



GEZAMENLIJK ALLEEN

Studie naar de positieve en negatieve effecten van sociaal kapitaal op de prestatie en innovativiteit van zelfstandigen zonder personeel

MASTERTHESIS

thesisbegeleidster: dr. I.A.M. Wakkee
tweede beoordelaar: dr. ir. M.P.J. van der Gaag
naam student: Mandy van Tilborg (1712543)
master: beleid communicatie en organisatie (voltijd)
faculteit: sociale wetenschappen
universiteit: *vrije Universiteit amsterdam*
e-mailadres: m.van.tilborg@fsw.vu.nl
afstudeerdatum: 31 augustus 2009



GEZAMENLIJK ALLEEN

Studie naar de positieve en negatieve effecten van sociaal kapitaal op de prestatie en innovativiteit van zelfstandigen zonder personeel

Uitsluitend ten behoeve van een vlotte leesbaarheid, heb ik in deze thesis alleen de mannelijke aanspreekvorm gebruikt. Waar in dit onderzoeksrapport ‘hij’ of ‘zijn’ gebruikt wordt, kan daarom ook ‘zij’ of ‘haar’ gelezen worden.

VOORWOORD

Ter afronding van de Master *Beleid, Communicatie en Organisatie* aan de Vrije Universiteit Amsterdam heb ik de relatie tussen het sociaal kapitaal en succes van zzp'ers (zelfstandigen zonder personeel) onderzocht. Deze thesis is het eindresultaat van de complete studie, waarmee ik van januari 2009 tot augustus 2009 mee bezig ben geweest. Het schrijven van deze thesis en het uitvoeren van het onderzoek, heb ik beide ervaren als perioden waarin hoogte- en dieptepunten elkaar in hoog tempo hebben afgewisseld. Al met al kan ik zeggen dat ik ontzettend veel geleerd heb.

De personen die hebben bijgedragen aan de totstandkoming van deze thesis, wil ik graag bedanken. Allereerst mijn begeleidster vanuit de Vrije Universiteit Amsterdam, Ingrid Wakkee. Zij heeft veel betrokkenheid bij mijn thesis getoond en altijd snel gereageerd op mijn vraag naar feedback. Af en toe heb ik er moeite mee gehad mijn schrijven steeds opnieuw te moeten aanpassen. Het optimisme van Ingrid gaf mij het vertrouwen toch door te zetten en haar manier van feedback geven, heeft mij de mogelijkheid gegeven in alles mijn eigen weg te vinden. Mede dankzij Ingrid beschouw ik het schrijven van deze thesis als een enorm leerproces.

De organisaties Platform Zelfstandig Ondernemerschap en FNV Zelfstandigen zijn zeer belangrijk geweest voor de uitvoering van het onderzoek. Ik bedank hen voor hun betrokkenheid bij en het mogelijk maken van het onderzoek. Daarnaast zijn er zoveel organisaties en personen die de vragenlijst onder de aandacht hebben gebracht van zzp'ers, dat ik die niet allemaal kan benoemen. Ik ben hen en alle zzp'ers die zo vrij zijn geweest de vragenlijst voor mij in te vullen, zeer dankbaar.

Verder wil ik Melisa Bel, die tegelijkertijd haar thesis over zzp'ers heeft geschreven, bedanken voor haar samenwerking bij het verzamelen van onderzoeksdata. Tot slot bedank ik vooral mijn lieve familie en vrienden voor hun interesse, hulp, geduld en medeleven gedurende het hele proces.

Mandy van Tilborg,
Amsterdam, juli 2009.

SAMENVATTING

Onderwerp

Zzp'ers zijn personen die werken voor eigen rekening en risico als zelfstandige. Zij hebben geen personeel in loondienst of zakelijke partners en verkopen vooral hun eigen arbeid. Voor deze thesis heb ik empirisch onderzocht "In hoeverre en op welke wijze het sociaal kapitaal van zzp'ers het succes van zzp'ers beïnvloedt". Hierbij heb ik gebruik gemaakt van de ideeën van de sociaal kapitaal theorie. Het construct sociaal kapitaal heb ik bestudeerd en gemeten op basis van verschillende indicatoren. Ik heb gekeken naar het aantal actoren; de heterogeniteit in typen actoren en resources; en de aanwezigheid van verschillende typen negatieve relaties in het zakelijk netwerk van zzp'ers. Het succes van zzp'ers heb ik gemeten door zzp'ers te vragen naar hun gemiddeld aantal opdrachten en opdrachtgevers per jaar, hun omzet en innovativiteit.

