

# HET BELANG VAN STERKE- EN ZWAKKE SOCIALE BANDEN VOOR SUCCES BIJ MIGRANTENONDERNEMERS IN DE OPSTART- EN GROEIFASE VAN HUN ONDERNEMING



**Datum:** 19 mei 2015

**Auteur:**

Shirien Molai-Nabie - 294870  
Master Arbeid, Organisatie & Management  
Faculteit der Sociale Wetenschappen  
Erasmus Universiteit

**Scriptiebegeleiders:**

prof. dr. Romke van der Veen  
dr. Fabian Dekker

**Samenwerking met:**

Qredits Microfinanciering Nederland  
Louise van Bokhoven



Microfinanciering Nederland

# Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	1
Samenvatting .....	3
Voorwoord .....	4
Hoofdstuk 1 Inleiding .....	5
§ 1.1 Aanleiding.....	5
§ 1.2 Probleemstelling .....	6
§ 1.3 Relevantie van dit onderzoek.....	7
§ 1.4 Opbouw onderzoek.....	8
Hoofdstuk 2 Het theoretische kader.....	9
Inleiding.....	9
§ 2.1 Definities van migrantenondernemers en succesvol ondernemerschap.....	9
§ 2.2 Verschillende benaderingen van sociaal kapitaal .....	10
§ 2.3 Sociaal kapitaal benadering in dit onderzoek .....	12
§ 2.4 Sociaal kapitaal in de ondernemerslevensloopfasen .....	13
§2.4.1 Fase 1: Opstartfase.....	14
§2.4.2 Fase 2: Groei.....	17
§ 2.5 Deelvragen, hypothese en verwachtingen.....	18
§ 2.6 Conceptueel model .....	19
Hoofdstuk 3 Onderzoeksmethoden.....	20
Inleiding.....	20
§ 3.1 De kwantitatieve onderzoeksmethode .....	20
§ 3.1.1. Beschrijving van secundair datamateriaal.....	20
§ 3.1.2. Operationalisatie van de concepten .....	20
§ 3.2 De kwalitatieve onderzoeksmethode .....	26
§ 3.3 Validiteit .....	27
Hoofdstuk 4 Kwantitatieve analyse .....	28
Inleiding.....	28
§ 4.1 Sterke- en zwakke sociale banden en omzet .....	29
§ 4.2 Conclusies uit het kwantitatieve onderzoek .....	30
§ 4.3 Limitaties van het kwantitatieve onderzoek.....	31
Hoofdstuk 5 Kwalitatieve analyse.....	32
Inleiding.....	32
Het belang van sterke- en zwakke sociale banden voor succes bij migrantenondernemers in de opstart- en groeifase van hun onderneming	

---

§ 5.1 De mechanismen in het levenscyclusmodel .....	33
§5.1.1 De toegevoegde waarde van sterke sociale banden in de opstartfase.....	33
§5.1.2 Een netwerk met zwakke sociale banden in de groei- en opstartfase.....	38
§ 5.2 Rollen van andere mechanismen .....	43
§ 5.3 Een positieve bijdrage van de mechanismen aan succes.....	44
Hoofdstuk 6 Conclusies.....	48
§ 6.1 Conclusies uit het kwantitatieve- en kwalitatieve onderzoek .....	48
§ 6.2 Discussie .....	50
§ 6.3 Aanbeveling voor Qredits.....	51
Literatuurlijst.....	53

# Samenvatting

Dit onderzoek is uitgevoerd door het afnemen van interviews en het analyseren van verbatim transcripten. Daarnaast zijn secundaire data onderzocht die door Qredits Microfinanciering Nederland beschikbaar zijn gesteld. Qredits Microfinanciering Nederland steunt ondernemers door kredieten te verstrekken tot € 250.000. Van de door hun gesteunde ondernemers heeft 13% een buitenlandse afkomst (Smit, 2013). Dit percentage van 13% komt in de buurt van het percentage migrantenondernemers in Nederland conform de 'Monitor Etnisch Ondernemerschap 2013' (Spam, Doove & Smit, 2014). De monitor laat namelijk zien dat 16% van alle ondernemers in Nederland migrantenondernemers zijn.

Migrantenondernemers hebben een andere cultuur met andere sociale netwerken, dus ook een ander sociaal kapitaal. Sociaal kapitaal bestaat volgens Granovetter (1973) uit relaties met sterke- of zwakke sociale banden. Relaties met sterke sociale banden bestaan uit personen die met de ondernemer sociale- en culturele overeenkomsten hebben. De relaties met personen waarmee er zwakke sociale banden zijn, zijn kortstondig en oppervlakkig van aard (Granovetter, 1973). Granovetter (1973) stelt dat de beste contacten relaties met zwakke sociale banden zijn, omdat daar de informatieketen kort en strak is. Door buiten de bekende gemeenschap actief te zijn, ontvangen de ondernemers ook niet-standaard informatie (Ode, 2002). Sequeira en Rasheed (2004) gebruiken deze twee sociale banden in hun levenscyclusmodel voor succesvolle migrantenondernemers. In dit model is aangegeven dat in opstartfase vooral relaties met sterke sociale banden tot succes leiden (Iyer & Shapiro, 1999, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). Daarentegen leiden in de groeifase juist relaties met zwakke sociale banden tot succes. Het levenscyclusmodel is als uitgangspunt genomen om de rollen van de twee sociale banden te onderzoeken. Dit leidt tot de volgende vraagstelling: Welke rollen speelt sociaal kapitaal bij het succes van migrantenondernemers van Qredits gedurende de ondernemerslevensloopfasen en hoe valt dit te begrijpen?

Uit de statistische toetsing van secundair datamateriaal van Qredits Microfinanciering Nederland blijkt dat bij migranten- en autochtone ondernemers relaties met zwakke sociale banden doorslaggevend zijn voor meer kans op succes. Opvallend is dat relaties met sterke sociale banden geen invloed lijken te hebben op succes. Dit is niet consistent met het levenscyclusmodel. Het kwalitatieve deel bekijkt het daarom vanuit een ander perspectief. Hierin worden de opstart- en groeifase apart onderzocht. Dit is onderzocht door 14 semi-gestructureerde interviews met migrantenondernemers. De bevindingen laten zien dat niet alle mechanismen uit het levenscyclusmodel van toepassing zijn op de onderzochte groep. Wat opvalt, is dat de migrantenondernemers in de opstartfase intensief gebruik maken van relaties met zwakke sociale banden, naast de relaties met sterke sociale banden. Op basis van het levenscyclusmodel had ik verwacht dat zij voornamelijk in de opstartfase van relaties met sterke sociale banden gebruik zouden maken. Ik zie nu juist dat de mechanismen van relaties met zwakke sociale banden die in de groeifase van het levenscyclusmodel benoemd staan, ook in de opstartfase voor komen. Daarnaast is er een nieuw mechanisme gevonden: de toegevoegde waarde van institutionele actoren in de opstartfase. Als de migrantenondernemers willen groeien, kiezen ze voor relaties met zwakke sociale banden. In groeifase wordt nauwelijks meer gesproken over relaties met sterke sociale banden.

Het belang van sterke- en zwakke sociale banden voor succes bij migrantenondernemers in de opstart- en groeifase van hun onderneming

# Voorwoord

---

In het kader van mijn Master Arbeid, Organisatie en Management aan de Erasmus Universiteit van Rotterdam heb ik een onderzoek gedaan naar het sociale kapitaal van migrantenondernemers. Deze scriptie is gerealiseerd met dank aan de begeleiding van mijn scriptiebegeleiders prof. dr. Romke van der Veen en dr. Fabian Dekker. Ik wil beide bedanken voor de tijdsinvestering in mij en begeleiding die ze mij hebben geboden om tot bepaalde inzichten te komen. Als ik de verkeerde kant op ging werd ik door middel van een individuele begeleidingsmoment gestimuleerd anders te denken. Door dit onderzoek heb ik veel meer inzicht gekregen in de moeilijkheid van het vak van een sociologische wetenschapper. Er is veel onderzoek en tijd nodig om dingen te onderzoeken, die op het eerste oog zo voor de hand lijken te liggen. Uiteindelijk is het mij gelukt te blijven doorzetten en gemotiveerd te blijven. Mijn doorzettingsvermogen, leergierigheid en positieve energie hebben mij geholpen dit resultaat te bereiken. Ik hoop daarom dat deze energie herkend wordt in mijn onderzoek en dat u mijn onderzoek als goed en interessant kunt waarderen.

Op dinsdag 11 februari 2014 had ik voor het eerst kennis gemaakt met het onderwerp en mijn scriptiebegeleiders. Ik had bewust gekozen voor een opdracht in samenwerking met een bedrijf, omdat ik daardoor het gevoel had dat mijn scriptie daadwerkelijk van toegevoegde waarde kon zijn. Tevens heb ik veel ondernemers in mijn familie, waardoor het onderwerp me sowieso heel erg aansprak. Eind april 2014 had ik een definitief akkoord ontvangen op mijn scriptievoorstel en vanaf toen begon het onderzoek echt te lopen. Vanaf dat moment heeft Louise van Bokhoven van Qredits Microfinanciering Nederland gezorgd voor onderzoeksmateriaal. Louise, dank daarvoor.

Het is een weg geweest van vallen en opstaan. Vooral de combinatie van studeren en het hebben van een klein kindje werd in de latere fase van mijn onderzoek erg uitdagend. Vooral mijn man heeft het vaak moeten voorduren, doordat ik me regelmatig terugtrok om in alle rust te kunnen studeren. Dank je wel Fazel. Daarnaast wil ook mijn medestudenten bedanken: Jennifer Schuurman, Robbie Nijse en Jessica Sijsterman. We hebben voornamelijk in het begin veel samengewerkt, zodat we de 37 ondernemers konden interviewen. Ook wil ik de geïnterviewde ondernemers van Qredits Microfinanciering Nederland bedanken. Zij waren vrijwillig bereid tijd te investeren in dit onderzoek, wat geleid heeft tot interessante resultaten.

Veel plezier met het lezen van mijn scriptieonderzoek!

Shirien Molai-Nabie

19 mei 2015, Rotterdam

# Hoofdstuk 1 Inleiding

---

## § 1.1 Aanleiding

In 2005 zijn diverse ministeries migrantenondernemerschap gaan stimuleren. Zij onderzochten dat meer en beter ondernemerschap onder buitenlandse bevolkingsgroepen bijdraagt aan integratiestimulering en werkloosheidsreductie (Ministerie van Economische Zaken et al., 2005). Gezamenlijk maakten ze een actieplan 'Nieuw ondernemerschap', waarin stond dat 4.2% van de beroepsbevolking zelfstandig ondernemer was (Ministerie van Economische Zaken et al., 2005). Dit percentage is de afgelopen jaren sterk gestegen. De Monitor Etnisch Ondernemerschap 2013 laat namelijk zien dat er nu 1.2 miljoen ondernemers zijn in Nederland, waarvan wel 16% een buitenlandse afkomst heeft (Spam, Doove & Smit, 2014). Binnen de groep migrantenondernemers staakt 39% hun onderneming al na 1.5 jaar (Ministerie van Economische Zaken et al., 2005). Dit impliceert dat er behoorlijke hindernissen bestaan in het ondernemen, maar ook impliceert het dat er ondernemers zijn die wel succesvol zijn. De kans dat zij succesvol zijn hangt niet alleen af van persoonlijke capaciteiten, maar vooral van hun sociaal netwerk. Dit blijkt uit een promotieonderzoek van Cain (2007). Migrantengroepen hebben vooral sociale netwerken binnen hun eigen nationale gemeenschap. De relaties binnen de eigen gemeenschap lijken niet effectief om succes te bereiken (Cain, 2007).

Alle relaties in het sociale netwerk heten sociaal kapitaal. Sociaal kapitaal bestaat volgens Granovetter (1973) uit twee soorten banden: sterke- en zwakke sociale banden. Sterke sociale banden bestaat uit relaties met personen van dezelfde gemeenschap waarmee veel sociale- en culturele overeenkomsten zijn, zoals vrienden en familieleden. De relaties met personen waarmee er een zwakke sociale band is, staan wat verder af van de ondernemer. Hij heeft er geen sociale- en culturele overeenkomsten mee, bijvoorbeeld personen die ze kennen via grote organisaties en lidmaatschappen van verenigingen (Granovetter, 1973). Dit onderzoek brengt de rollen van sterke- en zwakke sociale banden in kaart tijdens de groei- en opstartfase bij migrantenondernemers. Het vertrekpunt is het model van Iyer en Shapiro (1999) met de typische levensloofasen van migrantenondernemers. In de literatuur is reeds onderzocht wat de rollen zijn van relaties met sterke sociale banden. Echter in welke fase ze een rol spelen, is onderbelicht. Mijn verwachting is dat het gebruik van relaties met sterke sociale banden een positieve bijdrage heeft aan succes in de opstartfase, omdat de banden zorgen voor financiële steun (Saraceno & Keck, 2010). Een te klein netwerk en geen vernieuwingen van producten/diensten kunnen hindernissen zijn in het ondernemen (Waldinger, 1996, zoals beschreven in Rusinovic, 2007; Heinz & Kruger, 2001). Men houdt dan in zo een situatie vast aan 'breaking in', wat betekent dat ze vooral sterke sociale banden gebruiken (Granovetter, 1995; Engelen, 2001; Heinz & Kruger, 2001). Om de onderneming te laten groeien is het daarom belangrijk om relaties met zwakke sociale banden te onderhouden, omdat deze toegang geven tot nieuwe markten, kennis en informatie (Iyer & Shapiro, 1999, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004).

Het belang van sterke- en zwakke sociale banden voor succes bij migrantenondernemers in de opstart- en groeifase van hun onderneming

Dit onderzoek richt zich op migrantenondernemers die een microkrediet verstrekking genieten of hebben genoten via Qredits Microfinanciering Nederland (hierna te noemen: Qredits). Qredits is een organisatie die leningen tot € 250.000 verstrekt aan startende ondernemers met minder financiële zekerheden, die niet bij commerciële banken terecht kunnen. Van de ondernemers bij Qredits had in 2013 14% een buitenlandse afkomst (Smit, 2013). Het verband tussen sociaal kapitaal en succesvol ondernemerschap wordt geanalyseerd door kwantitatief- en kwalitatief onderzoek gebaseerd op bronnen die ter beschikking zijn gesteld door Qredits.

## § 1.2 Probleemstelling

Dit onderzoek onderzoekt de rol van sociaal kapitaal bij succesvol ondernemerschap van migrantenondernemers per ondernemerslevensloopfase. Granovetter onderscheidt in zijn sociaal kapitaal benadering twee soorten sociale banden: sterke- en zwakke (Granovetter, 1973). De relaties met een sterke sociale band bestaan uit personen met veel sociale- en culturele overeenkomsten, zoals vrienden en familieleden. Tegenovergesteld zijn relaties met zwakke sociale banden, zoals verre kennissen, personen die ze kennen via lidmaatschappen van verenigingen en zakelijke contacten. Het gebruik van deze sociale banden is verschillend in de groei- en opstartfase (Iyer & Shapiro, 1999, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004).

In de opstartfase brengt de migrantondernemer zijn ideeën om te gaan ondernemer in praktijk met behulp van relaties met een sterke sociale band. Deze relaties zorgen voor steun, kennis, hulp en toegang tot informatie. Ook zorgen deze relaties voor financiële steun bij het opstarten van een onderneming. Hiertegenover staat geen tegenprestatie, zodat de ondernemer geniet van zo laag mogelijke kosten. Door het vertrouwen worden mogelijkheden gecreëerd om samen te werken. Hierdoor heeft de ondernemer, steun, hulp en financiële voordelen wat tot succes kan leiden (Saraceno & Keck, 2010). Het nadeel van het gebruik van deze sociale banden is *'breaking in'*. Dat betekent dat de ondernemer blijft ondernemen in de bekende gemeenschap. Veel concurrentie, dezelfde groep vaste klanten en beperkte informatie vergroten de kans op een falend ondernemerschap (Engelen, 2001).

In de groeifase groeit de ondernemer juist door andere markten te betreden en niet alleen in de bekende gemeenschap te blijven opereren. De relaties met zwakke sociale banden zijn in de groeifase van belang, omdat deze toegang geven tot nieuwe markten, kennis en informatie (Iyer & Shapiro, 1999, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). Door hier meer gebruik van te maken en als het ware buiten de gemeenschap te kijken, ofwel *'breaking out'* wordt toegang verworven tot grotere en rijkere markten. Het resultaat hiervan is meer kans op succesvol ondernemerschap (Engelen, 2001).

Kortom, in de opstartfase spelen relaties met sterke sociale banden een rol vanwege financiële voordelen. In de groeifase spelen relaties met zwakke sociale banden een rol vanwege het leveren van nieuwe informatie die van belang is om te groeien. De volgende centrale vraagstelling komt hieruit tot formulering:

**Welke rollen speelt sociaal kapitaal bij het succes van migrantenondernemers van Qredits gedurende de ondernemerslevensloopfasen en hoe valt dit te begrijpen?**

### § 1.3 Relevantie van dit onderzoek

**Wetenschappelijke relevantie:** Door dit onderzoek heb ik me verdiept in de groep migrantenondernemers. In de literatuur zijn merendeels onderzoeken te vinden die zich concentreren op de verschillen tussen migranten- en autochtone ondernemers. Ik verdiep me juist voornamelijk in één groep en concentreer me hierbij op het zoeken naar mechanismen die bepaalde uitkomsten veroorzaken. Dit gebeurt door middel van kwalitatief onderzoek. Door dit type onderzoek worden de belevingen van de migrantenondernemers belicht. Vervolgens wordt ook gekeken naar veranderingen in het gebruik van sterke- en zwakke sociale banden per ondernemerslevenslooppfase. Tevens vindt er een korte statistische verkenning plaats over de verschillen tussen autochtone- en migrantenondernemers. De resultaten brengen nuances in het theoretische debat over dit onderwerp. Daarnaast is het sociale kapitaal van de groep migrantenondernemers, die niet in aanmerking komt voor een lening bij de commerciële banken, nog niet onderzocht.

**Maatschappelijke relevantie:** Zelfstandige ondernemers zijn van groot belang voor de economie en een belangrijke punt op beleidsagenda's in Europese landen (Celik, 2013). In 2011 werkte 14.6 % van de werkzame beroepsbevolking in Nederland als ondernemer ten opzichte van 12.4 % in 2002 (CBS, 2014). Tussen 2002-2011 nam dit aandeel jaarlijks toe. Tussen de regels staat hier dat het dus ook tussen 2009-2011 is toegenomen. Dit was echter een tijd waarin de werkgelegenheid juist daalde door de economische crisis. Vooral in economische tijden zijn ondernemers een belangrijk onderdeel van de economie, omdat ze juist werkgelegenheid creëren. De laatste jaren wordt groot belang gehecht aan het stimuleren van ondernemerschap, vooral bij ondernemers met een buitenlandse afkomst. Door sociale inbedding in de samenleving verbeteren het mentaal- en fysiek welbevinden (Ministerie van Economische Zaken et al., 2005). Dit onderzoek levert een toegevoegde waarde, doordat het vaststelt of de migrantenondernemers succesvol zijn door hun sociaal kapitaal. Succesvolle ondernemers zijn weer van belang voor de economie en integratie in de samenleving.

**Beleidsrelevantie:** Qredits verstrekt microkredieten aan MKB-bedrijven die moeilijk aan een krediet komen. Het is opgericht door o.a. de ING bank, ABN-AMRO bank, Rabobank en het Ministerie van Economische Zaken. Qredits heeft behoefte aan inzicht in succes- en faalfactoren van zelfstandige ondernemers, zodat het zijn dienstverlening kan optimaliseren. De dienstverlening wordt verleend zonder winst oogmerk. Het verleent startende ondernemers kredieten, onlinetools en coachingstrajecten voor het opzetten, onderhouden en verder ontwikkelen van hun onderneming. Voor Qredits is het vooral interessant om te weten wat de invloed van sociaal kapitaal is op succesvol zelfstandig ondernemerschap van migrantenondernemers. In 2013 had namelijk 13% van de ondernemers een buitenlandse afkomst (Smit, 2013). Migrantenondernemers hebben een andere cultuur. Het onderzoeken van hen heeft als voordeel dat er nu gespecialiseerd wordt in een specifieke doelgroep, die wellicht een andere benadering vanuit Qredits vereist. Overigens zijn alle data voor dit onderzoek beschikbaar gesteld door Qredits. Hierdoor is nu een specifieke groep onderzocht, namelijk ondernemers die echt geld hebben geleend van een financiële organisatie. Zij konden voor het lenen niet terecht bij een bank.



