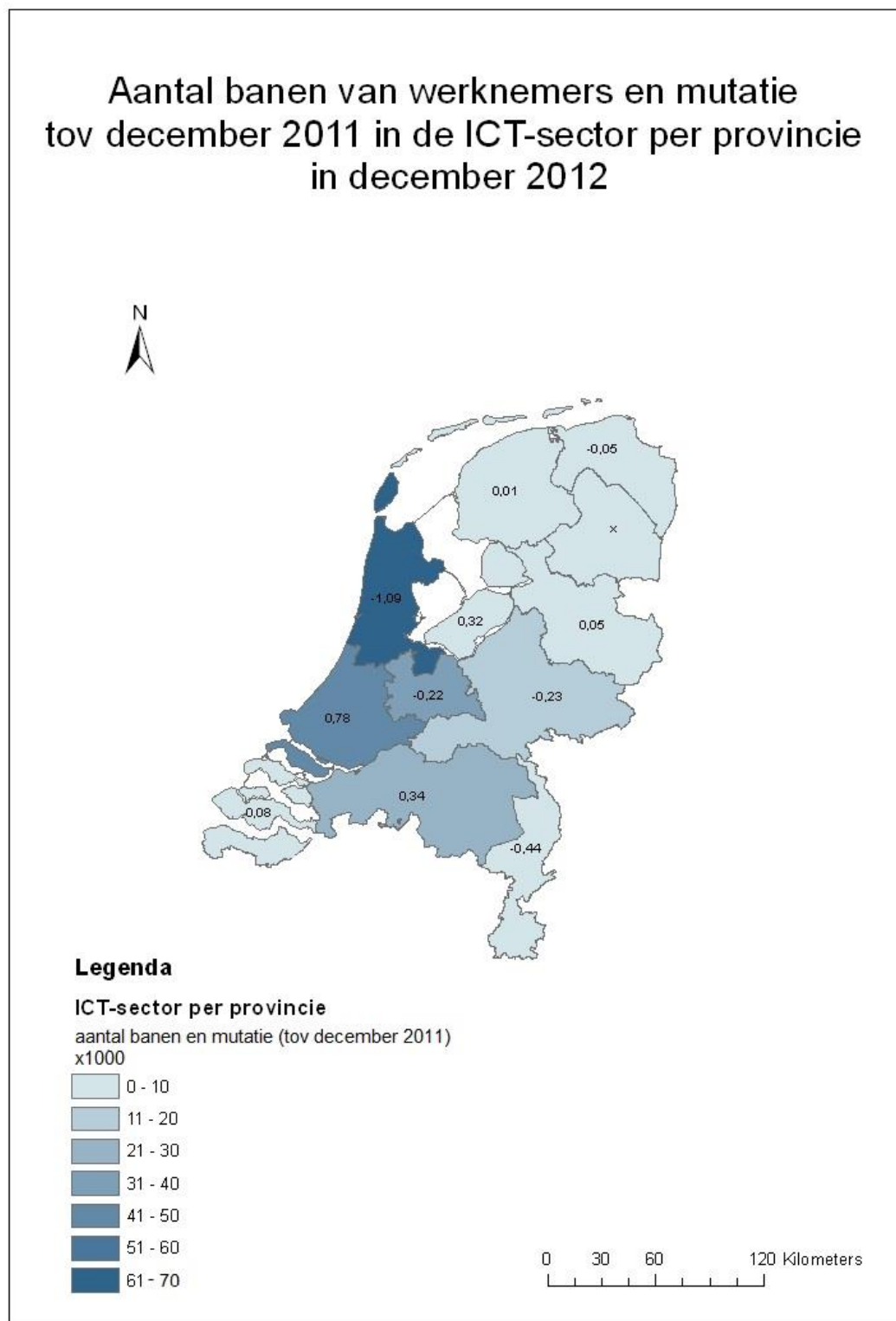
Westlund, H. & Adam, F. (2010). Social capital and economic performance: A meta-analysis of 65 studies, *European Planning Studies*, 18(6), 893-919.