Aanleiding

De belangrijkste aanleidingen voor deze studie zijn de toenemende maatschappelijke belangstelling voor zzp'ers en de wetenschappelijke belangstelling voor onderzoek naar sociale netwerken en ondernemerschap. Deze studie onderscheidt zich van eerdere vergelijkbare studies door niet alleen te beschrijven, maar ook te bediscussiëren en verklaren; door te zoeken naar verdieping in de relatie tussen sociale netwerken en ondernemerssucces; en door aandacht te besteden aan mogelijke negatieve effecten van sociaal kapitaal.

Methoden

Van de zzp'ers in Nederland met een onderneming gelijk aan of jonger dan 11 jaar, hebben er 437 een digitale enquête ingevuld. De antwoorden uit deze enquête zijn anoniem verwerkt in een database. Op de data uit deze database heb ik vervolgens enkele transformaties uitgevoerd en met getransformeerde data heb ik nieuwe variabelen gecreëerd. Met SPSS heb ik (frequentie)tabellen en figuren gecreëerd die deze data beschrijven. Vervolgens heb ik een correlatie- en multivariate regressieanalyse uitgevoerd.

Resultaten

In deze studie heb ik een onderscheid gemaakt tussen verschillende typen actoren en resources in het zakelijk netwerk van zzp'ers. Uit de resultaten van het onderzoek blijkt dat sommige typen

actoren veel vaker voorkomen dan andere typen actoren. Vooral collega zzp'ers, klanten/opdrachtgevers en vrienden komen veelvuldig voor. Opvallend is dat relaties met brancheverenigingen, belangenverenigingen, bemiddelaars en investeerders/banken in veel mindere mate voorkomen dan ik verwachtte. Uit de resultaten wordt duidelijk dat bepaalde typen actoren voor het verkrijgen van bepaalde resources gebruikt worden en dat één type actor in meerdere resources kan voorzien. Uit het toetsen van de hypothesen blijkt dat de indicatoren om de constructen sociaal kapitaal en succes van zzp'ers te meten, significant van elkaar verschillen.

Alhoewel zzp'ers een onderneming starten vanuit motieven als vrijheid, autonomie en onafhankelijkheid, zijn zij voor het verkrijgen van de benodigde resources om hun onderneming succesvol te maken, afhankelijk van anderen. Met een groot en heteroog sociaal netwerk dat bestaat uit verschillende actoren, die in verschillende resources voorzien, kan een zzp'er meer omzetten en innovatiever zijn. Uit het gebruik van verschillende analysemethoden, blijkt het belang van controlevariabelen, zoals de sector waarin de zzp'er werkzaam is. Ik heb slechts één significante relatie gevonden over de negatieve invloed van negatieve typen relaties op het succes van zzp'ers, de overige verwachte relaties heb ik niet empirisch kunnen bewijzen.

Toegevoegde waarde

Deze studie kent diverse beperkingen. Om die reden heb ik enkele kritische kanttekeningen bij deze thesis gemaakt. De toegevoegde waarde van deze studie voor de praktijk ligt in praktische adviezen voor o.a. belangenorganisaties en bemiddelaars en kan als een benchmark dienen voor zzp'ers. Zzp'ers die actief en bewust bezig zijn met het creëren en onderhouden van hun netwerk, doen er goed aan de waarde van hun relaties in kaart te brengen. De toegevoegde waarde voor de wetenschap ligt voornamelijk in de bevestiging van eerdere theorieën en bevindingen en in de zeer concrete suggesties voor verder onderzoek. Zo kunnen verdere dataverzameling, vergelijkend onderzoek en kwalitatief onderzoek een goede aanvulling op de gevonden resultaten zijn en kunnen de verzamelde data verder geanalyseerd worden vanuit andere onderzoeksvragen. Tot slot heb ik met deze studie geprobeerd een aanzet te geven tot de empirische bestudering van negatieve effecten van sociaal kapitaal. Hoewel in deze studie niet de verwachte negatieve effecten van sociaal kapitaal gevonden zijn en de aanname van een enkele hypothese in strijd is met de onderbouwing van verworpen hypothesen, verwacht ik dat dit de resultaten zijn van een meetfout in dit onderzoek. Vervolgonderzoek kan hopelijk wel verbanden vinden door enkel te focussen op de negatieve effecten van sociaal kapitaal en de aanwezigheid van negatieve relaties te meten aan de hand van meerdere items. Hierbij kan gebruik gemaakt worden van de typering van negatieve relaties uit dit onderzoek.