## § 1.4 Opbouw onderzoek

De opbouw van dit onderzoek begint met een aanleiding voor dit onderzoek en de hieruit voortvloeiende probleemstelling. Hierna behandelt hoofdstuk 2 het theoretische kader. Het theoretische kader bestaat uit de volgende onderwerpen: definiëringen in dit onderzoek, sociaal kapitaal benaderingen en welke benadering dit onderzoek aanhoudt. Vervolgens wordt dit gekoppeld aan het levenscyclusmodel met de typische ondernemerslevensloopfasen van migrantenondernemers (Iyer & Shapiro, 1999, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). In hoofdstuk 3 worden de twee onderzoeksmethoden besproken, namelijk: kwantitatief en kwalitatief. De analyse van het kwantitatieve onderzoek wordt in hoofdstuk 4 besproken. Hoofdstuk 5 behandelt de kwalitatieve analyse. Vervolgens worden de conclusies van beide onderzoeken uiteengezet in hoofdstuk 6. Het onderzoek wordt afgesloten met een discussie en aanbeveling.

# Hoofdstuk 2 Het theoretische kader

## Inleiding

Dit hoofdstuk gaat allereerst in op de definities van ‘migrantenondernemers’ en ‘succesvol ondernemerschap’, zodat duidelijk is wat ermee wordt bedoeld. Vervolgens belicht de tweede paragraaf verschillende benaderingen in de literatuur over sociaal kapitaal. Daarna volgt in de derde paragraaf de benadering die dit onderzoek aanhoudt. De vierde paragraaf licht de verandering toe van sociaal kapitaal tijdens de typische ondernemerslevensloopfasen. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met deelvragen, hypotheses, verwachtingen en een conceptueel model.

## § 2.1 Definities van migrantenondernemers en succesvol ondernemerschap

### Definitie: migrantenondernemers

In het dagelijkse leven worden personen met een buitenlandse afkomst verschillend gedefinieerd, namelijk als: migranten, nieuwe Nederlanders, allochtonen en etnische minderheden. De gevonden definities zijn geen synoniemen, maar ze hebben wel overeenkomsten. Migranten zijn volgens het Van Dale woordenboek personen die naar een ander land zijn verhuisd. Nieuwe Nederlanders is een synoniem voor het woord allochtoon dat gecreëerd is, omdat in de huidige maatschappij het woord allochtoon als discriminerend wordt ervaren. Etnische minderheden is een veranderlijke definitie. Het duidt een groep aan die zich wil onderscheiden. De kern is dat het gaat om personen met een andere afkomst, cultuur, normen en waarden. In de gebruikte literatuur voor dit onderzoek zijn twee definities overheersend, namelijk: migrantenondernemers (Engelen, 2001; Kloosterman & Rath, 1999; Kloosterman, Van der Leun & Rath, 1997; Rusinovic, 2007; Sequeira & Rasheed, 2004; Waldinger, 1996; Wolff & Rath, 2000) en etnische ondernemers (Baetsen & Voskamp, 1991; Cain, 2007; Iyer & Shapiro, 1999; Span, Doove & Smit, 2014; Van den Tillaart, 2007). Met de definitie etnische ondernemers kunnen ook groepen in Nederland bedoeld worden, die niet per se uit het buitenland komen, zoals de Friezen. Dit is de reden geweest waarom er in dit onderzoek gesproken wordt over migrantenondernemers. Migranten worden duidelijk gerelateerd aan een buitenlandse afkomst. Voor de exacte definiëring van migrantenondernemers wordt de definitie allochtoon van het CBS (2014) aangehouden:

*“Personen die zelf in het buitenland geboren zijn en van wie ten minste één ouder eveneens in het buitenland geboren is en personen die in Nederland geboren zijn en van wie ten minste één ouder in het buitenland is geboren”.*

Bij Qredits heeft 14% van de ondernemers een buitenlandse afkomst tegenover 86% met een autochtone afkomst (Smit, 2013). Dit percentage van 14% komt in de buurt van het landelijke

Het belang van sterke- en zwakke sociale banden voor succes bij migrantenondernemers in de opstart- en groeifase van hun onderneming

gemiddelde van 16% gebaseerd op de Monitor Etnisch Ondernemerschap 2013 (Spam, Doove & Smit, 2014).

### **Definitie: succesvol ondernemerschap**

Er is veel onderzoek gedaan naar succesvol ondernemerschap met als gevolg dat er verschillende definities bestaan. Consensus over het begrip is dus nog niet bereikt. Een oude definitie van succesvol ondernemerschap is volgens Hornaday en Aboud (1971) dat een onderneming draaiende wordt gehouden in de eerste twee of drie jaar, nadat het is opgericht. Tevens moeten hier minimaal acht werknemers werken. De onderneming moet een bestaansrecht hebben van minstens vijf jaar. Dit is een bijzondere definitie, want dit zou betekenen dat ondernemers die drie jaar bestaan niet succesvol zijn. Groei wordt in de definitie van Hornaday en Aboud (1971) gelijk gesteld aan het aannemen van personeel. Dit spreekt weer de definitie van Rauch en Frese (2000) tegen. Zij stellen dat ondernemers niet willen groeien, zodat ze zelf controle kunnen uitoefenen op de gehele onderneming. Stam et al. (2012) definiëren dat ondernemers ambitieus zijn als ze ondernemende activiteiten ontplooiën met als doel zo veel mogelijk waardecreatie. Van Praag (2005) verenigt de meeste van deze maatstaven in haar onderzoek door gebruik te maken van vier indicatoren van succesvol ondernemerschap. De eerste indicator is het aantal werknemers, wat betekent dat meer personeel gelijk staat aan meer succes. De tweede indicator is het aantal jaren dat een onderneming bestaat. De derde indicator is winst. De laatste indicator is de inkomsten die ten bate komen voor de ondernemer. De definitie van Praag (2005) is het meest veelomvattend. De andere definities zijn hierin beperkter. Dit onderzoek handhaaft daarom haar definitie.

In het kwalitatieve gedeelte wordt uitgegaan van succes als de ondernemer een positieve waardering over zijn onderneming heeft. In het kwantitatieve gedeelte wordt uitgegaan van succes als de ondernemer een hogere omzet heeft. Er is gekozen voor deze definities, omdat deze het meest passen binnen de onderzoeksmogelijkheden die het datamateriaal biedt.

## **§ 2.2 Verschillende benaderingen van sociaal kapitaal**

Sociaal kapitaal is veel onderzocht in de literatuur, waardoor er geen constante benadering is. In 1894 introduceerde Marx een fenomeen waarin het proletariaat zich bewust werd van hun positie in de samenleving en de relatie met elkaar (Marx, 1894). Doordat ze in dezelfde positie zaten met hetzelfde lot, beseften ze wat ze aan elkaar hadden en dat ze elkaar hierin konden steunen. Alleen leden uit diezelfde gemeenschap konden hieraan meedoen (Marx, 1894). Dit fenomeen schetst een goed voorbeeld van relaties met sterke sociale banden. Hierna worden de meest bekende benaderingen van sociaal kapitaal toegelicht.

### **I. Omgangsvormen benadering: Vier niveaus van wederkerigheid volgens Portes (1988)**

De eerste benadering van sociaal kapitaal is van de Amerikaanse antropoloog Portes (1988) en luidt: *“The ability of actors to secure benefit virtue of membership in social networks or other social structures”* (Portes, 1988, p.48).

Het belang van sterke- en zwakke sociale banden voor succes bij migrantenondernemers in de opstart- en groeifase van hun onderneming

Door het hebben van sociale relaties is er sociaal kapitaal. Wederkerigheid is de bron hiervan. Portes (1998) deelt wederkerigheid in vier niveaus. Als eerst altruïsme: door normen en principes raakt men intrinsiek gemotiveerd elkaar te steunen. Bijvoorbeeld geld geven aan uw zoon voor zijn onderneming, omdat u hem graag gelukkig wilt zien. De tweede is begrensde solidariteit: solidair omgaan met problemen van leden van de groep. Bijvoorbeeld geld inzamelen voor de plaatselijke Turkse slager, omdat zijn zaak is afgebrand. De derde is reciprociteit: men steunt elkaar, omdat men op termijn iets hiervoor terug verwacht. De relatie heeft een informeel karakter en er zijn geen concrete afspraken over het terugbetalen. Een voorbeeld hiervan is het geven van organisatieadvies aan vriend die u inhuurt als adviseur. Ten slotte is er hulp of donatie door er zelf beter van te worden. Bijvoorbeeld het verstrekken van een lening aan de vrouw van uw baas, zodat hij u aardiger en nuttiger vindt (Portes, 1988, zoals beschreven in Engbersen 2002). Kawachi et al. (1977) benadrukken sterker dat het belang van wederkerige relaties gebaseerd is op vertrouwen. Door vertrouwen ontstaan stabiele relaties, waardoor men elkaar gunsten verleent. Voor deze gunsten wordt niet iets materialistisch terug verwacht:

*“The features of social organization, such as civic participation, norms of reciprocity, and trust in others, that facilitate cooperation for mutual benefit. Social capital is a community-level whose counterpart at the individual level is measured by a person’s social network”* (Kawachi, Kennedy, Lochner & Prothrow-Stith, 1997, p.1491).

## II. De functionele benadering: Sociaal kapitaal voordelen volgens Bourdieu (1986)

De tweede benadering van sociaal kapitaal is van de Franse socioloog Bourdieu (1986) en luidt:

*“The profits which accrue from membership in a group are the basis of solidarity which makes them possible”* (Bourdieu, 1986, p. 249).

Bourdieu relateert lidmaatschap van een sociaal netwerk aan solidariteit. De essentie hierin is het kunnen mobiliseren van voordelen uit sociaal kapitaal. Op basis van zijn benadering is een tweedeling zichtbaar in sociaal kapitaal, te weten: de relatie an sich waardoor er toegang tot sociale netwerken is en de intensiteit van de relatie. Sociale relaties zijn dus geen constante en vereisen investeringen en onderhoud. Investerings zijn niet transparant, noch gedefinieerd en brengen daardoor veel onzekerheid mee. Er wordt bijvoorbeeld geen tijd afgesproken van wederdienstverlening en ook kan het zo zijn dat reciprociteitsverwachtingen beschaamd worden in de toekomst. Desalniettemin brengt het wel veel voordelen die men niet kan bereiken door kant-en-klare geschreven markttuitwisselingen (Bourdieu, 1986). In 1989 heeft Bourdieu zijn benadering uitgebreid door toe te voegen dat door sociaal kapitaal een kredietwaardige status wordt verkregen (Bourdieu, 1989).

## III. De economische benadering: Sterke- en zwakke sociale banden volgens Granovetter (1973)

De derde benadering, tevens de laatste en meest bekende benadering, is van Mark Granovetter (1973). Mark heeft op het gebied van sociaal kapitaal baanbrekend onderzoek gedaan tijdens zijn werkperiode als socioloog en professor aan de Stanford University. Met zijn artikel ‘The strength of weak ties’ heeft hij de kracht van relaties met zwakke sociale banden belicht. Hij onderzocht de functies en rollen van relaties met sterke- en zwakke sociale banden bij het zoeken van werk. Het doel van zijn benadering is het verklaren van economische verschillen tussen maatschappijen, waarin

verschillende niveaus van sociale integraties zijn. In tegenstelling tot voorgaande benaderingen heeft hij veel aandacht voor de economische rollen. Hij geeft aan dat er economische voordelen te behalen zijn uit relaties met sterke- of zwakke sociale banden (Granovetter, 1973). Sterke sociale banden bestaan uit personen met veel sociale- en culturele overeenkomsten, zoals vrienden en familieleden. De type motivatie bij vrienden en familieleden om elkaar te helpen is intrinsiek. Zwakke sociale banden bestaan uit relaties met personen met juist nauwelijks sociale- en culturele overeenkomsten, zoals kennissen die u kent via ondernemersverenigingen. Hierdoor komt men juist in contact met verschillende culturen en dus ook informatie. De ondernemer is extrinsiek gemotiveerd om relaties met zwakke sociale banden te creëren. Bij extrinsieke motivatie wordt de ondernemer gemotiveerd door bijvoorbeeld geld of status. De relaties met zwakke sociale banden zijn kortstondig en oppervlakkig van aard. Hierdoor heerst er geen solidair gevoel. Granovetter (1973) stelt dat de beste contacten relaties met zwakke sociale banden zijn, omdat daar de informatieketen kort en strak is. Door buiten het nabije netwerk actief te zijn, ontvangt de ondernemer ook niet-standaard informatie (Ode, 2002).

### § 2.3 Sociaal kapitaal benadering in dit onderzoek

Het gaat bij alle genoemde benaderingen om het belang van sociaal kapitaal dat essentieel is bij het behalen van doelen, zoals succes en welzijn. Dit onderzoek houdt de benadering van Granovetter (1973) aan. Granovetter (1973) heeft namelijk aandacht voor economische verhoudingen wat past bij de economische definitie van ondernemerssucces in dit onderzoek, namelijk omzet. Daarnaast zijn de andere beschreven benaderingen ook in de benadering van Granovetter (1973) geïntegreerd. De vier niveaus van wederkerigheid (Portes, 1988) zijn namelijk afhankelijk van het sociale netwerk. Bij relaties met sterke sociale banden is men juist intrinsiek gemotiveerd (Granovetter, 1973). Afhankelijk van de intensiteit van de relatie vallen hieruit voordelen te behalen (Bourdieu, 1986). Granovetter (1973) benadert dit verband genuanceerder door te stellen dat relaties met zwakke- en sterke sociale banden verschillende voordelen hebben. Door te stellen dat men zich moet concentreren op zwakke sociale banden wordt voorkomen dat er geen verrijking van sociaal kapitaal plaatsvindt.

In dit onderzoek gaat het niet om verschillen tussen groepen, maar om de rollen die sociaal kapitaal heeft binnen de groep migrantenondernemers. Sterke sociale banden kunnen zeer voordelig zijn binnen deze groep als er een onderneming wordt opgestart (Granovetter, 1973). De leden van de gemeenschap van de migrantenondernemer zorgen ervoor dat de ondernemer eerder wordt geholpen, begrepen als hij een bedrijf gaat opstarten. Daarnaast zorgt migrantenondernemerschap ervoor dat etnische producten beschikbaar zijn. Sociaal kapitaal van specifiek de groep migrantenondernemers bereikt dus succes voornamelijk via relaties met sterke sociale banden (Klooster & Rath, 2001). Relaties met sterke sociale banden geven de migrantenondernemer namelijk opstartmogelijkheden, steun en toegang tot informatie (Waldinger & Aldrich, 1990; Dijkstra et al., 2001; Saraceno & Keck, 2010; Jong, 1988). Door steun, zoals hulp van familie in de vorm van fysieke- en financiële hulp zijn er minder kosten. De normen en waarden van de culturen, die meestal gericht zijn op elkaar onvoorwaardelijk te helpen, hebben invloed op dit vertrouwensgedrag. Ze steunen elkaar door dit vertrouwensgedrag veel meer en lenen ook geld aan elkaar. Daarnaast bieden relaties

met sterke sociale banden mogelijkheden tot invloed en macht over personen (Klooster & Rath, 2001; Celik, 2013). Invloed en macht over personen is afhankelijk van de sterkte van de relatie. Een relatie wordt sterker door frequent contact wat zorgt voor een emotionele band (Granovetter, 1973). Het nadeel van relaties met sterke sociale banden is dat ze een beperkende werking hebben als de ondernemer wil gaan groeien. Hierna worden deze mechanismen nader toegelicht.

## § 2.4 Sociaal kapitaal in de ondernemerslevensloopfasen

Deze paragraaf belicht de onderliggende mechanismen tussen sociaal kapitaal en ondernemerschap in de verschillende ondernemerslevensloopfasen van de migrantenondernemers. Sequeira en Rasheed (2004) hebben een levenscyclusmodel gemaakt met de meest typische fasen bij succesvolle migrantenondernemers. De ondernemerslevensloopfasen zijn gecreëerd door Iyer en Shapiro (1999) en bestaan uit de pre-opstartfase, opstartfase en de groeifase. De ondernemerslevensloopfasen worden niet altijd door alle migrantenondernemers doorlopen. Morris (2001) heeft dit model aangevuld met typische sociale interacties die tijdens de ondernemerslevensloopfasen plaatsvinden: persoon naar persoon en/of van persoon naar organisatie. Morris (2001) geeft aan dat de type sociale interactie een beeld geeft of de ondernemer sterk verbonden is met zijn gemeenschap of niet.

In de eerste fase 'Pre-opstartfase (=Pre-startup stage)' is de migrantondernemer nog een werknemer in de eigen gemeenschap. Daarna gaat hij in de tweede fase 'Opstartfase (=Start-up stage)' op zoek naar ideeën voor zelfstandig ondernemerschap. Hierna oefent hij de ideeën uit in zijn eigen gemeenschap. In dit onderzoek wordt de pre-opstartfase niet nader onderzocht, omdat deze fase niet bij de onderzoeksdoelgroep past. In het levenscyclusmodel zijn Sequeira en Rasheed (2004) ervan uitgegaan dat de migrantenondernemers, waar dit model op gericht was, uit het buitenland kwamen. In het buitenland leefden ze in lokale gemeenschappen. De relaties in de lokale gemeenschappen waren van meerwaarde als ze migreerden naar een ander land. De ondernemers die voor dit onderzoek zijn benaderd komen niet uit lokale gemeenschappen. Het zijn geen personen die niet de Nederlandse taal machtig zijn. Daarnaast hebben alle onderzochte ondernemers werkervaring in het Nederlandse bedrijfsleven.

In de fase erna 'Groei (=Growth)' gaat de migrantondernemer zijn diensten/ producten ook op andere markten aanbieden. Door groei gaat hij ook investeren in de internationale markt, vooral gericht op het land van herkomst (Iyer & Shapiro, 1999, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). Tabel 2.1 weergeeft de ondernemerslevensloopfasen. Hierna worden de rollen van het gebruik van zwakke- en sterke sociale banden in de twee verschillende fasen nader toegelicht.

TABEL 2.1

Ondernemerslevensloofasen, type uitwisseling en soorten sociale banden.

Dit is het levenscyclusmodel met de meest typische fasen bij succesvolle migrantenondernemers.