Williams, K., & Durrance, J. C. (2008). Social Networks and Social Capital: Rethinking Theory in Community Informatics. *Journal of Community Informatics*, 4(3).

Woolcock, M. & Narayan, D. (2000). Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy. *World Bank Research Observer*, 15(2), 225-249.

8. Bijlagen

8.1 Bijlage 1



Figuur 1: Aantal banen van werknemers en mutaties tov december 2011 in de ICT-sector in december 2012. Data via CBS Statline (2013b).

8.2 Bijlage 2

Interviewguide

Intro

Ik ben student sociale geografie en planologie aan de faculteit Ruimtelijke Wetenschappen van de Rijksuniversiteit Groningen. Dit semester neem ik deel aan het bacheloreindproject. Tijdens dit onderzoek zal ik mij richten op netwerken en de rol hiervan voor zzp'ers. Dit interview is alleen voor educatieve doeleinden. Alles wat ter sprake komt is volledig vertrouwelijk. Als u het goed vindt zou ik dit gesprek op willen nemen. Ik ben de enige persoon die naderhand naar de opname zal luisteren. Met behulp van de opname wordt het interview uitgetypt tot een transcript. Deze uitwerkingen en de opname zullen met discretie behandeld worden. U bent vrij om het interview op elk moment te beëindigen zo u wilt.

Als u vragen heeft, stel ze alstublieft wanneer u maar wilt.
Bij voorbaat wil ik u bedanken voor uw deelname.

Introductievragen

-Kunt iets vertellen over uzelf? (leeftijd, huwelijkse staat, (eerdere) woonplaats(en), opleidingsniveau, eerder(e) werk(ervaring))

Openingsvragen

- Wat voor werk doet u?
- Waar werkt u en waarom specifiek daar?
- Welke factoren hebben hier aan bijgedragen?

Kernvragen

Mental maps inleiden

Ego-netwerk van professionele netwerk inleiden/tekenen (eventueel gedurende het interview aanvullen)

- Welke professionele contacten onderhoudt u in het dagelijks leven (het afgelopen jaar)

Ego-netwerk van sociale netwerk inleiden/tekenen (eventueel gedurende het interview aanvullen)

- Welke sociale contacten onderhoudt u in het dagelijks leven (het afgelopen jaar)
- Op welke manieren onderhoudt u deze contacten?
 - Hoe? Waarom? Wat zijn de consequenties hiervan voor het contact?
- Op welke manier bent u bereikbaar voor klanten en andere professionele contacten?
- Maakt u gebruik van de diensten van ZZP-belangenorganisaties of vakbonden (zoals FNVZZP, CNV Zelfstandigen, PZO, ZZP Nederland etc.)?
 - Wat levert u dit op?
 - Zo niet? Waarom?
- Welke maatregelen heeft u getroffen voor uw pensioen eventuele ziekte en arbeidsongeschiktheid?

- Waarom?
- Welke invloed hebben uw netwerken hier invloed op?

-Bent u actief binnen een vereniging (sport, hobby, maatschappelijk, politiek, kerk) of doet u vrijwilligerswerk?

- Wat levert dit u op?

-Heeft u hulp aan uw sociale netwerk als u het zwaar/druk heeft met uw werk?

- Op welke manier krijgt u steun en hulp van uw contacten?

-Wat doet u bij te weinig werk/opdrachten?

- Op welke manier helpt uw sociale netwerk hierbij?
- Voorbeeld?

-Hoe houdt u zich op de hoogte van uw vakgebied?

-Hoe vergroot u uw sociale netwerk?

- Hoeveel tijd en kosten?
- Waarom?
- Belang?

Sluiting

-Hoe ziet u zichzelf en uw bedrijfsvoering in de toekomst?

- Hoe kan uw sociale netwerk u hier bij helpen?

-Heeft u nog iets toe te voegen aan de mental map/interview?

Wilt u een schriftelijk eindproduct van dit onderzoek ontvangen?

Dank u wel voor uw medewerking.