INHOUDSOPGAVE

1.	INLEIDING.....	6
1.1	Aanleiding.....	6
1.2	Probleemstelling	7
1.3	Wetenschappelijke relevantie	8
1.4	Maatschappelijke relevantie	9
1.5	Leeswijzer.....	10
2.	ACHTERGROND.....	11
2.1	Definitie zzp'er	11
2.2	Ondernemers en ondernemerschap.....	11
2.3	Kenmerken van zzp'ers	12
2.4	Motieven zzp'ers.....	13
2.5	Werken met zzp'ers	14
3.	THEORETISCH KADER.....	15
3.1	Succesvolle zzp'ers.....	15
3.2	Sociaal kapitaal van zzp'ers.....	17
3.3	Typen resources in het sociaal netwerk van zzp'ers	19
3.4	Typen actoren in het sociaal netwerk van zzp'ers	23
3.5	Typen negatieve relaties in het sociaal netwerk van zzp'ers	27
3.6	Overzicht onderzoeksmodel.....	30
4.	METHODEN.....	32

4.1	Onderzoekspopulatie en onderzoeksontwerp	32
4.2	Operationalisatie van succes van zzp'ers.....	34
4.3	Operationalisatie van sociaal kapitaal van zzp'ers	35
4.4	Controlevariabelen.....	38
4.5	Dataverwerking.....	38
4.6	Beschrijvende statistieken.....	39
5.	RESULTATEN	43
5.1	Beschrijving sociaal kapitaal zzp'er	43
5.2	Correlatie analyses.....	48
5.3	Regressie analyses	53
6.	DISCUSSIE EN CONCLUSIE	63
6.1	Discussie belangrijkste bevindingen.....	63
6.2	Discussie beperkingen onderzoek.....	69
6.3	Conclusie	74
6.4	Aanbevelingen voor verder onderzoek.....	75
	LITERATUURLIJST.....	78
	BIJLAGE 1: HYPOTHESENOVERZICHT.....	88
	BIJLAGE 2: VRAGENLIJST	90
	BIJLAGE 3: VERSPREIDING ENQUÊTE	98
	BIJLAGE 4: OPERATIONALISATIESCHEMA	100
	BIJLAGE 5: TABELLEN EN FIGUREN	111

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding

“Toen de Australier Liam Mulhall een aantal jaar geleden de bierbrouwerij Brewtopia opzette, wist hij niets van bierbrouwen of van marketing. Hij had geen startkapitaal, geen bedrijfsplan en geen verstand van ondernemen, maar vroeg via een website iedereen in zijn emailbestand mee te denken over het bier. In drie jaar tijd zag Mulhall Brewtopia uitgroeien tot een beursgerelateerd bedrijf met een miljoenenomzet.” (Heemstra, 2006)

Bovenstaand voorbeeld van Mulhall toont aan hoe een zelfstandige in staat is een succesvolle onderneming op te bouwen via zijn sociaal netwerk. Mulhall's sociaal netwerk geeft hem toegang tot resources waarover hij zelf niet beschikt. In de wetenschap noemen we dit fenomeen sociaal kapitaal. Deze masterthesis gaat over de invloed van sociaal kapitaal op het succes van zelfstandigen zonder personeel (zzp'ers).