Stages in Ethnic Business & Life Cycle Stage	Stages of Exchange	Type of Tie Prevalent
<b>PRE-STARTUP STAGE</b> Employee in ethnic enclave	Person to person	<b>WEAK TIES</b> Environment familiarity Creating social capital Learn business skills Improve language Gain legitimacy
<b>START-UP STAGE</b> Self-employment in ethnic enclave	Person to person	<b>STRONG TIES</b> Using social capital Sponsorship Financial capital (RCA) Family support Co-ethnic labor
<b>GROWTH</b> Horizontal expansion to non-ethnic market	Person to person Person to organization	<b>WEAK TIES</b> Outside financing Develop contacts Develop professional ties Learning new market

Bron: Iyer & Shapiro, 1999, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004

### § 2.4.1 Fase 1: Opstartfase

#### Het gebruik van hechte relaties (*using social capital*)

Sequeira en Rasheed (2004) zien dat het sociale netwerk een middel is om toegang tot informatie, nieuwe mogelijkheden en steun te krijgen. Het sociale netwerk bestaat uit relaties met organisaties en personen waarmee er een hechte band is. Deze banden worden gekenmerkt door een hechte relatie en emotionele betrokkenheid (Sequeira & Rasheed, 2004). Deze elementen tezamen noemen Sequeira en Rasheed (2004) sociaal kapitaal. Door sociaal kapitaal worden voordelen behaald die anders niet mogelijk zouden zijn. Coleman (1988, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004) onderscheidt drie aspecten in sociaal kapitaal: 1. verplichtingen en verwachtingen, 2. ontvangen van informatie en 3. normen met daaruit voortvloeiende sancties. Alle drie de aspecten spelen een rol tijdens de opstart- en groeifase, maar vooral tijdens de opstartfase. Door meer relaties te hebben en te gebruiken kan de ondernemer meer beroep doen op zijn sociaal kapitaal. In de kwalitatieve analyse wordt dit mechanisme niet meegenomen. Het doel van de kwalitatieve analyse is onderzoeken wat de rollen van de mechanismen zijn. De vier andere mechanismen in tabel 2.1 zijn concretere onderzoekbare mechanismen. Deze mechanismen gaan over de doelen waarvoor de migrantenondernemers relaties met sterke sociale banden gebruiken. Het aantonen of ze an sich gebruik maken van deze relaties is daarom overbodig.

### **Sponsoring (*sponsorship*)**

In de opstartfase worden vooral de relaties met familie en vrienden gebruikt voor sponsoring (Stinchcombe, 1965; Flynn, 1993, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). Dit houdt in dat de ondernemer spullen aangereikt krijgt van familie en vrienden zonder hiervoor te betalen. Deze giften creëren een gunstig klimaat. Hierdoor leidt de migrantondernemer minder financiële schade. Financiële schade zou hij normaliter wel hebben, omdat hij nog klein en nieuw. Daarnaast zou hij ook schade leiden doordat hij nog zou moeten betalen voor nieuwe spullen. De vrienden en familieleden proberen in feite een verzorgende omgeving te creëren voor de migrantondernemer. Sponsoring kan ook plaatsvinden door de overheid of het bedrijfsleven. Volgens Sequeira en Rasheed (2004) komt dit minder voor en daarom concentreren de twee onderzoekers zich op sponsors door relaties met sterke sociale banden.

### **Financieel kapitaal (RCA) (*Financial Capital RCA*)**

Om een onderneming te kunnen starten moet een startkapitaal in bezit zijn. Deze verkrijgen de migrantenondernemers door hun eigen spaargeld te benutten, leningen van vrienden en familie, en door "Rotating Credit Associations" (RCA) (Sequeira & Rasheed, 2004). RCA's bestaan uit een sociale groep waarvan de leden per periode een contributie betalen. De totale contributie wordt per periode steeds aan een andere lid van de sociale groep gegeven (Light, 1972, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). Het lidmaatschap van deze sociale groep is gebaseerd op vertrouwen. Het voordeel van RCA's is dat het de leden stimuleert om te sparen. Daarnaast wordt het mogelijk om in één keer een groot bedrag te ontvangen, waarvoor normaliter een bank moest worden benaderd (Light, 1972, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). In het kwalitatieve onderzoek wordt dit mechanisme niet nader onderzocht, omdat alle deelnemers wel gebruik maken van een bank.

Het startkapitaal van autochtone- en migrantenondernemers blijkt te verschillen (Wolff & Rath; 2000, zoals beschreven in Van den Tillaart, 2007). Bij migrantenondernemers ligt dit tussen € 10.000 - € 20.000 en bij autochtone ondernemers is dit meer dan € 40.000 (Wolff & Rath, 2000, zoals beschreven in Van den Tillaart, 2007). Dit zou kunnen betekenen de migrantenondernemers wellicht minder hoeven te lenen, omdat ze financieel kapitaal via familieleden en vrienden kunnen krijgen. Ten eerste bestaan sterke sociale banden uit relaties die zorgen voor vertrouwen en verplichting. In de relatie is het vanzelfsprekend om iets voor elkaar te doen zonder dwang en controle, dat heet: sociale reciprociteit (Dijkstra et al., 2001; Saraceno & Keck, 2010). Ten tweede kunnen relaties met zwakke sociale banden minder toegankelijk zijn. Door deze twee oorzaken ontstaan informele vormen van kredietverstrekking welke voordeliger zijn door: (1) geen rente, (2) geen strikte aflossingsvoorschriften, (3) een snellere procedure, (4) het niet te hoeven voldoen aan eisen die formele bronnen noodzakelijk achten en (5) het hebben van een adviserende inbreng van de geldschieter (Jong, 1988).

### **Familie steun (*Family support*)**

Familie en vrienden helpen de migrantondernemer door hem emotioneel te steunen, te adviseren en fysiek te helpen (Sequeira & Rasheed, 2004). Bij steun gaat hem om niet-tastbare zaken, zoals advies en hulp. Het voordeel van steun, advies en hulp is het hebben van lagere kosten (Sequeira &



Rasheed, 2004). De ondernemer is heel afhankelijk van zijn omgeving, want hij heeft nog niet de nodige kennis en bekendheid opgebouwd (Pfeffer & Salancik, 1978; Stinchcombe, 1965). Door gebruik te maken van relaties met sterke sociale banden heeft de ondernemer toegang tot een netwerk met essentiële kennis en informatie, waarvoor hij niet hoeft te betalen (Aldrich & Waldinger, 1990). Met kennis en informatie wordt bijvoorbeeld kennis over systemen, leveranciers, bedrijven, regels en concurrentie bedoeld.

De onderliggende factor waarom personen in relaties met sterke sociale banden elkaar steunen is reciprociteit (Portes, 1988; Sequeira & Rasheed, 2004). Door strengere normen en waarden wordt het als een verplichting gezien om elkaar te helpen als dat nodig is. Men steunt elkaar, omdat men op termijn iets hiervoor terug verwacht (Portes, 1988). De verwachting heeft een informeel karakter, omdat er geen concrete afspraken zijn gemaakt (Portes, 1988). Kortom zijn in de opstartfase de relaties met sterke sociale banden van belang om te groeien naar de volgende fase. Iemand met alleen relaties met zwakke sociale banden moet eerst zijn sociaal kapitaal nog opbouwen om toegang tot de hiervoor genoemde voordelen te krijgen (Sequeira & Rasheed, 2004).

### **Ondernemen in de migrantengemeenschap (*Co-ethnic labor*)**

Volgens Waldinger & Aldrich (1990) zijn migrantenondernemers bijzonder door het netwerk om hun heen. Het netwerk bestaat uit personen die een gemeenschappelijke nationale achtergrond hebben. Door de gemeenschappelijke achtergronden zijn er bepaalde typische sectoren gekenmerkt. Bovendien is er meer behoefte aan specifieke producten, zoals Turkse koffiehuisen, Italiaanse restaurants en ijssalons, Chinese restaurants, Vietnamese snackbars en Hindoestaanse videotheken (Rusinovic, 2007; Kloosterman, Leun & Rath, 1995, zoals beschreven in Ode, 2002). In de Monitor Etnisch Ondernemerschap 2013 is onderzocht dat migrantenondernemers in alle sectoren voor komen. De belangrijkste sectoren in 2011 zijn: handel en reparatie (17%) en zakelijke dienstverlening (22%). De meeste markten van migrantenondernemers zijn alleen gericht op de eigen gemeenschap (Sequeira & Rasheed, 2004). Hierdoor ontstaat een enorme sterke onderlinge concurrentieslag (Baetsen & Voskamp, 1991). De gevolgen hiervan zijn snelle wisselingen van bedrijven en faillissementen.

Waldinger & Aldrich (1990) hebben de migranten markt onderzocht en onderscheiden vier soorten markten, namelijk: (1) de eerst toegankelijk markt, (2) specialiseren, (3) fabriceren en (4) breaking out. In de laatste fase heeft de migrantondernemer geen eigen identiteit meer. De eerste soort markt heeft een lage toegangsdrempel door minder strenge regels, lage financiën, lage opleiding en de juiste middelen. Dit fenomeen staat bekend als sortering naar arbeidsmarkt (Kloosterman, Van der Leun & Rath, 1997, zoals beschreven in Kloosterman & Rath, 1999). Een toegevoegde waarde wordt gecreëerd als men ook in andere schakels van een productieketen actief is. Een voorbeeld hiervan is de zuivelproductie keten in Duitsland. Turkse ondernemers zijn zo succesvol in de productie en handel in Turkse fetakaas en yoghurt, dat zelfs onder andere Nederland ook gebruik maakt van deze productie en handel (Kloosterman, Van der Leun & Rath, 1997, zoals beschreven in Kloosterman & Rath, 1999).

## §2.4.2 Fase 2: Groei

Groeien is een keuze en niet alle ondernemers willen groeien (Sequeira & Rasheed, 2004). Sommige blijven liever binnen de bekende migranten gemeenschap ondernemer, omdat ze genoeg nemen met hoe het gaat (Sequeira & Rasheed, 2004). Ze kunnen rondkomen en hebben tijd voor sociale activiteiten en dat is voldoende (Sequeira & Rasheed, 2004). Tegenovergesteld zijn de migrantenondernemers die juist willen groeien, maar geen groei meer kunnen bereiken in de bekende gemeenschap en de markt waarin ze nu actief zijn (Sequeira & Rasheed, 2004).

### **Financiering buiten de bekende gemeenschap (*outside financing*)**

De eerste rol in de groeifase “outside financing” wordt in het artikel van Sequeira en Rasheed (2004) zeer beperkt behandeld, waardoor het niet mogelijk is om daar onderzoek naar te doen. Deze rol wordt daarom niet verder behandeld.

### **Ontwikkelen van professionele relaties en nieuwe contacten (*develop new contacts and professional ties*)**

De tweede rol “develop contacts” en de derde rol “develop professional ties” lijken beide op elkaar. Daarom worden deze twee rollen in dit onderzoek als één rol beschouwd. Relaties met een sterke sociale band zijn in de groeifase minder van belang. Relaties met een zwakke sociale banden creëren mogelijkheden tot uitbreiding van de onderneming, waardoor er toegang is tot grotere economieën (Hite & Hesterley, 2001, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). Granovetter (1973) stelt dat relaties met zwakke sociale banden zich richten op andere groepen, waardoor er toegang is tot nieuwe informatie. Outsiders delen volgens hem eerder nuttige informatie dan naasten (Granovetter, 1973). Hoe meer relaties met zwakke sociale banden worden gebruikt, hoe diverser de informatie en bronnen zijn die tot de ondernemer komen (Granovetter, 1973). Hierdoor ontstaat groei van de onderneming (Granovetter, 1973). Tevens wordt dit mechanisme bevestigd door Baines en Wheelock (1998, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). Zij hebben onderzocht dat ondernemers met groeiende ondernemingen vaker geen familiebedrijf hebben. De ondernemers hadden een groot netwerk waarin ze samenwerkten met andere bedrijven (Baines & Wheelock, 1988, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). Dit bevestigt tevens ook de laatste typische sociale interactie van Moris (2001) in het levenscyclusmodel, namelijk: van persoon naar organisatie. Deze sociale interactie laat zien dat de ondernemer al minder verbonden is met zijn eigen gemeenschap.

### **Nieuwe markten verkennen (*learning new market*)**

De migranten markten zijn kleiner en daardoor zijn er minder ondernemers hierin actief (Aldrich & Waldinger, 1990; Sequeira & Rasheed, 2004). Om te kunnen excelleren, moeten zij andere markten gaan betreden, vooral niet-migrant markten (Sequeira & Rasheed, 2004). Relaties met sterke sociale banden zijn in de groeifase belemmerend voor de ondernemer (Sequeira & Rasheed, 2004). Deze beschikken namelijk niet over nieuwe informatie. Juist in de groeifase is het belangrijk dat de ondernemer nieuwe terreinen gaat bekleden (Sequeira & Rasheed, 2004).

Het belang van sterke- en zwakke sociale banden voor succes bij migrantenondernemers in de opstart- en groeifase van hun onderneming

## § 2.5 Deelvragen, hypothese en verwachtingen

Op basis van het theoretische kader zijn de volgende de twee deelvragen geformuleerd die in dit onderzoek beantwoord worden:

- 1) **Kan succesvol ondernemerschap van migrantenondernemers bij Qredits worden verklaard vanuit sociaal kapitaal en zo ja, op welke wijze?**  
(beantwoording door kwantitatief onderzoek)
- 2) **Verschillen de rollen van sociaal kapitaal per ondernemerslevensloopfase bij de migrantenondernemers van Qredits en zo ja, hoe valt dit begrijpen?**  
(beantwoording door kwalitatief onderzoek)

Het voorgaande wordt getoetst door onderstaande hypothese en verwachtingen. De hypothese wordt getoetst in het kwantitatieve onderzoek. In dat onderzoek wordt verondersteld dat er factoren zijn die het verband versterken of juist verzwakken, zoals leeftijd, geslacht, opleiding, sector en uitkeringssituatie voor het ondernemen.

- 1) De relaties met sterke sociale banden zijn bij migrantenondernemers, in vergelijking met autochtone ondernemers, meer van invloed dan relaties met zwakke sociale banden;

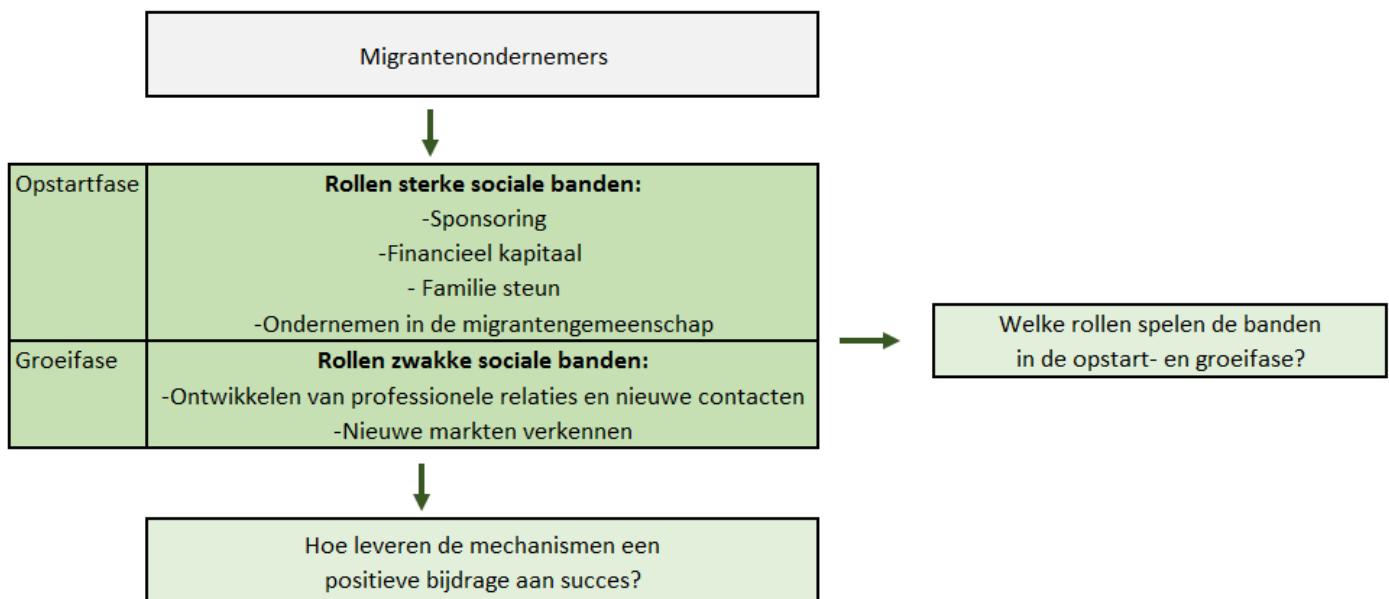
Verwachtingen 2 en 3 worden nader onderzocht door kwalitatief onderzoek. Dit deel maakt een verdieping in sociaal kapitaal door te onderzoeken welke rollen de relaties spelen in de verschillende ondernemerslevensloopfasen en hoe deze bijdragen aan succes. Op basis van voorgaande benaderingen worden de volgende relaties verwacht:

- 2) In de opstartfase leveren relaties met sterke sociale banden, in vergelijking met relaties met zwakke sociale banden, een positievere bijdrage aan succes bij migrantenondernemers.
- 3) In de groeifase leveren relaties met zwakke sociale banden, in vergelijking met relaties met sterke sociale banden, een positievere bijdrage aan succes bij migrantenondernemers.

## § 2.6 Conceptueel model

Op basis van het theoretische kader is onderstaand conceptueel model opgesteld (figuur 1). Hiermee wordt het concept sociaal kapitaal en de relatie met succesvol ondernemerschap geanalyseerd gedurende de opstart- en groeifase. Ik verwacht dat migrantenondernemers vooral gebruik maken van relaties met sterke sociale banden, waardoor ze succesvol zijn.

FIGUUR 1: Conceptueel model kwalitatief onderzoek  
Conceptuele weergave van het onderzochte model.



# Hoofdstuk 3 Onderzoeksmethoden

---

## Inleiding

In dit onderzoek worden twee onderzoeksmethoden gebruikt: kwantitatief en kwalitatief. Het kwantitatieve onderzoek is uitgevoerd door statistische analyses in SPSS. Het kwalitatieve onderzoek is uitgevoerd door te interviewen en de verbatim transcripten hiervan te analyseren. Dit hoofdstuk beschrijft hoe de onderzoeken zijn uitgevoerd.

## § 3.1 De kwantitatieve onderzoeksmethode

### § 3.1.1. Beschrijving van secundair datamateriaal

De eerste onderzoeksmethode maakt gebruik van secundair datamateriaal van Qredits. Het is de bedoeling dat er door kwantitatief onderzoek een eerste verkenning wordt gemaakt van sociaal kapitaal en succes van migrantenondernemers. De gebruikte data bestaan uit resultaten van de jaarlijkse vragenlijst voor ondernemers van Qredits. Deze vragenlijst is verzonden naar ondernemers die gebruik maken of hebben gemaakt van een lening (N=1625). De vragenlijsten zijn eind 2012 tot en met kwartaal 1 van 2014 digitaal verzonden naar 2135 ondernemers. Hiervan hebben 1528 ondernemers de vragenlijst ingevuld. Waarom niet alle ondernemers hebben gereageerd, is niet nader onderzocht. Bij het kiezen van de respondenten voor de vragenlijst was de enige selectiecriteria de frequentie dat de respondent reeds een vragenlijst had ingevuld. Het datamateriaal bestaat uit persoons- en ondernemingsgegevens. In het datamateriaal staat ook het geboorteland van de ondernemer. Op basis van het geboorteland is een selectie gemaakt van ondernemers met een buitenlandse afkomst (N=181) en met een autochtone achtergrond (N=1380). Door vergelijking ontstaat er een idee waar de migrantenondernemers staan in vergelijking met autochtone ondernemers.

### § 3.1.2. Operationalisatie van de concepten

In het theoretische kader wordt verondersteld dat migrantenondernemers meer beroep doen op relaties met sterke sociale banden en dat deze voor hen tot succes leiden (Celik, 2013; Dijkstra et al., 2001; Granovetter, 1973; Jong, 1988; Klooster & Rath, 2001; Saraceno & Keck, 2010; Waldinger & Aldrich, 1990). Op basis van deze veronderstelling wordt verwacht dat de relaties met sterke sociale

Het belang van sterke- en zwakke sociale banden voor succes bij migrantenondernemers in de opstart- en groeifase van hun onderneming

banden van invloed zijn op het succes van de ondernemer. De hypothese wordt getoetst met een multi-pele regressie analyse (methode: Enter). Een multi-pele regressie analyse toetst of de onafhankelijke variabelen invloed hebben op de afhankelijk variabele en of dit een positief of negatief effect is (Vocht, 2012).

Als eerst zijn de variabelen in het databestand bewerkt. Om de groep migrantenondernemers te toetsen zijn alle ondernemers met geen geboorteland of het geboorteland Nederland eruit gefilterd. Bij het analyseren van autochtone ondernemers zijn juist alle ondernemers met het geboorteland Nederland geselecteerd.

Ten tweede zijn de concepten sociaal kapitaal (respectievelijk relaties met sterke- en zwakke sociale banden) en succesvol ondernemerschap geoperationaliseerd in meetbare variabelen. Hierbij is rekening gehouden met de beperkte mogelijkheden die het databestand biedt, zodat de operationalisaties zo dicht mogelijk bij de twee concepten liggen. Succesvol ondernemerschap wordt geoperationaliseerd door de variabele 'omzet'. Omzet is de enige variabele die iets laat zien over de financiële huishouding van de ondernemer. Relaties met sterke sociale banden worden geoperationaliseerd door de variabele 'burgerlijke staat'. Relaties met zwakke sociale banden worden geoperationaliseerd door de variabele 'lid van een ondernemersnetwerk'. Onderstaand staat in tabel 3.1 een toelichting van de operationalisaties die hierna nader worden beschreven.

TABEL 3.1

Operationalisaties concepten: relaties met sterke- en zwakke sociale banden, succesvol ondernemerschap, achtergrondkenmerken, migrantenondernemers en autochtone ondernemers.

Concepten	Definities	Operationalisaties
Sociaal kapitaal c.q. relaties met sterke- en zwakke sociale banden	Relaties waarmee voordelen worden behaald voor de onderneming.	Burgerlijke staat; lid van een ondernemersnetwerk
Succesvol ondernemerschap	De onderneming genereert inkomsten.	Omzet
Achtergrondkenmerken	Persoonskenmerken die van invloed kunnen zijn op het verband.	Opleidingsniveau; leeftijd; geslacht; uitkering
Migrantenondernemers versus autochtone ondernemers	Personen die in het buitenland zijn geboren versus personen die in Nederland zijn geboren.	Geboorteland is niet Nederland versus geboorteland is Nederland.

### Operationalisatie sociaal kapitaal c.q. relaties met sterke- en zwakke sociale banden

Het datamateriaal heeft twee variabelen die raakvlakken hebben met het concept 'relaties met sterke- en zwakke sociale banden', te weten: (a) burgerlijke staat en (b) lid van een ondernemersnetwerk.

De burgerlijke staat zegt iets over het hebben van een partner. Het hebben van een partner is een relatie met een sterke sociale band. Om deze relatie te kunnen meten is de variabele gecodeerd naar een dichotome variabele met twee categorieën: (1) het wel hebben van een partner en (0) het niet hebben van een partner. In de laatste categorie vallen ook ondernemers die gescheiden of alleenstaand zijn. Daartegenover staan ondernemers die samenwonen, geregistreerd partnerschap hebben en getrouwd zijn. In tabel 3.2 is te zien dat ruim 68.5% van de migrantenondernemers een partner heeft (N=124). Het percentage van 68.5% komt dichtbij het percentage autochtone ondernemers (66.3%). Dit zou dus kunnen betekenen dat de ondernemers van Qredits meer relaties met sterke sociale banden hebben. Zelfs meer dan gemiddeld, want uit cijfers van onderzoek van TNO en CBS (2012) blijkt dat bijna de helft van alle ondernemers gehuwd of samenwonend met kinderen is. Eén derde van de ondernemers is samenwonend of getrouwd zonder kinderen (Ybema et al., 2012).

Lidmaatschap van een ondernemersnetwerk zegt iets over het hebben van relaties met zwakke sociale banden. De variabele is een dichotome variabele waarop met *Ja* of *Nee* is geantwoord. Voor dit onderzoek is de variabele gecodeerd naar een dummy variabele met de categorieën (1) Ja en (0) Nee. Tabel 3.2 laat zien dat slechts 27.6% van de migrantenondernemers lid is van een ondernemersnetwerk (N=50). Bij de autochtone ondernemers (N=489) ligt dit percentage hoger, namelijk op 35.4%. De verwachting is dat lidmaatschap van een ondernemersnetwerk invloed heeft op succesvol ondernemen, omdat de ondernemer hierdoor in contact komt met potentiële hulpbronnen (Bourdieu, 1989; Ode, 2002).

TABEL 3.2

Beschrijvende statistiek van de variabelen burgerlijke staat en lidmaatschap ondernemersnetwerk binnen de groepen migrantenondernemers (N=181) en autochtone ondernemers (N=1380).

		Migrantenondernemers		Autochtone ondernemers	
Variabelen	Categorieën	N	Valide percentage	N	Valide percentage
<i>Burgerlijke staat</i>	<i>Wel partner</i>	124	68.5	915	66.3
	<i>Geen partner</i>	57	31.5	463	33.6
<i>Lid ondernemers-Netwerk</i>	<i>Ja</i>	50	27.6	489	35.4
	<i>Nee</i>	103	56.0	676	49.0
	<i>Weet ik niet</i>	5	2.8	31	2.2

Bron: Qredits Microfinanciering, 2014

### Operationalisatie succes

In het databestand ligt de variabele 'omzet' het meest dichtbij het concept succes. Succes is onderzocht met de volgende vraag: 'Hoe hoog was de omzet van de laatste 12 maanden?'. De omzet heeft statistisch gezien een intervalniveau, maar ik benader dit als een quasi-intervalniveau. Voor dit onderzoek is 'omzet' gecodeerd in vijf oplopende antwoordcategorieën: (1) €0-€25.000, (2) €25.000-€50.000, (3) €50.000-€100.000, (4) €100.000-€250.000 en (5) €250.000 of meer. De omzet geeft een beeld van de financiële gesteldheid van de onderneming. Een kanttekening hierbij is dat de omzet niet altijd iets zegt over de mate van succes, omdat de omzet afhangt van de lasten. Desondanks wordt in dit onderzoek 'omzet' toch als uitgangspunt genomen, omdat meer omzet gelijk staat aan groei. Groei staat vaak gelijk staat aan winst. De meeste migrantenondernemers (38.5%) zitten volgens tabel 3.3 in de laagste omzetcategorie van €0 - €25.000. Dit is idem bij de autochtone ondernemers (29.5%). Dat zij in de laagste omzetcategorie zitten, impliceert dat zij minder succesvolle ondernemingen hebben. In het algemeen doen de Nederlandse ondernemers het juist goed, want uit cijfers van het CBS (2013) blijkt dat Nederland een stabiel percentage opheffingen heeft, namelijk 6.8% ten opzichte van andere landen.

TABEL 3.3

Beschrijvende statistiek van de variabele omzet bij migrantenondernemers (N=181) en autochtone ondernemers (N=1380).

		Migrantenondernemers		Autochtone ondernemers	
Variabele	Categorieën	N	Valide percentage	N	Valide percentage
Omzet(€)	0-25.000	69	38.5	407	29.5
	25.00-50.000	36	20.1	230	16.7
	50.000-100.000	20	11.2	268	19.4
	100.000-250.000	26	14.4	215	15.6
	250.000 of meer	7	3.9	76	5.5

Bron: Qredits Microfinanciering, 2014



### Achtergrondkenmerken

Het verband tussen de concepten 'relaties met sterke- en zwakke sociale banden' en 'succes' wordt gecontroleerd voor de achtergrondvariabelen: (a) opleidingsniveau, (b) leeftijd, (c) geslacht, (d) uitkering. In tabel 3.4 is te zien dat de resultaten van ondernemers met een migrantenondernemers dichtbij de resultaten liggen van autochtone ondernemers.

**Opleiding:** De variabele opleiding heeft een Likertschaal en is daarom gecodeerd in vijf oplopende antwoordcategorieën: (1) Voortgezet Onderwijs, (2) LBO, (3) MBO, (4) HBO, (5) Wetenschappelijk onderwijs. De vraag die gesteld is om de variabele te meten is: '*Opleidingsniveau ondernemer op moment van invullen vragenlijst?*'. Migrantenondernemers lijken volgens tabel 3.4 het meest voor te komen in de categorieën MBO (47.0%) en HBO (29.3%). Dit opleidingsniveau toont overeenkomsten met het algemene beeld dat geschetst is door het CBS en TNO (2012). Zij onderzochten dat één derde van de ondernemers hoog opgeleid is (HBO of WO).

**Leeftijd:** Leeftijd is gemeten op rationiveau. De specifieke vraag die leeftijd meet is: '*Geboortedatum van de aanvrager?*'. De geboortedatum is gecodeerd naar de leeftijd van de ondernemer door het geboortjaar uit de geboortedatum te halen met een SPSS-wizard. Hierna is er een nieuwe variabele leeftijd gemaakt door het huidige kalenderjaar 2014 van het geboortjaar af te trekken. Het ondernemen lijkt volgens tabel 3.4 een grotere rol te spelen in een latere levensfase, omdat migrantenondernemers ouder ( $M=42.76$ ) zijn dan de gemiddelde ondernemer volgens de KvK (2013). Volgens de KvK (2013) is de grootste groep starters tussen de 25 en 29 jaar. Migrantenondernemers zijn met hun gemiddelde leeftijd van 43 dus ouder dan gemiddeld.

**Geslacht:** Het antwoord op de vraag over het geslacht is beantwoord met een dichotoom categoriale onderscheid in: *man* en *vrouw*. Deze twee categorieën zijn vervolgens hercodeerd naar een dummyvariabele met (1) man en (0) vrouw. Volgens de KvK (2013) was in 2013 38.8% van de zelfstandige ondernemers een vrouw ongeacht de afkomst. Het aandeel vrouwen is de afgelopen jaren gestegen, want in 2000 was maar 25.1% een vrouw. Als ik deze cijfers vergelijk met de ondernemers van Qredits, laat tabel 3.4 zien dat het percentage van 38.8% vrouwen dichtbij het percentage vrouwelijke ondernemers bij Qredits ligt (KvK, 2013). In tabel 3.4 staat namelijk dat bij Qredits 38.1% van de ondernemers een vrouw is. De verhouding man versus vrouw is dus zeker een generieke weergave.

**Uitkering:** Ook bij de variabele uitkering is een dichotoom categoriaal onderscheid gemaakt in het wel of het niet hebben van een uitkering op het moment van aanvraag van het microkrediet. De waarden WW, WWB, WAO, Wajong en WIA zijn gecodeerd naar een dummyvariabele waarbij (1) uitkering is en (0) geen uitkering is. Van de migrantenondernemers in tabel 3.4 is 71.3% niet vanuit een uitkeringspositie gekomen. Dat zij niet uit een uitkeringspositie komen impliceert dat zij waarschijnlijk uit loondienst zijn gekomen. De specifieke vraag die uitkering meet is: '*Heeft de klant een uitkering op moment van aanvraag van het microkrediet?*'.

TABEL 3.4

Beschrijvende statistiek van de achtergrondvariabelen van migrantenondernemers (N=181) en autochtone ondernemers (N=1380).

		Migrantenondernemers					Autochtone ondernemers				
Variabelen	Categorieën	N	Valide percentage	M	Bereik	S	N	Valide percentage	M	Bereik	S
Opleidingsniveau	VO	18	9.9				84	6.1			
	LBO	9	5.0				116	8.4			
	MBO	85	47.0				702	50.9			
	HBO	53	29.3				382	27.7			
	WO	16	8.8				95	6.9			
Leeftijd		181		42.76	24-69	9.57	1380		41.66	19-71	10.27
Geslacht	Man	112	61.9				958	69.4			
	Vrouw	69	38.1				422	30.6			
Uitkering	Geen uitkering	129	71.3				980	71.0			
	Uitkering	51	28.2				394	28.6			

Bron: Qredits Microfinanciering, 2014

### Operationalisatie migranten- versus autochtone ondernemers

De data bieden niet de mogelijkheid om te selecteren op het geboorteland van de ouders. Het gaat daarom in dit deel van het onderzoek voornamelijk om ondernemers die in het buitenland zijn geboren. De geselecteerde migrantenondernemers zijn grotendeels geboren in Suriname (14.9%). De tweede plek wordt ingenomen door Turkije (11.6%), daarna Duitsland (6.6%), Polen (5.6%) en de Nederlandse Antillen (5.0%). In de Monitor Etnisch Ondernemerschap 2013 wordt verondersteld dat migrantenondernemers het meest actief zijn in de detailhandel, horeca en in de zakelijke- en persoonlijke dienstverlenende sectoren (Span et al., 2014). Deze bevindingen over de sectoren komen niet overeen met het algemeen beeld dat geschetst wordt door het CBS (CBS, 2014; Span et al., 2014). Volgens het CBS (2014) zijn de meeste ondernemingen actief in de sectoren: specialistische zakelijke diensten (20.3%), handel (19.0%) en bouwnijverheid (10.7%). Uit de data blijken dat echter de sectoren detailhandel (18.2%), horeca (10.5%) en zorg & verzorging (9.4%) het meest voor komen bij migrantenondernemers. Alleen de sector handel van de migrantenondernemers bij Qredits komt overeen met het beeld van het CBS (2014).

### § 3.2 De kwalitatieve onderzoeksmethode

Het hiervoor benoemd kwantitatief onderzoek kenmerkt precisie. Kwalitatief onderzoek kenmerkt daartegenover rijkdom. De nadruk in dit onderzoek ligt op de laatste methode, welke inductief is en gericht is op exploreren, beschrijven, ontdekken en theorievorming (Glaser & Strauss, 1967). De nadruk ligt op verdieping binnen de groep migrantenondernemers en niet op een vergelijking met autochtone ondernemers. De validiteit van verhalen om ons heen wordt vergeleken met overtuigingen die we hebben. Overtuigingen zijn variabel en ieder kan dus een eigen overtuiging hebben die klopt volgens zijn eigen waarheid. De waarheid krijgt een invulling door de waarheid die is aangegeven door onderzoekers (Silverman, 2001). Het doel van dit onderzoek is het ontwikkelen van theorie over de rollen van sociaal kapitaal in de ondernemerslevensloopfasen.

Er zijn 37 interviews afgenomen door mij en nog drie andere studenten die hun masterscriptie over gerelateerde onderwerpen schrijven. De interviews vonden plaats in de periode september 2014 tot november 2014. Doordat alle interviews gingen over sociaal kapitaal is besloten een gezamenlijke topiclijst te maken, zodat ieders onderwerp ook bevraagd werd in andere interviews. De topiclijst is een tool die gebruikt is als leidraad om vragen te stellen. Door de topiclijst is voorkomen dat essentiële onderwerpen niet bevraagd werden. De topiclijst is gefaseerd ingedeeld in: (a) de situatie voor het ondernemen, (b) de start van de onderneming, (c) gedurende het ondernemen, (d) de toekomst van de onderneming en (e) coaching. Iedere fase bestaat uit attenderende begrippen waarnaar gevraagd werd in het interview. De manier van interviewen, genaamd semi-gestructureerd, heeft als voordeel dat het betere uitkomsten kan hebben in vergelijking met gestructureerde interviews. De reden dat er betere uitkomsten zijn, is dat iedere mens uniek is en daarom een andere volgorde van vragen een betere uitkomst kan hebben bij een andere geïnterviewde (Denzin, 1970). Overigens kan de geïnterviewde door de open atmosfeer en de niet-vaststaande structuur ook topics aandragen die niet van tevoren bekend zijn, waardoor een grotere kans op exploratieve waardecreatie is (Moerman, 2010). Gedurende het selectieproces zijn de ondernemers gestratificeerd op basis van etniciteit en/ of afkomstig uit een uitkeringssituatie. Credits en de studenten hebben samen het traject van *informed consent* uitgevoerd door vooraf de ondernemers telefonisch te benaderen, in te lichten over dit onderzoek en waarborging van hun anonimiteit. Hierdoor kon men vrijuit spreken tijdens de interviews, welke plaats vonden op diverse locaties in het land. Van de geïnterviewde ondernemers zijn er 14 ondernemers (38%) met een buitenlandse afkomst, die geanalyseerd zijn voor dit deel van het onderzoek. Vervolgens zijn de interviews uitgewerkt in verbatem transcripten. De transcripten zijn individueel geanalyseerd, omdat de onderzochte concepten verschillen. Tijdens het analyseren zijn uitspraken over sociaal kapitaal gecategoriseerd per ondernemerslevensloopfase. Hierna is gekeken hoe de ondernemers gebruik maken van sociaal kapitaal per ondernemerslevensloopfase.

### § 3.3 Validiteit

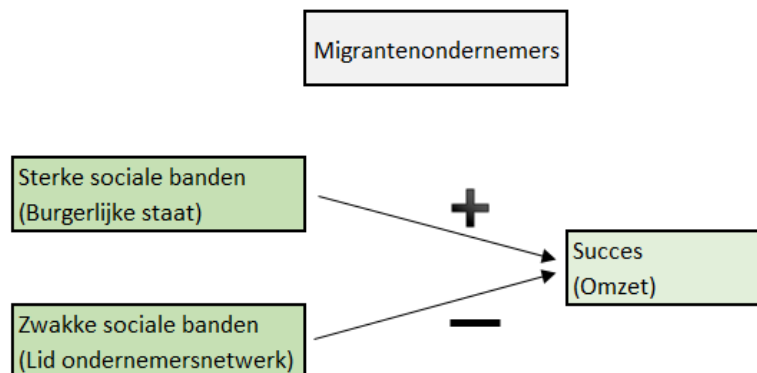
Kwantitatief onderzoek heeft een hogere betrouwbaarheidsgraad ten opzichte van kwalitatief onderzoek, omdat een andere onderzoeker een grotere kans heeft dezelfde bevindingen te constateren. Kwalitatief onderzoek is daarentegen minder betrouwbaar wegens het niet-repliceerbaar karakter, maar wel meer valide. Valide betekent dat de kwaliteit van de metingen van grote waarde zijn als deze metingen de empirische werkelijkheid correct beschrijven (Braster, 2000). Dit onderzoek heeft een betrouwbaar karakter doordat er gebruikt wordt gemaakt van triangulatie. Triangulatie betekent dat er meerdere technieken gebruikt worden om een onderwerp te toetsen. Dit onderzoek gebruikt namelijk een kwantitatieve- en een kwalitatieve onderzoeksmethode. De interne validiteit is geprobeerd te waarborgen door *memberchecking* (Silverman, 2001). Dit houdt in dat de verbatim transcripten gecontroleerd zijn op juiste transcriptie door de geïnterviewde ondernemer via de e-mail. De controle vond plaats in de periode december-januari 2014. De externe validiteit heeft te maken met het vaststellen van causale relaties tussen concepten en de empirie en is gewaarborgd door *pattern matching* (Braster, 2000). Dit betekent dat de veronderstellingen beschreven zijn vanuit verwachte patronen gebaseerd op theorie.

# Hoofdstuk 4 Kwantitatieve analyse

## Inleiding

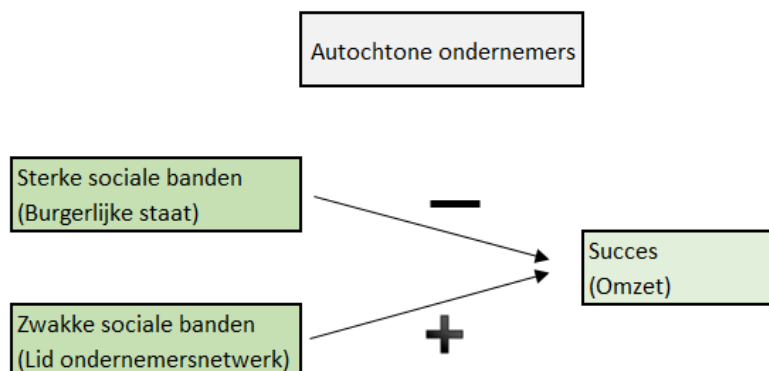
In dit hoofdstuk wordt door een multiële regressie getoetst of er een statistisch verband is tussen het gebruik van sterke- en zwakke sociale banden en succes. De multiële regressie toetst het verband binnen twee groepen, namelijk: migranten- en autochtone ondernemers. Het statistische model die ik toets op de groep migrantenondernemers ziet er als volgt uit:

FIGUUR 2: Statistisch model migrantenondernemers



Voor de groep autochtone ondernemers verwacht ik dat de verbanden het tegenovergestelde zijn. Deze verwachting is niet gebaseerd op theoretisch onderzoek, maar op vergelijking om een meting mogelijk te maken. Doordat er een vergelijking wordt gemaakt ontstaat er een beeld van waar de migrantenondernemers staan ten opzichte van de autochtone ondernemers.