Zzp'ers zijn niet meer weg te denken uit de Nederlandse economie. Het aantal zzp'ers in Nederland wordt geschat op 250.000 (Vroonhof, Tissing, Swaters, Bruins & Davelaar, 2008) tot 750.000 (FNV, 2007). Alhoewel zzp'ers in veel landen over heel de wereld bestaan, worden zij alleen in Nederland op deze manier als een aparte ondernemersgroep onderscheiden (Meijer, De Waard & Vroonhof, 1999). De Nederlandse overheid heeft al diverse onderzoeken uit laten voeren naar zzp'ers. Vooral EIM, een organisatie voor economisch en sociaal beleidsonderzoek, heeft het afgelopen decennium in opdracht van de overheid diverse onderzoeken uitgevoerd naar zzp'ers (Vroonhof e.a., 2008). De rapporten van EIM beslaan de definitie; omvang; kenmerken; startmotieven (Vroonhof e.a., 2008; Pleijster & Van der Valk, 2007) en knelpunten van zzp'ers (Vroonhof e.a., 2008). Ook zijn de motieven voor de inschakeling van zzp'ers (Vroonhof e.a., 2008); het maatschappelijk denken over zzp'ers; en de toekomst van zzp'ers (Pleijster & Van der Valk, 2007) onderzocht. De rapporten geven aan dat het zzp-schap een speciale vorm van ondernemerschap is, die van ondernemerschap onderscheiden kan worden en zeer interessant is om nader te bestuderen (FNV, 2007). Al deze studies zijn beschrijvend van aard.

Voor zover bekend is Arjan van den Born (2009) de enige die een studie heeft gedaan naar zzp'ers, waarin data niet alleen beschreven worden; maar ook bediscussieerd en verklaard worden. Zijn proefschrift dat deels parallel aan deze studie heeft gelopen, is inmiddels gepubliceerd. Van den

Born onderzocht wat de succesfactoren van zzp'ers in de netwerkeconomie zijn. Uit zijn onderzoek blijkt dat lokale marktomstandigheden; kennis en kunde; en het netwerk van zelfstandige professionals de belangrijkste factoren zijn voor het financiële succes van zelfstandige professionals. Persoonlijkheid, ondernemingsstrategie en het netwerk zijn volgens dit onderzoek het belangrijkste voor de carrière tevredenheid van zelfstandige professionals (Van den Born, 2009).

Met deze masterthesis wil ik voortbouwen op het proefschrift van Van den Born (2009). Dit doe ik door het sociaal kapitaal en succes van zzp'ers aan de hand van andere indicatoren te meten. Daarnaast heb ik gekozen voor een nauwere focus. In mijn studie heb ik sociaal kapitaal als enige verklarende factor meegenomen, om hier meer praktische inzichten aan te kunnen ontleen.

Sociaal kapitaal is een concept dat de laatste jaren binnen het onderzoeksgebied van ondernemerschap herhaaldelijk en op diverse manieren is onderzocht. Het belang van sociaal kapitaal voor ondernemerssucces is in de wetenschap inmiddels algemeen erkend (Hoang & Antoncic, 2003). Ik denk dat sociaal kapitaal voor zzp'ers zelfs nog belangrijker kan zijn dan voor andere typen ondernemers, omdat zzp'ers alleen in de markt opereren en afhankelijk zijn van anderen voor hun opdrachtenverwerving en economisch bestaan (Barbieri, 2003; Dasselaar, 2009; FNV Zelfstandigen, 2008; Pleijster & Van der Valk, 2007; Vroonhof e.a., 2008).

Wat mij opvalt aan de wetenschappelijke literatuur over de relatie tussen sociaal kapitaal en ondernemerssucces, is dat er veel onderzoeken zijn waarin positieve effecten van sociaal kapitaal worden onderzocht. Steeds meer onderzoekers (Adler & Kwon, 2002; Batjargal, 2003; Elfring & Hulsink, 2003a; Fried, Knoll & Duschek, 2006; Gargiulo & Benassi, 1999; Gulati, 2007; Stam & Elfring, 2008) vragen daarom aandacht voor de negatieve effecten van sociaal kapitaal. Zo stelt Gulati (2007) bijvoorbeeld dat sommige via netwerk toegankelijke resources op een bepaald moment niet meer tot positieve effecten leiden, dat er relaties zijn die altijd tot negatieve effecten leiden en dat er zelfs negatieve relaties tussen individuen of organisaties bestaan, die de toegang tot resources en nieuwe relaties beperken. Om die reden heb ik voor deze masterthesis ook onderzoek gedaan naar mogelijke negatieve effecten van sociaal kapitaal op het succes van zzp'ers.