FIGUUR 3: Statistisch model autochtone ondernemers



Het belang van sterke- en zwakke sociale banden voor succes bij migrantenondernemers in de opstart- en groeifase van hun onderneming

## § 4.1 Sterke- en zwakke sociale banden en omzet

Ik maak gebruik van een multi-pele regressie analyse in het programma SPSS. De multi-pele regressie analyse past het best bij mijn model, omdat er hierbij onderzocht wordt met afhankelijke variabelen met een intervalniveau. In mijn model wordt namelijk de afhankelijke variabele 'omzet' gemeten op quasi-intervalniveau (De Vocht, 2012).

Als eerste is getoetst of het model in beide groepen voldoet aan statistische voorwaarden voor een kwalitatief goed model. Deze toetsing is gedaan door te onderzoeken of de histogrammen normaal verdeeld zijn. De histogrammen van de autochtone- en de groep migrantenondernemers zijn normaal verdeeld. Een normale verdeling suggereert dat de kwaliteit van de resultaten sterk zal zijn.

Ten tweede zijn de resultaten van de verklaarde varianties geanalyseerd. Uit de resultaten blijkt dat de onafhankelijke variabelen 14.6% van de variantie in omzet verklaren. Bij de autochtone ondernemers verklaren de onafhankelijke variabelen maar 7.7% van de variantie in omzet.

Ten derde zijn de significantieniveaus vergeleken. Tabel 4.1 laat zien dat de bij de migrantenondernemers de variabelen burgerlijke staat, leeftijd en uitkering niet significant zijn. Daarentegen hebben de variabelen lidmaatschap ondernemersnetwerk, opleiding en geslacht wel invloed op de relatie. Bij de autochtone ondernemers wijken de significantieniveaus alleen af bij de variabelen opleiding en uitkering. Opleiding is bij de autochtone ondernemers niet significant en uitkering is juist wel significant. De significantieniveaus geven aan dat in beide groepen relaties met sterke sociale banden geen invloed hebben. Relaties met zwakke sociale banden hebben daarentegen wel invloed.

Ten vierde de betekenis van de bèta coëfficiënten. De bèta's geven aan dat migrantenondernemers die lid zijn van een ondernemersnetwerk ( $B = .520$ ) meer kans hebben op een hogere omzet tegenover autochtone ondernemers die lid van zijn van een ondernemersnetwerk ( $B = .361$ ). Dit betekent sowieso voor beide groepen dat er door relaties met zwakke sociale banden meer kans is op een hogere omzet. De kans op een hogere omzet door relaties met zwakke sociale banden is groter bij migrantenondernemers ( $B = .520$ ) dan bij autochtone ondernemers ( $B = .361$ ).

Ten slotte de invloed van de achtergrondvariabelen. Binnen de groep migrantenondernemers maken mannen maken een grotere kans op meer omzet in vergelijking met vrouwen ( $B = .433$ ). Daarnaast is een hogere opleiding ( $B = -.263$ ) niet gerelateerd aan het genereren van meer omzet. Binnen de groep autochtone ondernemers maken mannen, net als bij de migrantenondernemers, een grotere kans op meer omzet in vergelijking met vrouwen ( $B = .501$ ). Bij de autochtone ondernemers heeft de achtergrondvariabele 'uitkering' ook invloed. Autochtone ondernemers die geen uitkering genoten op het moment van aanvraag van het microkrediet maken namelijk een grotere kans op meer omzet ( $B = -.515$ ).

TABEL 4.1

Samenvatting multiële regressie analyse

(N = 158 bij migrantenondernemers en N=1380 bij autochtone ondernemers)

Afhankelijke variabele omzet (1= €0 - €25.000, 2= €25.000 - €50.000, 3= €50.000 - €100.000, 4= €100.000 - €250.000 en 5= €250.000 of meer) wordt gecontroleerd voor burgerlijke staat, lidmaatschap ondernemersnetwerk, opleiding, leeftijd, geslacht en uitkering.

Onafhankelijke variabelen	Migrantenondernemers	Autochtone ondernemers
	Bèta's	Bèta's
Burgerlijke staat	.139 (N.S.)	.128 (N.S.)
Lidmaatschap ond.netwerk	.520 *	.361**
Opleiding	(-).263 **	(-).048 (N.S.)
Leeftijd	.007 (N.S.)	.007 (N.S.)
Geslacht	.433 *	.501 **
Uitkering	(-).370 (N.S.)	(-).515**
$R^2$	.146	.077
N	158	1380

N.S. \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$

Bron: Qredits Microfinanciering, 2014

## § 4.2 Conclusies uit het kwantitatieve onderzoek

Het levenscyclusmodel laat zien dat in de opstartfase het gebruik van sterke sociale banden succesvoller is dan het gebruik van zwakke sociale banden (Iyer & Shapiro, 1999, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). In de groeifase is dit verband juist andersom. In deze fase lijkt het gebruik zwakke sociale banden juist succesvoller dan het gebruik van sterke sociale banden (Iyer & Shapiro, 1999, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). De kwantitatieve data boden geen mogelijkheden om deze twee fasen te onderzoeken. Daarom is gekeken naar sociaal kapitaal benaderingen die geen onderscheid maken in levensloofasen. Deze benaderingen stellen dat voor migrantenondernemers relaties met sterke sociale banden doorslaggevend zijn voor succes (Dijkstra et al., 2001; Granovetter, 1973; Jong, 1988; Klooster & Rath, 2001; Saraceno & Keck, 2010; Waldinger & Aldrich, 1990).

De deelvraag is: Kan succesvol ondernemerschap van migrantenondernemers worden verklaard vanuit sociaal kapitaal en zo ja, op welke wijze? Het antwoord is dat ik succesvol ondernemerschap met deze onderzoeksresultaten kan verklaren vanuit sociaal kapitaal respectievelijk vanuit het gebruik van zwakke sociale banden. De variabele lidmaatschap van ondernemersnetwerken verhoogt de kans op meer omzet. Door een hogere omzet ontstaat er meer mogelijkheid om geld te investeren. Dit causaal verband kan ook andersom werken; ondernemers met meer omzet worden eerder lid van een ondernemersnetwerk. De hieruit voortvloeiende hypothese waarin gesteld wordt

Het belang van sterke- en zwakke sociale banden voor succes bij migrantenondernemers in de opstart- en groeifase van hun onderneming

dat bij migrantenondernemers de relaties met een sterke sociale band meer van invloed zijn dan bij autochtone ondernemers, wordt door de onderzoeksresultaten niet bevestigd. Ik zie geen grote verschillen tussen het gebruik van zwakke sociale banden bij de autochtone- ( $B=.361$ ) en de migrantengroep ( $B=.520$ ). Opvallend is dat het gebruik van sterke sociale banden niet significant is bij  $p < .05$ . Op basis van het theoretische kader zou ik verwachten dat het gebruik van sterke sociale banden juist een invloed heeft op de omzet. Een oorzaak waarom dit verband er niet is zou kunnen zijn, omdat de start- en groeifase niet apart zijn onderzocht. Het kwalitatieve deel richt zich daarom op het onderscheid tussen deze twee fasen. Hierdoor hoop ik te kunnen onderzoeken of er verschillen zijn tussen de opstart- en groeifase in het gebruik van sterke- en zwakke sociale banden.

### § 4.3 Limitaties van het kwantitatieve onderzoek

De mogelijkheden voor statistische analyse van de data waren heel beperkt en daarom biedt dit deel van het onderzoek niet genoeg diepgang om de centrale vraagstelling te beantwoorden. Deze beperkingen zijn goed te zien in de operationalisaties. De operationalisatie van relaties met sterke sociale banden was de variabele 'het hebben van een partner'. Echter bestaan sterke sociale banden uit meerdere relaties dan alleen die met een partner. Nog zo een beperking is de operationalisatie van succes. De variabele 'omzet' werd gehanteerd als succesvariabelen. Het was de enige financiële variabele die informatie gaf over de financiële huishouding van de onderneming. De kanttekening hiervan is dat 'omzet' niet kan aangeven of een onderneming succesvol is. De omzet kan hoog zijn, maar de lasten kunnen de omzet wellicht nadelig beïnvloeden. Het is daarom niet de gewenste variabele om definitieve uitspraken op te baseren. Daarnaast kon er geen analyse van de non-respons gemaakt worden. Interessant zou zijn om te onderzoeken waarom ondernemers niet gereageerd hebben op de vragenlijst. Wellicht zijn dit ondernemers die geen band meer voelen met Qredits, omdat ze hun lening reeds hebben afgelost. Door het ontbreken van de non-respons analyse zou het kunnen dat een specifieke succesvolle ondernemersdoelgroep ontbreekt in dit onderzoek. Desalniettemin bieden de resultaten wel globaal inzicht in hoe sociaal kapitaal en succes kenmerkend zijn op de onderzochte migrantenondernemers.



# Hoofdstuk 5 Kwalitatieve analyse

## Inleiding

Uit de resultaten van de kwantitatieve analyse blijkt dat het gebruik van sterke sociale banden in het netwerk van de migrantenondernemers geen invloed heeft op succes. Wat wel succes beïnvloedt is het gebruik van zwakke sociale banden in het netwerk van de migrantenondernemers. Zoals eerder aangegeven vermoed ik dat de oorzaak hiervan ligt bij het ontbreken van het onderscheid in een groei- en opstartfase (Iyer & Shapiro, 1999, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). In dit gedeelte van mijn onderzoek worden de twee onderscheiden fasen nader onderzocht. Het doel van deze analyse is drieledig, namelijk:

- Onderzoeken of de mechanismen uit 'Tabel 2.1 Ondernemerslevensloophasen, type uitwisseling en soorten sociale banden' rollen spelen in de opstart- en groeifase;
- Onderzoeken of tijdens de opstart- en groeifase nog andere mechanismen een rol spelen;
- Onderzoeken of de gevonden mechanismen een positieve bijdrage leveren aan succes.

Als vertrekpunt van de kwalitatieve analyse zijn 14 interviews afgenomen. Onderstaand staat in tabel 5.1 een overzicht van de geïnterviewde migrantenondernemers en hun belangrijkste kenmerken. Iedere migrantenondernemer heeft een gecodeerde naam (zie kolom 'Code') die in het vervolg bij citaten wordt gebruikt.

TABEL 5.1

Overzicht ondernemers die zijn onderzocht in dit onderzoek.

Code	Leeftijd	Geslacht	Vakgebied onderneming	Geboorteland
SM-05	49	Man	Zorg	Suriname
SM-07	41	Vrouw	Sport coaching	Amerika
SM-06	43	Man	Installatietechniek	Nederlandse Antillen
JS-05	44	Man	Stoffeerder	Turkije
MS-07	34	Vrouw	Consultancy & handel	Nederland (ouders uit Marokko)
MS-09	30	Man	handel in sportartikelen	Suriname
RN-01	42	Vrouw	Schoonheid & Zorg	Noord-Korea
RN-02	35	Vrouw	Webwinkel	Frankrijk
SM-02	57	Man	Tandprotheticus	Suriname
SM-01	38	Man	Beveiliging	Sri Lanka
SM-03	35	Man	Kunstenaar	United Kingdom
SM-04	45	Man	Pedagogisch coach	Suriname
RN-08	44	Man	Horeca	Turkije
RN-10	25	Man	Autoverhuur	United States

## § 5.1 De mechanismen in het levenscyclusmodel

Als eerst is onderzocht of de mechanismen in het levenscyclusmodel ook rollen spelen bij de geïnterviewde migrantenondernemers. In deze paragraaf worden deze mechanismen puntsgewijs behandeld. Het is belangrijk om in acht te nemen dat het in dit onderzoek gaat om de relaties die typerend zijn voor de groei- en/of opstartfase. Dit betekent dat er uitzonderingen bestaan. Onderstaand nogmaals de mechanismen in de opstart- en groeifase, gebaseerd op het theoretische kader:

Opstartfase	<p><b>Rollen sterke sociale banden:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Sponsoring</li> <li>-Financieel kapitaal</li> <li>- Familie steun</li> <li>-Ondernemen in de migrantengemeenschap</li> </ul>
Groeifase	<p><b>Rollen zwakke sociale banden:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ontwikkelen van professionele relaties en nieuwe contacten</li> <li>-Nieuwe markten verkennen</li> </ul>

### §5.1.1 De toegevoegde waarde van sterke sociale banden in de opstartfase

In de opstartfase spelen relaties met familie en vrienden belangrijke rollen voor de migrantenondernemers. In de groeifase leveren deze relaties nauwelijks nog een positieve bijdrage aan succes. De groeifase wordt daarom niet behandeld. In deze paragraaf wordt de toegevoegde waarde van deze banden tijdens de opstartfase behandeld.

#### **Sponsoring door personen waarmee er een sterke sociale band is**

Uit de analyse blijkt dat geen van de migrantenondernemers gratis spullen, die hij nodig heeft om te ondernemen, van vrienden of familie heeft ontvangen. Een mogelijke verklaring waarom er geen spullen worden geschonken, zou kunnen zijn dat de meeste ondernemers in specialistische vakgebieden werken. In deze vakgebieden zijn specialistische spullen nodig die moeilijk te krijgen en herkennen zijn door personen die er verder van af staan. Ze krijgen van familie en vrienden steun op andere manieren. Deze manieren worden hierna behandeld.

#### **Financieel kapitaal via personen waarmee er een sterke sociale band is**

Enkele ondernemers beschikken over financieel kapitaal via familie en vrienden. Financieel kapitaal is bijvoorbeeld de mogelijkheid om op korte termijn geld te lenen. Het overgrote gedeelte van de migrantenondernemers gebruikt voor het lenen van geld toch liever organisaties die hiervoor bestemd zijn, zoals een financiële instelling. Overigens doen in principe alle ondernemers dit, omdat

Het belang van sterke- en zwakke sociale banden voor succes bij migrantenondernemers in de opstart- en groeifase van hun onderneming

ze allen een lening van Qredits hebben ontvangen. Onderstaand staat een citaat van een migrantondernemer die aangeeft toegang te hebben tot financieel kapitaal. Dit financieel kapitaal wordt mogelijk gemaakt door vrienden of familieleden die bereid zijn geld te lenen aan de migrantondernemer. RN-08 had niet voldoende aan de lening van Qredits. Zij moest daarom via een andere weg proberen geld te lenen. Haar ouders boden haar een lening aan. Hierdoor had ze net genoeg financiële middelen om haar onderneming op te zetten:

*“Tegelijkertijd zit je natuurlijk wel met schulden die je gemaakt hebt. Bij Qredits hebben we een lening en omdat we niet konden krijgen wat we wilden krijgen hebben we ook bij mijn ouders moeten lenen. En we moeten waarschijnlijk tussendoor nog wat bijlenen ergens. Dat zijn dingen die opstapelen en die moet je dadelijk wel gaan aflossen en afbetalen.” (RN-08)*

### **De toegevoegde waarde van steun door familieleden**

Steun van familie gaat om het ontvangen van emotioneel steun, advies en fysiek hulp (Sequeira & Rasheed, 2004). Tegenover deze vormen van steun staat meestal geen financiële bijdrage. Het zijn bronnen van steun die moeilijk te bemachtigen zijn door personen die geen familie en vrienden hebben die hen kunnen helpen. In de opstartfase kan door familiesteun tegen zo laag mogelijke kosten toch een goede start gemaakt worden (Sequeira & Rasheed, 2004). Dit voordeel komt in diverse interviews terug, bijvoorbeeld in het volgende verhaallijn van RN-10. RN-10 is een ondernemer die veel gebruik maakt van sterke sociale banden voor zijn onderneming. RN-10 besloot te gaan ondernemen, omdat hij zag dat het autoverhuurbedrijf van zijn schoonbroer rendeerde. In zijn familie zijn er veel ondernemers, waardoor hij bij veel ondernemingen in de keuken heeft gekeken. Uiteindelijk koos hij voor het starten van een franchise van het autoverhuurbedrijf van zijn schoonbroer. Van zijn schoonbroer ontvangt RN-10 de juiste kennis en informatie. Door de ervaringen van zijn schoonbroer heeft RN-10 een goede opstart kunnen maken. Ook zijn broer die jurist is, helpt hem met het opstarten door RN-10 juridisch advies te geven. Tevens heeft zijn vader geholpen bij het opstellen van het ondernemingsplan:

*“We hebben met de broer van mijn vriendin contact gezocht om met hem samen te werken. Het is een soort franchise, niet helemaal, want het zijn twee afzonderlijke bedrijven, maar we werken wel onder dezelfde naam. Dus het is meer een samenwerking eigenlijk.” (RN-10)*

Ook MS-09 maakt bij het opstarten van zijn onderneming net als RN-10 gebruik van familie en vrienden. Zijn familie en vrienden hebben kennis en informatie die voor een verdere ontwikkeling van zijn onderneming zorgen:

*“Ik dat idee bij mijn neef neergelegd.” (MS-09)*

\*\*\*

*“J. is een van de goede vrienden in het groepje zeg maar en die is ook niet dom. Die werkt ook, die zit in de verzekeringen.” (MS-09)*

Tevens ontvangt MS-09 fysiek hulp van zijn ex-schoonmoeder die in de zaak werkt, waardoor hij geen wervingskosten heeft. Opvallend is dat hij zich niet bewust is dat hij de personen in zijn netwerk waarmee hij een sterke sociale banden heeft gebruikt:

*“In principe heb ik alles zelf gedaan. Ik wilde ook geen hulp, want ik was al twee keer geflasht. Ik moet mijn eigen ding regelen. Het was een stukje bewijs weet je wel.” (MS-09)*

Een ander voorbeeld is het verhaal van JS-05. Hij komt via familie en vrienden in contact met personen die waardevol zijn voor zijn onderneming. Door met hen in contact te komen werft hij stoffeer-opdrachten. Hij benadert de belangrijke personen met het verzoek of hij voor hen producten mag leveren, met als gevolg nieuwe informatie en contacten:

*“De eigenaar is een oude vriend van mij geweest, die op dit moment multimiljonair is. Hij bezit 5 van die filialen en al die bekleding komt allemaal naar mij toe.” (JS-05)*

\*\*\*

*“Netwerk en vertrouwen zijn heel erg belangrijk. Je moet het heel dichtbij zoeken.” (JS-05)*

\*\*\*

*“M. is iemand, een kennis van mij en die heeft een broer en die wilde dat ik de showroom deed.” (JS-05)*

Het aanmaken van relaties met de juiste contactpersonen is moeilijker als de ondernemer geen personen kent die hem hiermee in contact kunnen brengen (Sequeira & Rasheed, 2004). Dat familieleden voordelen leveren bij het opstarten, die moeilijker te bereiken zijn als je deze contacten niet hebt, blijkt uit een citaat van MS-07. Ze gaf aan dat ze via haar familie in Marokko contacten bij de ambassade had die ervoor zorgden dat haar onderneming een keurmerk kreeg:

*“Ik heb wat betreft de onderneming zeker ook familiecontacten. Ik ben bijvoorbeeld bij de Kamer van Koophandel daar geweest... Via via heb ik ook contacten bij de ambassade...Ik heb een keurmerk kunnen bemachtigen wat heel moeilijk is, vooral als je een Nederlander bent. Een Nederlander had dat nooit kunnen verkrijgen.” (MS-07)*

Ook advies van andere ondernemers in de familiekring kunnen van toegevoegde waarde zijn bij het leren ondernemen. De ondernemers in de familiekring fungeren als een vraagbaak, waardoor de migrantondernemer zijn onderneming beter kan runnen. Wat wel uit sommige interviews blijkt is dat de ondernemers uit de familiekring bij voorkeur in hetzelfde vakgebied moeten werken, indien de ondernemer deze relaties wil gebruiken om zijn netwerk uit te breiden:

*“R: We hebben bij mijn oom wat advies gevraagd van hoe zie jij dat zitten. Die doet van alles, hij heeft een aantal internetbedrijfjes. Nu heeft hij een autozaak. Overall heeft hij zijn netwerk een beetje zitten.*

*I: Hebben jullie daar nog iets aan gehad, dat netwerk?*

*R: Dat netwerk van hem niet, want dat had niks met horeca te maken. Dus daar hebben we in principe niets aan gehad. Wel aan hem als vraagbaak van hoe kan ik dat verder doen, of hoe moet ik dat doen.”(RN-08)*

Ook bij RN-08 zijn er net als bij MS-09 tegenstrijdige uitspraken gevonden. Uit bovenstaande citaten blijkt dat ze wel degelijk gebruik maakt van familieleden om voor een verdere ontwikkeling van haar onderneming te zorgen. Dit is echter niet consistent met onderstaande citaat, waaruit blijkt dat ze liever niet met personen van dezelfde afkomst zaken doet. Ze typeert andere Turken als oneerlijk, wat impliceert dat ze personen die niet dezelfde afkomst als haar hebben betrouwbaarder vindt:

*“Turken zijn niet eerlijk naar elkaar toe, daar heb niks aan.” (RN-08)*

In Granovetter's (1973) benadering van sociaal kapitaal stelt hij dat er veel sociale- en culturele overeenkomsten zijn bij migrantenondernemers die over een netwerk beschikken bestaande uit familie en vrienden. De onderliggende motivatie om de relaties met familieleden en vrienden te onderhouden zijn intrinsiek van aard (Granovetter, 1973). Hiermee wordt bedoeld dat het een innerlijke verlangen is om de relaties te onderhouden, wat ook blijkt uit onderstaand citaat:

*“Ik wilde samen met mijn toenmalige partner iets doen waar zij zich ook prettig bij voelde. Anders was het iets wat alleen maar mijn business was...En als je iets samen doet, sta je er weer anders in.” (SM-05)*

Uit de interviews blijkt dat het gebruik van sterke sociale banden om te groeien nauwelijks voorkomt. Er is hier maar één uitzondering op gevonden en dat is ondernemer MS-09. Familie en vrienden zorgen voor nieuwe contacten die ervoor zorgen dat zijn onderneming verder kan groeien.

*“ Ik was op de verjaardag van mijn schoonzus en hij had een bedrijf en zij dacht dat past wel. En toen hadden we een klik en toen kwam ik in de avond thuis en toen zocht ik hem op het internet. Staat hij in de Q500!! Ik heb hem gebeld en gevraagd hoe doe je dat? Paar dagen later zat ik bij hem op kantoor en nu is hij mijn grootste klant.” (MS-09)*

In het theoretische kader wordt gesteld dat de relaties met vrienden en familieleden voordelen bieden (Klooster & Rath, 2001). De voordelen zijn steun en toegang tot informatie, waardoor in dit geval toegang ontstaat tot potentiële bronnen (Waldinger & Aldrich, 1990; Dijkstra et al., 2001; Saraceno & Keck, 2010; Jong, 1988). Toegang tot deze potentiële bronnen zou moeilijker worden als er geen bekende tussen was die twee personen in contact zou kunnen brengen. De toegevoegde waarde van de relaties met familieleden kan niet bereikt worden door kant-en-klare geschreven marktuitwisselingen, omdat deze relaties niet vanzelfsprekend zijn (Bourdieu, 1986). De relaties moeten continu worden onderhouden. Het onderhouden van een relatie is zeer beïnvloedbaar en brengt daardoor veel onzekerheid mee wat tot wantrouwen kan leiden of tot situaties waarin niet

volledig gebouwd kan worden op familie en vrienden (Bourdieu, 1986). JS-05 heeft een goed voorbeeld van wantrouwen en bedrog omschreven. Door de 'vrijblijvende' financiële investering van JS-05 in de horeca onderneming van zijn vriend, werd hij betrokken in de bedrijfsvoering. Dit proces lijkt op het mechanisme beschreven in de benadering van Portes (1988) over reciprociteit. Bij reciprociteit steunt men elkaar, omdat er op termijn iets terug wordt verwacht (Portes, 1988). Er waren geen concrete afspraken over wat er tegenover de financiële investering van JS-05 stond. Ondanks dat er geen concrete afspraken waren, was JS-05 ervan overtuigd dat hij dit moest proberen. Toen de zaak goed draaide ontstonden er wrijvingen, waardoor ze elkaar niet meer vertrouwden. Hierdoor ontstond fraude wat tot faillissement van de onderneming leidde. Onderstaand een citaat waaruit blijkt hoe het wantrouwen ontstond:

*“Nou op een gegeven moment, toen het café begon te draaien, was het gewoon een vreemde! Hij kwam afspraken niet na. Dus daar kreeg ik wrijvingen mee. Uiteindelijk was het of hij gaat eruit of ik ga eruit. En eerst zou hij mij uitkopen. We hadden een bedrag afgesproken, maar hij kreeg het niet voor elkaar. Toen zei hij, koop jij mij maar uit...Ik was helemaal opgebrand door alle problemen. Ik ben door een vriend besodeflickert.” (JS-05)*

Dat er niet volledig gebouwd kan worden op vrienden blijkt uit het verhaal van MS-09. Hij deelde met zijn vrienden een interesse voor kickboks en sportvoeding. Hij besloot door zijn interesses te gaan ondernemen. Samen met een neef schreef hij een ondernemingsplan. Zijn neef had een geschikte opleiding om ondernemer te worden. Zodra het aankwam op het investeren van geld besloot zijn neef af te haken, waardoor MS-09 er alleen voor kwam te staan. Reden voor het afhaken van zijn neef was: angst voor verlies van zijn vaste baan. Hierdoor ziet u dat hechte relaties soms ook nadelig zijn voor de migrantondernemer:

*“Ik had het idee en toen had ik dat idee bij mijn neef neergelegd. Mijn neef en ik begonnen samen met sporten en noem maar op, dus we zijn super close, vriendengroep is het zelfde, dus hij is meer een van mijn buddy's dan mijn neef weet je wel.” (MS-09)*

### Ondernemen in de migrantengemeenschap

Op basis van het theoretische kader zou ik verwachten dat de migrantenondernemers in steden wonen waar veel andere personen wonen met een gemeenschappelijke nationale achtergrond (Iyer & Shapiro, 1999). Daarnaast verwacht ik dat er door deze gemeenschappelijke achtergronden bepaalde typische sectoren herkenbaar zijn (Waldinger & Aldrich, 1990; Rusinovic, 2007; Kloosterman, Leun & Rath, 1995, zoals beschreven in Ode, 2002). Conform de Monitor Etnisch Ondernemerschap 2013 zouden dit de vakgebieden handel en reparatie (17%) en zakelijke dienstverlening (22%) moeten zijn. Opvallend is dat geen van de geïnterviewde migrantenondernemers in een typische migrantengemeenschap woont. Ze wonen in verschillende steden in Nederland en het zijn allemaal ondernemers die goed geïntegreerd zijn in de Nederlandse samenleving. Allen beheersen ze de Nederlandse taal goed en ze zijn bekend met hoe de arbeidsmarkt en maatschappij in Nederland in elkaar zitten. Hun vakgebieden zijn niet gericht op hun

eigen gemeenschap, maar juist op hun werkverleden, interesses of vaardigheden. Een oorzaak waarom ze niet in typische gemeenschappen wonen, is de grote mate van integratie in de Nederlandse samenleving. Sterker nog, velen gaven juist aan nauwelijks nog sociale banden te onderhouden met familieleden of vrienden van hun eigen nationale gemeenschap, zoals SM-05 concreet aangeeft:

*“Nee, ik heb eigenlijk geen contacten meer in Suriname. Wel nog familie, maar daar heb je dan niet echt contact mee. Meer van horen zeggen.” (SM-05)*

Overigens is het voor sommige ondernemers ook niet aantrekkelijk om contacten te leggen met hun thuisland, vanwege de lagere levensstandaard in het thuisland:

*“Omdat ze waarschijnlijk in Suriname niet alle apparatuur, materialen en kennis hebben. De prijzen die wij hier hanteren zijn niet te vergelijken met bijvoorbeeld Suriname omdat de levensstandaard daar heel anders is. En ik kan de prijs niet aanpassen. Ik betaal de Europese prijzen voor de materialen die ik koop.” (SM-02)*

### §5.1.2 Een netwerk met zwakke sociale banden in de groei- en opstartfase

In tegenstelling tot de relaties met familie en vrienden leveren de relaties met een zwakke sociale band wel een toegevoegde waarde aan succes. In deze paragraaf worden daarom beide onderscheiden fasen behandeld. Sequeira en Rasheed (2004) geven in hun model aan dat in de groeifase relaties met zwakke sociale banden een grote rol spelen. Echter uit mijn onderzoek blijkt dat deze relaties ook in de opstartfase een belangrijke rol spelen. Een kritische noot bij de groeifase is dat niet alle migrantenondernemers zich nog in deze fase bevinden. De onderzochte migrantenondernemers hebben een onderneming die minimaal 14 maanden tot maximaal 6 jaar bestaat. Sequeira & Rasheed (2004) geven aan dat de migrantenondernemers die willen groeien, niet kunnen groeien, omdat ze een plafond hebben bereikt in de voor hun bekende gemeenschap en markt. Dit is niet van toepassing op de ondernemers in dit onderzoek, omdat ze niet ondernemen in een lokale gemeenschap. Bij het analyseren van het kwalitatieve deel is als uitgangspunt genomen dat de migrantenondernemer zich in de groeifase bevindt, indien hij een positieve waardering heeft over zijn onderneming. De migrantenondernemers met een negatieve waardering over hun onderneming zijn niet meegenomen in de analyse van de groeifase. Dit betreffen ondernemers SM-01, RN-01 en RN-10.

TABEL 5.2

Citaten over waardering van de onderneming

Code	Vakgebied	Waardering onderneming
SM-05	Zorg	<i>“Ja het wordt niet zomaar iets, het wordt echt van een klein dingetje heel groot.”</i>

SM-07	Sport coach	"We staan er nu wel sterker voor dan voordat we met Qredits gingen samenwerken."
SM-06	Installatietechniek	"Maar in principe mijn ambitie is niet om uit te breiden, om een groot bedrijf te worden ofzo."
JS-05	Stoffeerder	"Maar ik geloof er nog heiliger in dan toen ik was begonnen."
MS-07	Consultancy & handel	"Nou goed eigenlijk ben ik sindsdien met niks anders bezig dan iedere dag te bellen met al mijn vaste lasten-eisers om de ballen in de lucht te houden. Want ik ben gewoon heel zwaar achteruit gegaan."
MS-09	Handel in sportartikelen	"Ik doe het nu goed, ik sta altijd klaar, en ik zorg voor mezelf. Ik werk en woon alleen. Ik sport, dus ik doe het goed."
RN-01	Schoonheid & Zorg	"De toekomst ziet er nu iets somberder uit. Het is nu crisistijd en dat merk je aan alle kanten."
RN-02	Webwinkel	"Ik groei. Er zit een stijgende lijn in, maar het is niet dat ik een netto inkomen van € 2.000,- eruit kan halen, dat niet."
SM-02	Tandprotheticus	"Ik heb er wel vertrouwen in en ik ben nog bezig om meer klanten te vergaren."
SM-01	Beveiliging	"Nou niet, geen opdrachten. Ik ga zo in het hotel weer schoonmaken. En ik draai alleen nog een opdracht voor anoniem."
SM-03	Kunstenaar	"Het is bijna te veel, zoveel opdrachten. Ik heb ook veel in het verschiet."
SM-04	Pedagogisch coach	"Ja, ik denk dat ik heel snel een volwaardige en gerespecteerde ondernemer zal zijn."
RN-08	Horeca	"Ik heb er nog steeds goede hoop op en heb ook wel de verwachting dat het gaat gebeuren, maar het moet wel gebeuren. We zijn pas vijf maanden bezig. We hebben nu zelf een beetje het idee dat we zo rond de jaarwisseling op het omkeerpunt zitten dat we winst gaan maken, of daar in ieder geval tegenaan zitten."
RN-10	Autoverhuur	"Ja, het is wel de bedoeling ervan te leven. Dat kan nu nog niet, want het is te klein ervoor. Maar zodra dat gaat, is dat wel de bedoeling."

### Ontwikkelen van professionele relaties en nieuwe contacten

In de groeifase beschouwen Sequeira en Rasheed (2004) het ontwikkelen van nieuwe contacten en van professionele relaties als een belangrijk mechanisme dat succesvolle migrantenondernemers typeert. Uit mijn onderzoek blijkt dat de migrantenondernemers niet alleen in de groeifase beschikken over een netwerk met zwakke sociale banden, maar ook in de opstartfase. Dat dit soort relaties gecreëerd worden blijkt uit het verhaal van SM-07. Ze heeft samen met haar man een personal-coach bedrijf voor sporters. Het werk van haar man rendeerd niet meer en daarom was hij

Het belang van sterke- en zwakke sociale banden voor succes bij migrantenondernemers in de opstart- en groeifase van hun onderneming



zelfstandig ondernemer geworden. Om financieel rond te kunnen komen, krijgt ze een lening aangeboden van haar huidige werkgever. Haar werkgever verneemt van haar dat ze financiële problemen heeft en besluit in haar te investeren, omdat hij haar vertrouwt, iets goeds wil doen en haar niet kwijt wil als werknemster. Ze zou namelijk ontslag nemen en emigreren naar Amerika als ze hier niet financieel kon rond komen. Hierdoor is financieel steun ontstaan:

*“Mijn werkgever heeft ons gesteund. Hij heeft ons het startkapitaaltje gegeven en dat heeft ons er echt doorheen geholpen.” (SM-07)*

De hoge kosten van het ondernemen zorgen ervoor dat SM-07 zoekt naar goedkopere opties voor het afnemen van diensten die noodzakelijk zijn voor de onderneming. Ze vertelt dat ze een collega had die financieel adviseur was. Ze benaderde hem en deed een beroep op zijn financiële diensten in ruil voor personal-coach trainingen. Het resultaat van deze samenwerking was kostenreductie:

*“Ik had in het andere bedrijf een financieel adviseur zitten. Ik heb daar een heel groot netwerk. Dus ik had hem gevraagd of hij me hiermee kon helpen in zijn vrije tijd en daarvoor in ruil kreeg hij samen met zijn vrouw een trainingsprogramma t.w.v. €4000, -. En dat was een goede deal, want hij werd strakker en ik rijker!” (SM-07)*

SM-07 benadert om te groeien fitnessscholen waar ze hun diensten mogen aanbieden. Hierdoor komen ze in contact met nieuwe klanten, waardoor meer inkomsten gegenereerd worden.

*“We zijn druk met Facebook. Onze website is altijd goed bijgehouden. Er komt binnenkort een nieuwe website aan. Dus alles wat je online zoveel mogelijk kan doen. Ook via via. Dus als klanten tevreden zijn vertellen ze het voort en daar komen dan vaak ook nieuwe klanten uit. Dus dat zijn eigenlijk de twee belangrijkste.” (SM-07)*

Relaties met een zwakke sociale band worden als laagdrempelig ervaren, waardoor deze relaties makkelijker benaderbaar zijn. Deze relaties worden daarom in de opstartfase en groeifase gebruikt. De personen die de migrantondernemer benadert beschikken over kennis van en ervaring met de doelen waarvoor ze benaderd worden. Hierdoor kunnen ze snel en direct meedenken met de ondernemer. Tevens willen sommige migrantenondernemers zich liever niet afhankelijk opstellen naar vrienden en familieleden. Uit onderstaand citaat blijkt dat SM-02 zich terughoudend uit over het gebruik van de relaties met familie en vrienden, met als argument dat het makkelijker is om aan personen met meer afstand hulp te vragen. Voorbeelden van personen met een grotere afstand zijn relaties met overheidsinstanties en personen die ze kennen door ex-werkgevers.

*“Nou nee, ik heb wel gewoon gevraagd van luister even dat en dat wie wil investeren. Wel een beetje wat officiëler, maar dat was... Nee, het was makkelijker. Ik heb het met dat van Qredits en m'n eigen geld gedaan.” (SM-02)*

Doordat de migrantondernemer personen kent via voormalige werkgevers/opdrachtgevers, is er een vertrouwensband en ontstaat er toegang tot een potentiële bron. Dat blijkt uit het verhaal van MS-07 waarin ze vertelt dat ze wordt benaderd door een financiële rechercheur die ze kent uit haar

Het belang van sterke- en zwakke sociale banden voor succes bij migrantenondernemers in de opstart- en groeifase van hun onderneming

werkverleden. Hij kent haar kwaliteiten en benadert haar voor een project bij een grote IT-organisatie. Deze IT-organisatie kende zij uit haar werkverleden, waardoor zij goed de valkuilen van de dienstverlening kende. MS-07 vond dit project een praktische manier om snel inkomen te genereren. Door haar ervaring als IT specialist heeft ze veel connecties, kennis en ervaring. De financiële rechercheur gaf haar toegang tot informatie over de overheid. Hierin stonden kosten en overheidsbehoeften gespecificeerd. Hierdoor kon zij het project beter aanpassen op de behoefte van de IT-organisatie. Ze profiteert dus van de relaties in haar sociaal netwerk, omdat ze bekendheid heeft opgebouwd (Pfeffer & Salancik, 1978; Stinchcombe 1965).

*“Ik heb ook vanuit mijn contacten binnen de politie en OM heel veel documentatie overgedragen gekregen, waarin toch best wel heel veel zwart-wit staat.” (MS-07)*

Ook MS-09 blaast nieuw leven in zakelijke relaties uit het verleden. Hij heeft vertrouwen in zijn ex-werkgever en dit vertrouwen is wederzijds, waardoor ze besluiten zaken met elkaar te doen:

*“Ik zocht samenwerking met mijn ex-directeur...ik heb geen vrienden, omdat ik voorzichtig ben wat dat soort dingen betreft.” (SM-04)*

SM-02 maakt ook gebruik van oude contacten. Bijvoorbeeld: relaties die hij heeft met leveranciers via zijn ex-werkgever. Hij werkt in een niche (tandprothesetechniek) en zodoende kan hij toch nog via die kanalen nieuwe klanten werven. Ook onderhoudt hij contacten met de coach van Qredits. De coach helpt hem met het uitbreiden van zijn sociaal netwerk, door hem nieuwe marketingtools te leren. SM-02 onderhoudt ook nog contacten met de gemeente. Hij neemt organiseert via de gemeente netwerkbijeenkomsten, zodat hij zijn sociaal netwerk kan uitbreiden.

*“En op een gegeven moment was dat allemaal goedgekeurd en toen heeft die bedrijfsadviseuse mij in contact gebracht met Qredits.” (SM-02)*

Ook SM-04 gebruikt contacten van voormalige werkgevers. Hij gaat zelfs zijn diensten bundelen met die van een ex-collega, die een andere specialisatie heeft, zodat ze een breder aanbod kunnen bieden.

*“Toen viel ik in en heeft hij mij voorgesteld bij anoniem. Ik ben het gesprek aan gegaan. Ze kende me al want, ik heb daar gewerkt. Dus hebben ze mij ingehuurd. Samen met M. hebben we nu onze eigen seksualiteitstraining geschreven. En nu geef ik ook bootcamp-training.” (SM-04)*

De relaties in sociale netwerken van voormalige werkgevers werken niet altijd resultaatgericht. Bij bedrog wordt het vertrouwen beschaamd en leidt de onderneming schade. Dit kan bij alle soorten relaties voor komen. SM-01 was bedrogen door zijn zakelijke compagnon die er met de winst vandoor is gedaan, waardoor SM-01 in de financiële problemen kwam te zitten. De zakelijke compagnon was een ex-collega:

*“Dat is verder hartstikke goed gelopen tot het einde van dat jaar. Toen moest de winst gedeeld worden. Mijn compagnon heeft toen het hele bedrijfsvermogen van de bankrekening afgehaald. Ja, dan praat je bijna over €40.000, -!” (SM-01)*

RN-02 onderhoudt juist alleen contacten met andere webshopbeheerders, coaches en de gemeente en nauwelijks met vrienden en familieleden. Samen met andere webshopbeheerders vormen ze een vereniging waarin ze kennis en ervaringen delen om te kunnen opstarten en groeien. De andere webshopbeheerders geven RN-02 financieel advies. Ook zorgen de andere webshopbeheerders voor emotionele steun in moeilijker tijden, zoals aangegeven in het onderstaande citaat. RN-02 is tevens lid van een vrouwen netwerkvereniging waar ze adviezen over het ondernemen ontvangt.