1.2 Probleemstelling

Deze masterthesis is in vier opzichten vernieuwend. Ik heb onderzoek gedaan naar een nog weinig onderzochte groep ondernemers (1); het onderzoek is zowel beschrijvend als verklarend (2); in het onderzoek ligt de focus op een concrete uitwerking van het begrip sociaal kapitaal (3) en ik besteed

aandacht aan mogelijke negatieve effecten van sociaal kapitaal (4). Om die redenen kan dit onderzoek het beste als een exploratief onderzoek beschouwd worden. Het doel van dit onderzoek is kennis te verkrijgen over de waarde van sociaal kapitaal voor het succes van zzp'ers.

Met de kennis en inzichten uit dit onderzoek, kan op de korte termijn nieuwe theorie ontwikkeld worden en kan op de lange termijn het functioneren van zzp'ers en indirect het functioneren van de Nederlandse arbeidsmarkt verbeterd worden. Niet alleen zzp'ers, maar ook de overheid, belangengroepen, branches en bemiddelingsbureaus zijn gebaat bij dergelijke inzichten over deze aparte vorm van ondernemerschap.

De vraagstelling van dit onderzoek is als volgt geformuleerd:

In hoeverre en op welke wijze beïnvloedt het sociaal kapitaal van zzp'ers het succes van zzp'ers?

Om deze vraagstelling te beantwoorden, heb ik de hoofdvraag opgesplitst in vier deelvragen:

1. *Hoe kunnen het sociaal kapitaal en succes van zzp'ers beschreven en gemeten worden?*
2. *Hoe ziet het sociaal kapitaal van zzp'ers eruit?*
3. *Hoe kan sociaal kapitaal het succes van zzp'ers positief beïnvloeden?*
4. *Hoe kan sociaal kapitaal het succes van zzp'ers negatief beïnvloeden?*

1.3 Wetenschappelijke relevantie

Dit onderzoek past in het onderzoeksgebied van ondernemerschap. De afgelopen twintig jaar (Adler & Kwon, 2000; Hoang & Antoncic, 2003) is sociaal kapitaal als belangrijk concept uitgegroeid binnen het onderzoeksgebied van ondernemerschap. Diverse onderzoekers hebben sociaal kapitaal gebruikt om fenomenen als het starterssucces van ondernemers (o.a. Birley, 1985; Brüderl & Preisendörfer, 1998; Gulati & Higgins, 2003), de groei van de onderneming (Hite & Hesterly, 2001; Larson & Starr, 1993) en de innovativiteit van ondernemers (Chen & Wang, 2008; Wu, Chang & Chen, 2008) te verklaren. Dat sociaal kapitaal en ondernemerssucces aan elkaar gerelateerd zijn, wordt op dit moment dan ook als weinig vernieuwend gezien (Elfring & Hulsink, 2003b). Wel is onderzoek naar de manier waarop deze concepten samenhangen nog steeds actueel en vinden onderzoekers steeds nieuwe deelgebieden om deze samenhang in te bestuderen. Dit onderzoek naar zzp'ers kan als zo'n deelgebied beschouwd worden. In deze thesis probeer ik duidelijk te krijgen op welke manier zzp'ers van andere groepen ondernemers verschillen en in hoeverre en op welke manier het sociaal kapitaal van zzp'ers effect heeft op het succes van zzp'ers.

Een tweede manier waarop dit onderzoek bijdraagt aan de huidige wetenschappelijke discussie, is de aandacht voor negatieve relaties. Dit onderzoek is één van de eerste onderzoeken, waarin theoretische negatieve effecten van sociaal kapitaal (Adler & Kwon, 2000; Fried, Knoll & Duschek, 2006; Gargiulo & Benassi, 1999; Gulati, 2007; Witt & Schroeter, 2006) empirisch getoetst worden. Dit onderzoek kan daarmee een belangrijke bijdrage leveren aan de ontwikkeling van de sociaal kapitaal theorie en theorieën over de waarde van sociale netwerken.

1.4 Maatschappelijke relevantie

Dit onderzoek is om verschillende redenen maatschappelijk relevant. Om te beginnen is het aantal zzp'ers de laatste jaren enorm toegenomen (Vroonhof e.a., 2008). Volgens Barbieri (2003) is de sterke groei in het aantal zelfstandigen in meerdere landen te herkennen. Meer kennis verkrijgen over deze groeiende groep in de arbeidsmarkt is dan ook een eerste praktische aanleiding voor dit onderzoek. Een tweede praktische reden voor dit onderzoek, is verheldering van de betekenis van ondernemerschap en van zzp'ers. De afgelopen jaren is in Nederland sprake geweest van een opleving van het ondernemerschap. Het kabinet wil ondernemerschap verder stimuleren als onderdeel van zowel sociaal als economisch beleid om een sterke internationale concurrentiepositie en innovatie te stimuleren (Regeerakkoord kabinet-Balkenende IV, 2007; Vroonhof e.a., 2008). Frank Heemskerk, staatssecretaris van Economische Zaken, heeft heel Nederland opgeroepen ondernemender te worden. In het tv-programma Goedemorgen Nederland stelt hij in het kader van de Dag van de Zelfstandige dat meer mensen voor zichzelf moeten beginnen als zzp'er (Goedemorgen Nederland, 2009). Op diverse plekken in de media en wetenschap heerst al enkele jaren een discussie over waarom zzp'ers wel of niet als ondernemer beschouwd zouden moeten worden en of er daadwerkelijk in deze groep geïnvesteerd dient te worden om innovatie te bevorderen (Klaverstijn, 2008; Nootboom & Stam, 2007; Swaans, 2007; Van Bijnen, 2008; Van Van den Born, 2009; Van Rijswijk, 2007). In dit onderzoek heb ik daarom een overzicht gemaakt van de verschillen tussen zzp'ers en andere typen ondernemers en is de innovativiteit van zzp'ers meegenomen als belangrijke uitkomstvariabele.

De laatste praktische aanleiding voor dit onderzoek ligt in de opkomst van de netwerkeconomie. Met het oog op de ontwikkeling van het zzp-schap moet volgens Pleijster & Van der Valk (2007) en Van den Born (2009) grote betekenis worden gehecht aan de netwerkeconomie. Zzp'ers kunnen hun kracht volgens hen aanmerkelijk versterken met hun informele netwerken onder elkaar en met het bedrijfsleven. Veel zzp'ers participeren in dergelijke netwerken en zeggen niet zonder het

netwerk te kunnen. Voor de kracht van de zzp'er in de toekomst vormt zijn netwerk een onmisbare schakel met de opdrachtgevers (Pleijster & Van der Valk, 2007). Het netwerk zorgt volgens Pleijster & Van der Valk (2007) voor een betere toegankelijkheid van de markt voor de zzp'er. De onderzoeksresultaten van Van den Born (2009) bevestigen dit. Hoe netwerken tot succesvolle zzp'ers leiden, en wat de precieze waarde van bepaalde relaties is, is zowel voor de zzp'ers als de maatschappij nog onduidelijk. Dit onderzoek is daarom gefocust op sociaal kapitaal in termen van typen actoren, relaties en resources en doet uitspraken over de aanwezigheid, het aantal en de heterogeniteit daarin. Verschillen in succesvolle typen resources, relaties en actoren, monden uit in praktisch advies voor zzp'ers over het aangaan, onderhouden of juist verbreken van relaties. Niet alleen zzp'ers zelf, maar ook bemiddelingsorganisaties, belangenorganisaties en de overheid, zijn zeker gebaat bij dergelijke inzichten, opdat zij hun beleid daar op af kunnen stemmen.

1.5 Leeswijzer

In het volgende hoofdstuk wordt een korte beschrijving gegeven over de betekenis van ondernemers en zzp'ers. Door het bespreken van definities van ondernemerschap en zzp'ers; en de motieven van zzp'ers en opdrachtgevers, zet ik de verschillen tussen zzp'ers en andere typen ondernemers uiteen. In het theoretisch kader bespreek ik kort de wetenschappelijke literatuur over de constructen sociaal kapitaal en succes van zzp'ers en beargumenteer ik hoe en waarom ik samenhang tussen de twee constructen veronderstel. Dit hoofdstuk eindigt met een overzicht van alle begrippen en hypothesen, verwerkt in een onderzoeksmodel. Het vierde hoofdstuk beschrijft de gehanteerde onderzoeksmethoden. Hier bespreek ik achtereenvolgens de onderzoekspopulatie, het onderzoeksontwerp, de dataverzameling, de operationalisatie van variabelen en de dataverwerking van dit onderzoek. Hoofdstuk vijf beslaat een nauwkeurige beschrijving van de resultaten van dit onderzoek, ondersteund door tabellen en figuren, waarvan er ook veel in de bijlagen te vinden zijn. In het laatste hoofdstuk zijn een korte samenvatting van de belangrijkste bevindingen; een discussie van de gevonden resultaten; en conclusie te vinden. Tot slot plaats ik in dit hoofdstuk enkele kritische kanttekeningen bij dit onderzoek en doe ik concrete aanbevelingen voor vervolgonderzoek.