*“Jawel, met de groep zeggen we dan tegen een klant: Goh ze heeft het wat druk, ze gaat uw e-mail zeker beantwoorden, maar er zijn andere dingen die ook moeten gebeuren. We nemen het wel voor elkaar op in die zin.” (RN-02)*

De keuze waarom RN-02 nauwelijks gebruikt maak van familieleden en vrienden is, omdat daar niet de juiste kennis van ondernemerschap aanwezig is. Dat blijkt uit het volgende citaat:

*“Als eigen ondernemer weet je waar je het over hebt. Mensen die geen onderneming hebben, die weten niet waar ze het over hebben. Natuurlijk hebben ze hartstikke goede ideeën. Als ze enigszins haalbaar zijn sta ik er voor open en neem ik ze mee, maar anders niet. En dan zeg ik ook van: dat ga ik niet doen, want... en dan leg ik uit waarom ik het niet ga doen.” (RN-02)*

RN-01 is lid van een soortgelijke ondernemersvereniging, waarbij andere ondernemers uit haar vakgebied zijn aangesloten. Door de ondernemersvereniging proberen de leden zich als team te profileren, waardoor ze meer klanten bereiken. Het profileren als een team heeft niet alleen voordelen voor de klant maar ook voor RN-01. Ze leert het ondernemen namelijk van haar teamgenoten. Ze bespreekt haar struikelblokken in de vergaderingen of e-mailt haar vragen naar teamgenoten. De toegevoegde waarde van de ondernemersvereniging blijkt uit de volgende citaten:

*“We vergaderen maandelijks, dan gaan we samen flyereren, op stands staan, events bezoeken en bedrijven benaderen. Alles wat met promotie te maken heeft doen we gezamenlijk. Iedereen heeft zo zijn taak. Die gaat die persoon benaderen, die doet financiën, die pleegt telefoontjes naar die en die. We doen het allemaal gezamenlijk en kijken wie wat op zich kan nemen. We hebben sowieso dagelijks mailcontact en een maandelijks vergadering met elkaar... We hebben een goede samenwerking, absoluut.” (RN-01)*

\*\*\*

*“Ja, dat is het centrum, omdat we als team werken, met het team doen we altijd aan promotie. Op stands staan, flyereren, ook op social media. Omdat we met zijn allen promoten proberen we klanten ook naar elkaar door te verwijzen.” (RN-01)*

### **Nieuwe markten verkennen**

Bij dit mechanisme doelen Sequeira en Rasheed (2004) op *breaking out* (Engelen, 2001). Ze verwachten dat de migrantenondernemers succesvoller zullen zijn als zij buiten de markt van de bekende gemeenschap gaan ondernemen. Hiervoor is al aangegeven dat de vakgebieden van de onderzochte migrantenondernemers niet gericht zijn op hun eigen gemeenschap. De vakgebieden

Het belang van sterke- en zwakke sociale banden voor succes bij migrantenondernemers in de opstart- en groeifase van hun onderneming

zijn daarentegen gericht op hun werkverleden, interesses of vaardigheden. Dit laat overeenkomsten zien met de benadering van Waldinger & Aldrich (1990). Zij gaven aan dat in de laatste fase van de ontwikkeling van de migrantenmarkt, de migrantondernemer geen eigen identiteit meer heeft. Het verkennen van nieuwe markten conform de benadering van Sequeira en Rasheed (2004) is daarom niet van toepassing op de migrantenondernemers die ik heb onderzocht.

## § 5.2 Rollen van andere mechanismen

### Institutionele actoren en hun toegevoegde waarde bij advies, netwerkverbreding & emotionele steun in de opstartfase

De institutionele actoren spelen verschillende rollen in het ondernemersleven van de migrantondernemer. Een van deze rollen is emotionele steun. MS-07 doet met regelmaat beroep op een coach die jonge ondernemers helpt. Ze kent de coach via het UWV. De coach geeft haar het gevoel dat hij haar emotioneel steunt:

*“Maar ik vond het gewoon heel erg prettig om mijn verhaal te delen.” (MS-07)*

Een andere rol van de overheidsdiensten is advisering. SM-06 ontvangt praktische steun van de gemeente. Hij was gedetacheerd bij een bekende telecomorganisatie. Echter nam deze telecomorganisatie alleen ZZP'ers aan. Hij volgde toen de vereiste opleidingen en cursussen. Nadat hij de vereiste opleidingen en cursussen had behaald, ging hij werken als ZZP'er bij de telecomorganisatie. Hij vertelt dat hij geen hulp heeft gehad van familie of vrienden, maar alleen van de gemeente. De gemeente adviseerde hem namelijk over zelfstandig ondernemerschap:

*“De uitkeringsinstantie had een ondersteunende rol. Het worden van een ZZP'er kon via hun, terwijl ik bij hun zat.” (SM-06)*

De gemeente wordt ook benoemd door SM-01. Hij vertelt dat hij op verzoek van de gemeente een beveiligingsbureau voor evenementen is begonnen. De gemeente is zijn enige klant en had hem benaderd. Zij vernamen van personen in het sociale netwerk, dat hij zijn werk als portierbeveiligers bij uitgaansgelegenheden heel goed deed. De gemeente en SM-01 zijn beide gevestigd op een klein eiland. Hierdoor kent SM-01 de personen die werken bij de gemeente en andersom:

*“De gemeente weet uiteindelijk gewoon wie je bent en ze weten dat je de papieren hebt. Uiteindelijk hebben ze mij eigenlijk benaderd of ik hun wilde helpen met het probleem.” (SM-01)*

Ook SM-04 en SM-02 benoemen de gemeente als een toegevoegde waarde voor hun onderneming. Beide ondernemers konden geen baan vinden vanwege hun leeftijd en beperkt aantal vacatures in hun functiegebied. Via de gemeente en het UWV zijn beide in contact gekomen met coaches die helpen bij het opstarten van een onderneming. Het ondernemerschap was niet hun eerste intentie. Door te gaan ondernemen konden ze toch inkomen vergaren. De gemeente en het UWV adviseerde hen bij het schrijven van een ondernemersplan. Ze hielpen bij het bewandelen van het pad naar

Het belang van sterke- en zwakke sociale banden voor succes bij migrantenondernemers in de opstart- en groeifase van hun onderneming

zelfstandig ondernemerschap. Daarnaast ging SM-02 naar ondernemersbeurzen, waar hij informatie kreeg over het ondernemen. Tevens maakte hij op de ondernemersbeurzen kennis met andere ondernemers.

*“En het voordeel van het organiseren van ondernemersbeurzen was dat je niet hoefde te betalen. Het was gratis en dat scheelt natuurlijk enorm. Het werkt via de gemeente.” (SM-02)*

### § 5.3 Een positieve bijdrage van de mechanismen aan succes

Onderstaand zijn de mechanismen uit het levenscyclusmodel, die van toepassing zijn op de onderzochte groep migrantenondernemers, in een tabel verwerkt. De tabel is daarnaast aangevuld met een mechanisme die niet in het levenscyclusmodel behandeld wordt, maar wel in de interviews benoemd is. Deze mechanismen tezamen worden in deze paragraaf gerelateerd aan succes. De mechanismen die niet bijdragen aan succes zijn buiten beschouwing gelaten. Samengevat betreffen het de volgende onderdelen:

TABEL 5.3

Mechanismen die bijdragen aan succes.

	Sterke sociale banden	Zwakke sociale banden
Opstartfase	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Financieel kapitaal*</li> <li>– Familie steun*</li> </ul>	- Institutionele actoren en hun toegevoegde waarde bij advies, netwerkverbreding & emotionele steun**
Groeifase		– Ontwikkelen van professionele relaties en nieuwe contacten*

\*afkomstig uit het levenscyclusmodel

\*\*afkomstig uit eigen onderzoek

#### Beschikking tot financieel kapitaal via familie en vrienden in relatie tot succes in de opstartfase

In de opstartfase spelen relaties met familie en vrienden belangrijke rollen voor de migrantondernemer. Door gebruik te maken van familie en vrienden heeft de ondernemer toegang tot financieel kapitaal, zonder bijkomstige regels. Het verkrijgen van extra leningen tijdens het ondernemen is niet altijd haalbaar via de formele route en familie- en vriendencontacten bieden hiervoor de uitkomst. Door de beschikbaarheid van dit financieel kapitaal kan de migrantondernemer een sterkere financiële huishouding hebben bij de opstart van zijn onderneming. Bij dreigende financiële obstakels kan de migrantondernemer direct financieel kapitaal ontvangen om deze obstakels te overwinnen. Over deze vorm van financieel kapitaal hoeft bovendien geen rente betaald te worden, wat de ondernemer weer geld bespaart.

### Steun door familieleden in relatie tot succes in de opstartfase

De steun van familie en vrienden bestaat uit verschillende vormen, zoals: fysiek, emotioneel en zoals hiervoor beschreven financieel. De redenen waarom familieleden de migrantenondernemers steunen in de opstartfase zijn verschillend van aard. Volgens de vier wederkerigheidsniveaus van Portes (1988) wordt steun in sociale relaties verklaard door altruïsme, begrensde solidariteit, reciprociteit en hulp en donatie door er zelf beter van te worden. Eén van de belangrijkste voordelen van deze sterke relatie is dat hulp wordt gegeven tegen lage kosten. Familie en vrienden steunen de ondernemer zonder daar iets voor terug te verwachten. Daarnaast komt de ondernemer makkelijker in contact met de juiste contactpersonen om een goede opstart te maken. Deze voordelen kunnen niet bereikt worden door kant-en-klare geschreven marktuitwisselingen (Bourdieu, 1986). Hierbij moeten de relaties nog opgebouwd worden komen er nog kosten bij kijken. De genoemde voordelen komen nagenoeg overeen met de benadering van Sequeira en Rasheed (2004). Zij geven aan dat het aanmaken van relaties met de juiste contactpersonen moeilijker is als de ondernemer geen personen kent die hem hiermee in contact kunnen brengen (Sequeira & Rasheed, 2004).

In de groeifase zijn relaties met familie en vrienden minder succesvol en zijn juist de relaties met zwakke sociale banden van doorslaggevend belang. Familie en vrienden worden nauwelijks in deze fase meer benoemd. Een oorzaak hiervan kan zijn dat familie en vrienden niet de juiste ondernemerschapskennis bezitten. Tevens hebben de relaties met familie en vrienden een meer 'verplicht' karakter. De ondernemer wil zich namelijk niet negatief uiten bij zijn familie en vrienden. Negatief uiten is kennelijk wel mogelijk bij personen met een grotere afstand, zoals heel duidelijk blijkt uit het volgende citaat:

*“Maar goed, ik had ervoor gekozen echt bewust, dat doe ik eigenlijk nog steeds, om geen vrienden, familie en dat soort dingen in de zaak te hebben, want ja je moet af en toe ook gewoon een botte lul kunnen zijn als iets niet goed is. Bij familie of vrienden houdt dat altijd een bepaalde nasmaak weet je wel. Dan kom je op een verjaardag en dan is het oh ja MS-09 had toen gezegd dat Pietje een lul was, want hij had z'n werk niet gedaan, snap je wat ik bedoel?” (MS-09)*

### Ontwikkelen van professionele relaties en nieuwe contacten in relatie tot succes in de opstart- en groeifase

Relaties met zwakke sociale banden lijken in beide ondernemerslevensloophfasen van doorslaggevend belang te zijn. Deze relaties worden als laagdrempelig ervaren. Deze laagdrempeligheid is ontstaan, omdat de persoon verwacht dat de migrantenondernemer hem benadert met een specifieke vraag. De persoon waar deze vraag aan wordt gesteld is meestal ervaren met het doel waarvoor hij benaderd wordt, zoals bijvoorbeeld een financieel adviseur gespecialiseerd is in financieel advies. Deze relaties leiden tot succes, omdat er toegang gecreëerd wordt tot een nieuw sociaal netwerk (Bourdieu, 1986). Nieuwe contacten zorgen voor nieuwe informatie, verandering en innovatie. De voordelen zijn voor beide personen transparant en duidelijk. De migrantenondernemers creëert deze relaties als er voor beide partijen een win-win situatie is. Door in contact te komen met personen uit andere sociale netwerken worden bruggen gemaakt naar netwerken die weer nieuwe informatie

leveren en de ondernemer met andere potentiële personen in contact brengen. Door het vrijblijvende karakter kan de relatie gestopt worden als deze geen toegevoegde waarde meer heeft. Bourdieu (1986) bekrachtigt deze win-win situatie door in zijn benadering aan te geven dat het hebben van relatievoordelen de essentie van sociaal kapitaal is.

De ideale combinatie is als de migrantondernemer eerder ervaring heeft gehad met de diensten van de persoon waar hij een beroep op doet. Bijvoorbeeld via eerdere werkervaring. Hierdoor ontstaat vertrouwen in de professionaliteit van de dienstverlenende persoon, waardoor successen dichterbij komen. Vertrouwen en professionaliteit worden tevens ook verkregen door lidmaatschap van ondernemersverenigingen. Door deze verenigingen is de migrantondernemer in staat om begeleid te worden tijdens het opstarten van zijn onderneming. De vereniging geeft hem de mogelijkheid om advies te vragen en zijn netwerk te verbreden, waardoor hij succesvoller is. Daarnaast kan de migrantondernemer, indien nodig, emotionele steun vinden bij andere leden. Al deze elementen dragen bij aan een positieve waardering van de migrantenondernemer over het verder ontwikkelen van zijn onderneming. Doordat hij mogelijkheden tot advies, netwerkverbreding en emotionele steun heeft kan hij efficiënt en effectief omgaan met obstakels tijdens de opstart van zijn onderneming.

Bij groei door relaties met zwakke sociale banden valt te denken aan MS-09. Hij breidt zijn diensten uit, door trainingen te geven aan grote bekende organisaties. Hiermee is hij in contact gekomen door mond-op-mond reclame en marketing. MS-09 richt een webwinkel op. Hierdoor komt hij in contact met bekende Nederlanders. Doordat hij de enige leverancier van het product in Nederland is wordt hij door verschillende afnemers benaderd, waaronder bekende Nederlanders. De bekende Nederlanders zoals Frans Bauer, Aniek en Daphne Deckers promoten zijn producten, wat weer zorgt voor bekendheid in andere netwerkkringen. Dit heeft een sneeuwbaaleffect, waardoor hij nu zelfs benaderd wordt door grote bedrijven zoals Bol.com en Veronica:

*“Nou, Frans Bauer die draagt ons merk. Aniek had op de Eurovisiesongfestival ons merk aan. We stonden met Daphne Deckers op de voorpagina van Veronica. We hebben al een keer in de Vrouw gestaan, in de Glossy. In november geef ik boksles aan het management van bol.com. Dan worden ook weer foto's gemaakt. Je rolt erin. Via had ik een connectie bij Eyeworks en toen gingen wij hun bokspullen leveren voor filmpjes en dan kom je er een beetje in. We stonden in alle bladen en noem maar op.” (MS-09)*

Familie en vrienden zorgen voor nieuwe contacten die ervoor zorgen dat zijn onderneming verder kan groeien:

*“Ik was op de verjaardag van mijn schoonzus en hij had een bedrijf en zij dacht dat past wel. En toen hadden we een klik en toen kwam ik in de avond thuis en toen zocht ik hem op het internet. Staat hij in de Q500!! Ik heb hem gebeld en gevraagd hoe doe je dat? Paar dagen later zat ik bij hem op kantoor en nu is hij mijn grootste klant.” (MS-09)*

### **Institutionele actoren in relaties tot succes in de opstartfase**

De institutionele actoren stimuleren ondernemerschap. Zoals benoemd in de inleiding zijn in 2005 diverse ministeries migrantenondernemerschap gaan stimuleren, omdat meer en beter ondernemerschap onder buitenlandse bevolkingsgroepen bijdraagt aan integratiestimulering en werkloosheidsreductie (Ministerie van Economische Zaken et al., 2005). Dat dit ook daadwerkelijk bijdraagt aan succes voor de migrantenondernemers is ook uit de interviews gebleken. Opvallend is dat is de toegevoegde waarde van institutionele actoren bij het geven van advies, het verbreden van het netwerk en emotionele steun, niet wordt benoemd door Sequeira en Rasheed (2004). Door adviezen zoals hoe een ondernemersplan geschreven moet worden, ontwikkelt de ondernemer zichzelf tot een professionele ondernemer. Leren van personen met kennis en ervaring is van toegevoegde waarde om het juiste pad naar succesvol ondernemerschap te kunnen bewandelen. Door bijeenkomsten en beurzen die georganiseerd worden door de gemeente en andere overheidsdiensten, maken de migrantenondernemers kennis met andere ondernemers. Door te gaan netwerken, ontstaan nieuwe contacten waardoor weer nieuwe sociale netwerken worden verkend. Daarnaast promoot hij hierdoor ook zijn eigen onderneming, waardoor geïnteresseerden hem sneller kunnen bereiken. Door emotionele steun kan de migrantondernemer zijn verhaal kwijt bij mensen die in hetzelfde schuitje als hem zitten en bij coaches die ervaren zijn met het geven van emotionele steun en advies. Hierdoor heeft de ondernemer toegang tot personen die hem de juiste professionele coaching kunnen geven die hij nodig heeft om hindernissen te overwinnen.



# Hoofdstuk 6 Conclusies

## § 6.1 Conclusies uit het kwantitatieve- en kwalitatieve onderzoek

Het eerste gedeelte van dit onderzoek, de kwantitatieve analyse, heeft aangetoond dat het gebruik van zwakke sociale banden (geoperationaliseerd in lidmaatschap ondernemersnetwerk) de omzet beïnvloedt. Door een hogere omzet ontstaan er meer mogelijkheden om geld te investeren. Dit causaal verband kan ook andersom werken; migrantenondernemers met meer omzet worden eerder lid van een ondernemersnetwerk. Daarnaast zie ik geen grote verschillen tussen het gebruik van zwakke sociale banden bij de autochtone- en de migrantengroep. Een opvallend resultaat is dat het gebruik van sterke sociale banden geen effect heeft op de omzet. Mijn vermoedens waren dat dit veroorzaakt werd door het ontbreken van een onderscheid tussen de groei- en opstartfase. In het kwalitatieve deel zijn deze twee onderscheiden fasen daarom nader onderzocht.

Het uitgangspunt van het tweede gedeelte van dit onderzoek, de kwalitatieve analyse, was het levenscyclusmodel (Iyer & Shapiro, 1999, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). Dit deel van het onderzoek beantwoordt ook beter de centrale vraagstelling. De centrale vraagstelling is gericht op het begrijpen van de rollen van sociaal kapitaal bij het succes van migrantenondernemers tijdens de groei- en opstartfase. In het levenscyclusmodel is aangegeven dat migrantenondernemers in hun opstartfase met name relaties met sterke sociale banden gebruiken. In de groeifase gebruiken ze met name relaties met een zwakke sociale band. De deelvraag in dit onderzoeksgedeelte was: Verschillen de rollen van sociaal kapitaal per ondernemerslevensloopfase bij de migrantenondernemers van Qredits en zo ja, hoe valt dit begrijpen? Om deze deelvraag en de centrale vraagstelling te kunnen beantwoorden waren er twee verwachtingen geformuleerd. De eerste verwachting suggereerde dat het gebruik van relaties met sterke sociale banden, in vergelijking met relaties met zwakke sociale banden, een positievere bijdrage leverde aan succes in de opstartfase. Aan deze verwachting werd niet voldaan.

Uit mijn onderzoek kwam naar voren dat relaties met zwakke sociale banden, naast de groeifase, ook in de opstartfase rollen spelen. Echter spelen ze rollen op een andere manier dan verwacht. Dit is niet consistent met het levenscyclusmodel (Iyer & Shapiro, 1999, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). Het levenscyclusmodel gaat er namelijk van uit dat in de opstartfase vooral relaties met sterke sociale banden prominent zijn. De mechanismen van relaties met zwakke sociale banden uit het levenscyclusmodel komen gedeeltelijk overeen met mijn onderzoeksbevindingen, maar dan in een andere fase dan verwacht. Als eerst behandeling ik hierna de rollen van relaties met zwakke sociale banden in de opstart- en groeifase en daarna behandel ik de rollen van relaties met sterke sociale banden in de opstartfase.

Ten eerste de rollen van relaties met zwakke sociale banden in de opstart- en groeifase. Sommige migrantenondernemers willen zich liever niet afhankelijk opstellen naar vrienden en familieleden, waardoor ze liever gebruik maken van zwakke sociale banden. Ook heerst er een duidelijke voorkeur om zakelijke relaties van vroeger weer instrumenteel te maken. Er is dan reeds een vertrouwensband en zaken doen met een betrouwbare partner levert een positieve bijdrage aan succes. In de opstartfase worden relaties met een zwakke sociale band als laagdrempeliger ervaren, waardoor deze relaties makkelijker benaderbaar zijn. Deze laagdrempeligheid is ontstaan, omdat de persoon verwacht dat de migrantenondernemer hem benadert met een specifieke vraag. De persoon waar deze vraag aan wordt gesteld is meestal ervaren met het doel waarvoor hij benaderd wordt.

Een nieuw gevonden mechanisme zijn de rollen van institutionele actoren. Institutionele actoren en verenigingen zorgen ervoor dat de migrantenondernemers in contact komen met soortgelijke ondernemers. Hierdoor kunnen ze hun netwerk verbreden, advies vragen en geven en emotioneel steun zoeken bij ondernemers die hen begrijpen. Hierdoor hebben ze sparringpartners die een positieve bijdrage leveren aan hun ondernemingen.

Ten tweede de rollen van relaties met sterke sociale banden in de opstartfase. De rollen financieel kapitaal en familie steun uit het levenscyclusmodel blijken ook van toepassing te zijn op de migrantenondernemers die ik heb onderzocht. Door de mogelijkheid om zonder regels en voorwaarden geld te lenen van familie en vrienden, hebben de migrantenondernemers toegang tot financieel kapitaal. Hierdoor kunnen financiële tegenslagen tijdens de opstart van de onderneming worden overwonnen. Familie steun bestaat uit emotioneel steun, fysiek steun en hulp (Iyer & Shapiro, 1999, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). Door steun van familie kan de ondernemer tegen lage kosten hulp ontvangen, wat hem weer helpt om zijn onderneming beter te kunnen opstarten. Dat relaties met familie en vrienden financiële voordelen leveren wordt ook bekrachtigd in het theoretische kader (Klooster & Rath, 2001). De voordelen zijn snellere opstartmogelijkheden, steun en toegang tot informatie. Door steun, zoals hulp van familie in de vorm van fysiek- en financieel hulp blijken er minder kosten te zijn (Waldinger & Aldrich, 1990; Dijkstra et al., 2001; Saraceno & Keck, 2010; Jong, 1988).

Opvallend is dat de rollen 1. "sponsoring", 2. "ondernemen in de migrantengemeenschap" en 3. "nieuwe markten verkennen" uit de opstartfase van het levenscyclusmodel niet van toepassing zijn op de onderzochte groep migrantenondernemers. De eerste rol is niet van toepassing, omdat familie en vrienden niet de juiste kennis hebben om spullen te geven aan de ondernemers. De tweede en derde rol zijn niet van toepassing, omdat de migrantenondernemers goed geïntegreerd zijn in de Nederlandse samenleving. Ze wonen niet in een typische migrantengemeenschap. Velen gaven juist aan nauwelijks nog sociale banden te onderhouden met familieleden of vrienden van hun eigen nationale gemeenschap. Dit bevestigt tevens ook de laatste typische sociale interactie van Moris (2001) in het levenscyclusmodel, namelijk: van persoon naar organisatie. Deze sociale interactie laat zien dat de ondernemer al minder verbonden is met zijn eigen gemeenschap.

De tweede verwachting suggereerde dat het gebruik van relaties met zwakke sociale banden, in vergelijking met relaties met sterke sociale banden, een positievere bijdrage levert aan succes in de groeifase. Aan deze verwachting werd wel voldaan. Sterker nog, relaties met een sterke sociale band werden nauwelijks gebruikt in de groeifase. De relaties met familie en vrienden hebben een verplicht karakter. Nu de migrantondernemer in de groeifase onafhankelijker is, is het voor hem niet interessant om deze relaties verder te onderhouden voor zijn onderneming. Daarnaast blijkt ook dat de juiste contactpersonen ontbreken in zijn familie- en vriendenkring. De relaties met een zwakke sociale band blijken vrijblijvend, transparant en duidelijk te zijn. Ze hebben een vrijblijvend karakter, waardoor de relatie gestopt kan worden als deze geen toegevoegde waarde meer heeft. De relatie levert namelijk voor de persoon en voor de ondernemer voordelen op, namelijk transparantie en duidelijkheid. Door in contact te komen met personen uit andere sociale netwerken worden bruggen gemaakt naar sociale netwerken die weer nieuwe informatie leveren.

## § 6.2 Discussie

Tijdens het acquireren van ondernemers voor interviews waren enkele ondernemers niet meegenomen, omdat zij niet de Nederlandse taal beheersten. Hierdoor was het afnemen van een interview niet haalbaar. Er is een kans dat de ondernemers die niet zijn meegenomen, juist de ondernemers zijn, die beschreven worden in het theoretische kader. In het gebruikte model wordt namelijk gesproken over een migrantengemeenschap (Iyer & Shapiro, 1999, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). Opvallend is dat geen van de geïnterviewde ondernemers in een migrantengemeenschap woont. Het zijn allemaal ondernemers die goed geïntegreerd zijn in de Nederlandse samenleving.

Daarnaast dateert het levenscyclusmodel uit het jaar 1999 (Iyer & Shapiro, 1999, zoals beschreven in Sequeira & Rasheed, 2004). Migranten groepen blijven in beweging. Ze passen zich snel aan en de afgelopen 15 jaar zijn migrantenondernemers veranderd. De ondernemers waar de benadering waarschijnlijk op gericht is, zijn wellicht de eerste lichting ondernemers die uit hun geboorteland in Nederland zijn komen wonen. Deze verandering zorgt voor problemen als de Nederlandse taal en -maatschappij nog niet eigen zijn. Voor een vervolgonderzoek is het daarom interessant om een onderscheid te maken tussen eerste- en tweede generatie ondernemers. Bij generatieverschillen is het van belang dat er een onderscheid gemaakt wordt tussen generaties met verschillende geboortelanden.

### § 6.3 Aanbeveling voor Qredits

Qredits biedt drie producten aan waarmee ze startende ondernemers proberen te helpen met het ondernemen:

- Online ondernemerstools
- Ondersteunende coachingstrajecten
- Kredietverstrekking

Dit onderzoek heeft inzicht gegeven in mechanismen die een positieve bijdrage leveren aan succes bij de groep migrantenondernemers. Het zou mooi zijn als deze mechanismen terugkomen in de producten die Qredits biedt. Een mogelijke optie hiervoor zijn de online ondernemerstools. Met de bevindingen uit dit onderzoek kan Qredits migrantenondernemers bewust laten worden van de mogelijkheden in hun sociale netwerk voor hun onderneming. Mijn voorstel is om een online test te maken gericht op specifieke doelgroepen. In dit geval worden dat migrantenondernemers. Met deze test wordt eerst geïnventariseerd van welke personen de ondernemer gebruik maakt in zijn sociale omgeving voor zijn onderneming. Deze testresultaten worden naast mijn onderzoeksbevindingen gelegd, waardoor de test tips geeft over sociale relaties die hij eventueel nog kan benutten en wat hiervan de voordelen zijn. Het gaat in deze test om wie er kunnen helpen bij zijn onderneming, waarmee ze kunnen helpen en waarom juist deze personen. Het doel van de testtool is de migrantenondernemer bewust te maken van sociale relaties die bijdragen aan succes. Voorbeeld, een migrantenondernemer vult de test in en geeft aan alleen een beroep te doen op zijn zus. Zijn zus heeft hem een lening gegeven. Hierna verschijnen tips over andere potentiële sociale relaties waar hij ook nog aan kan denken bij het ontwikkelen van zijn onderneming. Hierna heb ik een korte opsomming gemaakt van enkele voorbeelden uit dit onderzoek die als raster kunnen dienen.

TABEL 6.1

Voorbeeld van een samenvattend raster voor de online sociale netwerkmogelijkheden test.

Fase	Wie kunnen mij helpen?	Waarmee kunnen ze mij helpen?	Wat zijn de voordelen hiervan?
Opstartfase	Familie en vrienden	- Financieel kapitaal - Familie steun	Geen regels en voorwaarden waardoor u snel geld kunt lenen, indien dit bij Qredits niet mogelijk is. Kostenvoordelen door fysieke steun en hulp. Overwinnen van financiële tegenslagen, indien Qredits hiervoor de mogelijkheden niet kan bieden.
Opstartfase	- Ondernemersverenigingen - Institutionele actoren - Verwaterde relaties nieuw leven inblazen (bijvoorbeeld	- Kenniskapitaal en ervaring die direct toegepast kunnen worden.	Onafhankelijke relaties die makkelijk benaderbaar zijn. In contact komen met ondernemers uit uw vakgebied.

	relaties via voormalige werkgevers)	- Advies, netwerkverbreding & emotionele steun. - Vertrouwen door ervaringen.	Sparringpartners die echt kunnen meedenken op dezelfde golflengte. Zakelijke relaties van vroeger instrumenteel maken. Voordeel is dat er al een vertrouwensband is. Vrijblijvend karakter van de relatie, waardoor deze gestopt kan worden wanneer u wenst. Transparantie en duidelijkheid.
Groeifase	- Familie en vrienden - Ondernemersverenigingen - Institutionele actoren - Verwaterde relaties nieuw leven inblazen (bijvoorbeeld relaties via voormalige werkgevers)	Ontwikkelen van professionele relaties en nieuwe contacten.	Bruggen naar netwerken die weer nieuwe informatie leveren.

# Literatuurlijst

- Altink, W. M. M., & Born, M. (1993). Prediction of entrepreneurial success: The development of a rating scale for entrepreneurial characteristics. *International Journal of selection and assessment*, 1, 5-106.
- Baetsen, P., & Voskamp, J. (1991). *Kopen en verkopen op zuid: een onderzoek naar de omgang, betekenis en ontwikkeling van etnisch ondernemen in Rotterdam Oud-Zuid*. Amersfoort, Nederland: Stichting Werkgroep '2duizend.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In I. Szeman & T. Kaposky (Eds.), *Cultural theory* (p.81-395). London, UK: Wiley-Blackwell.
- Braster, J. F. A. (2000). *De kern van casestudy's*. Assen, Nederland: Van Gorcum.
- Cain, A. (2007). *Social mobility of ethnic minorities in the Netherlands: the peculiarities of social class and ethnicity*. Nederland: Eburon Uitgeverij BV.
- CBS (2014). *Standaarddefinitie allochtonen*. Verkregen op 21 maart, 2014, van <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/26785779-AAFE-4B39-AD07-59F34DCD44C8/0/index1119.pdf>.
- CBS (2014). *Toename ondernemerschap in Nederland*. Verkregen op 23 maart, 2014, van <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/bedrijven/publicaties/artikelen/archief/2012/2012-ondernemerschap-ZZP-art.htm?RefererType=RSSItem>.
- CBS (2013). *Het ondernemingsklimaat in cijfers 2013*. Verkregen op 9 september, 2014, van <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/ondernemingsklimaat/publicaties/publicaties/archief/2013/2013-het-ondernemingsklimaat-in-cijfers-2013-pub1.htm>.
- Celik, G. (2013). Het beste van beide werelden: succesfactoren van Turks-Nederlandse innovatie ondernemers. *Journal of social intervention: Theory and practice*, 22 (3), 23-49.
- Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, 95–120.
- Dijkstra, P. A., Kapteyn, P. J. H., Leeuw, F. L., Sanders, K., & Snijders, T. A. B. (2001). *Netwerken en sociaal kapitaal*. Amsterdam, Nederland: NSV.
- Denzin, N. (1970). *The research act in sociology*. London, UK: Butterworth.
- De Vocht, A. (2012). *Basishandboek SPSS 20*. Utrecht, Nederland: Bijleveld Press.
- Engbersen, G. (2002). Sociaal kapitaal. *Open deuren*, 137.
- Engelen, E. (2001). Breaking in and breaking out: A weberian approach to entrepreneurial opportunities. *Journal of ethnic and migration studies*, 27 (2), 203-223.
- Flynn, D. (1993). Sponsorship and survival of new organizations. *Journal of small business management*, 31 (1), 51–62.
- Gerritsen, M., & Prins, J. (2013). *Social performance indicator Qredits*. Amsterdam, Nederland: SEO.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine.
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78 (6), 1360-1380.

Het belang van sterke- en zwakke sociale banden voor succes bij migrantenondernemers in de opstart- en groeifase van hun onderneming

- Granovetter, M. (1995). *Getting a job: A study of contacts and careers*. Chicago: University of Chicago Press.
- Heinz, W. R., & Krüger, H. (2001). Life course: Innovations and challenges for social research. *Current sociology*, 49, 29-45.
- Hisrich, R. D. (1990). Entrepreneurship/ intrapreneurship. *American psychologist*, 45, 209-222.
- Hornaday, J. A., & Abooud, J. (1971). Characteristics of successful entrepreneurs. *Personnel psychology*, 24, 141-153.
- Iyer, G., & Shapiro, J. (1999). Ethnic entrepreneurial and marketing systems: Implications for the global economy. *Journal of international marketing*, 7 (4), 83-110.
- Kamer van Koophandel Nederland (2013). *Rapport Startersprofiel 2013*.
- Kawachi, I., Kennedy, B. P., Lochner, K., & Prothrow-Stith, D. (1997). Social capital, income inequality and mortality. *American Journal of Public health*, 87 (9), 1491-1498.
- Kloosterman, R., & Rath, J. (1999). Het ondernemerschap van immigranten: de overheid een zorg?. *Rooilijn*, 32 (3), 108-114.
- Kloosterman, R., Van der Leun, J., & Rath, J. (1997). Mixed Embeddedness: (in)formal economic and immigrant business in the Netherlands. *International Journal of urban and regional research*, 23 (1), 721-37.
- Komter, E. A., Burgers, J., & Engbersen, G. (2000). *Het cement van de samenleving, een verkennende studie naar solidariteit en cohesie*. Amsterdam, Nederland: Amsterdam University Press.
- Koninklijke Vereniging MKB-Nederland (1998). *Allochtonen in het MKB*. Delft, Nederland: MKB Nederland.
- Light, I. (1972). *Ethnic enterprise in America*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- McClelland, D. C., Atkinson, J. W., Clark, R. A., & Lowell, E. L. (1953). *The achievement motive*. New York: Appleton-Century-Croffts.
- Marx, K. (1894). Capital: A Critique of Political Economy. In F. Engels (Ed.), *The process of capitalist production as a whole*. New York: International publishers.
- Ministerie van Economische Zaken, Ministerie van Justitie, Ministerie van Sociale Zaken & Werkgelegenheid, Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen, VNO-NCW, & MKB-Nederland (2005). *Actieplan Nieuw Ondernemerschap: kansen benutten*. Ministerie van Economische Zaken. Den Haag: Ministerie van EZ, Justitie, SZW en VWS, OCW, VNO-NCW en MKB Nederland.
- Moerman, G. (2010). *Probing behaviour in open interviews*. Amsterdam, Nederland: Vrije Universiteit Amsterdam.
- Morris, M. (2001). The critical role of resources. *Journal of developmental entrepreneurship*, 6 (2), 5- 8.
- Odé, A. (2002). Ethnic-cultural and socio-economic integration in the Netherlands. Assen, Nederland: Koninklijke van Gorcum B.V.
- Pfeffer, J., & Salancik, G. (1978). *The external control of organization: A resource dependence perspective*. New York: Harper & Row.
- Portes, A., & Zhou, M. (1991). *Gaining the upper hand: old and new perspectives in the study of foreign-born minorities*. Washington: Joint Center for Political Studies.

- Portes, A. (1998). Social capital: its origins and applications in modern sociology. In E. L. Lesser (Ed.), *Knowledge and social capital: Foundations and applications* (p.43-69). Woburn: Butterworth-Heinemann.
- Putnam, R. (1993). *Making Democracy work*. Princeton: Princeton University Press.
- Qredits (2014). Algemene informatie over Qredits. Verkregen op 3 september, 2014, van <https://qredits.nl/over-qredits/wie-is-qredits/>.
- Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success. A General model and an overview of findings. In Cooper, C. L. & Robertseon, I. T. (Eds), *International Review of Industrial and organizational psychology*, 101-142, Chichester: Wiley.
- Roelofsen, O., Hirscher, J., & Van der Lande, C. (2014). *Het kleinbedrijf, grote motor van Nederland*. Nederland: McKinsey & Company Nederland.
- Rusinovic, K. (2007). Moving between markers? Immigrant entrepreneurs in different markets. *International journal of entrepreneurial behaviour*, 14 (6), 440-454.
- Saraceno, C., & Keck, W. (2010). Can we identify intergenerational policy regimes in Europe?. *European Societies*, 12, 675-696.
- Sequeira, J. M., & Rasheed, A. A. (2004). The role of social and human capital in the start-up and growth of immigrant business. *International research in the business disciplines*, 4, 77-94.
- Silverman, D. (2001). *Interpreting qualitative data*. London, UK: Sage publications.
- Smit, L. (2013). *Benchmark klanten Qredits*. Zoetermeer, Nederland: Panteia.
- Span, T., Doove, S., & Smit, L. (2014). *Monitor vrouwelijk en etnisch ondernemerschap 2013*. Zoetermeer, Nederland: Panteia.
- Stam, E., Bosma, N., Van Witteloostuijn, A., De Jong, J., Bogaert, S., Edwards, N., & Jaspers, F. (2012). *Ambitious Entrepreneurship*. Den Haag, Nederland: AWT.
- Stinchcombe, A. L. (1965). *Social structure and organizations*. In: J. G. March (ed.), *Handbook of organizations*. Chicago: Rand McNally.
- Van den Tillaart, H. (2007). Etnisch Ondernemerschap in Nederland: ontwikkelingen en perspectieven. *Migrantenstudies*, 23 (2), 76-98.
- Van Praag, C. M. (2005). *Successful entrepreneurship: confronting economic theory with empirical practice*. UK: Edward Elger Publishers.
- Verheul, I., Thurik, R., Hessels, J., & Van der Zwan, P. (2010). *Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs*. Zoetermeer, Nederland: EIM.
- Waldinger, R. (1996). *Through the eye of the needle: immigrant enterprises in New York's Garment Trades*. New York: New York University press.
- Waldinger, R., & Aldrich, H. E. (1990). Ethnicity and entrepreneurship. *Annual review of sociology*, 16 (1), 111-135.
- Wolff, R., & Rath, J. (2000). *Centen tellen. Een inventariserende en verkennende studie naar de financiering van immigrantenondernemingen*. Amsterdam, Nederland: Het Spinhuis.
- Ybema, J. F., Van der Torre, W., De Vroome, E., Van den Bossche, S., Lautenbach, H., Banning, R., & Dirven, H. (2013). *Zelfstandigen enquête arbeid*. Hoofddorp, Nederland: CBS en TNO.