2. ACHTERGROND

2.1 Definitie zzp'er

Volgens Vroonhof e.a. (2008) kan een zzp'er het beste beschreven worden als iemand die werkt voor eigen rekening en risico als zelfstandige of directeur-groootaandeelhouder; geen personeel in loondienst heeft; geen zakelijke partners heeft; en vooral zijn eigen arbeid verkoopt. De vaardigheden en het vakmanschap van de zzp'er zijn belangrijk. Zzp'ers verkopen geen producten en diensten door, zonder dat zij daar zelf mee verbonden zijn (Vroonhof, Overweel & De Muijnck, 2001). Zzp'ers zijn dus per definitie niet werkzaam in de detailhandel.

In sommige sectoren wordt de naam freelancer of gedetacheerde gebruikt. Ook wordt het zzp-schap wel eens gelijkgesteld aan een eenmanszaak. Het belangrijkste verschil met andere typen ondernemers, is dat zzp'ers geen personeel in dienst hebben. Een eenmanszaak is een officiële rechtsvorm en kan personeel in dienst nemen (Kamer van Koophandel, 2009a). Een zzp'er kan een eenmanszaak als rechtsvorm hebben, maar kan bijvoorbeeld ook kiezen voor een besloten vennootschap (Kamer van Koophandel, 2009a). Dit is dus niet hetzelfde.

Het verschil tussen een gedetacheerde en een zzp'er is dat een gedetacheerde in loondienst kan zijn bij een organisatie die hem bij een andere organisatie plaatst. Een zzp'er kan gedetacheerd zijn bij een opdrachtgever; maar niet iedere gedetacheerde is een zzp'er. Ook deze begrippen kunnen dus niet door elkaar gebruikt worden.

Het verschil tussen freelancers en zzp'ers is onduidelijk. De term freelancer wordt vaker in de journalistiek gebruikt en de term zzp'er vaker in de bouw, maar beide termen komen op hetzelfde neer (Lancelots, 2009). Het UWV en de Belastingdienst maken geen onderscheid tussen zzp'ers en freelancers (Lancelots, 2009). Om verwarring te voorkomen, heb ik in deze thesis en tijdens het onderzoek consistent het begrip zzp'er gebruikt.

2.2 Ondernemers en ondernemerschap

Zzp'ers zijn dus ondernemers. Maar wat is een ondernemer precies? In het dagelijks leven wordt met een ondernemer veelal de persoon bedoeld die een bedrijf voor eigen rekening uitoefent of die een nieuw bedrijf creëert. In de wetenschappelijke literatuur komt men deze definitie vooral tegen in de bedrijfseconomie (o.a. Gartner, 1988; Low & MacMillan, 1988). Een meer traditionele

definitie van ondernemerschap, die vaak wordt aangehaald, is die van Schumpeter uit 1934. Schumpeter (1934) omschrijft ondernemerschap als het uitvoeren van nieuwe combinaties van producten, processen, organisatie en markten, die het evenwicht in de economie op een bepaalde manier verstoren. Stevenson & Jarillo (1990) en Shane & Venkatamaran (2000) hebben deze definitie later aangevuld door de focus te leggen op het najagen van kansen. Zij definiëren ondernemerschap als het proces van het ontdekken, evalueren en exploiteren van kansen met als doel sociale en economische waarde voor de initiatiefnemer te creëren. Kansen kunnen daarbij worden gedefinieerd als nieuwe combinaties van producten, diensten, middelen, processen, markten en organisatievormen, die haalbaar en wenselijk zijn. Volgens Stevenson & Jarillo (1990) kan het najagen van kansen ongeacht de beschikbare middelen gedaan worden. Volgens deze definitie hoeft ondernemerschap niet het creëren van een organisatie te zijn, maar kan ondernemerschap ook plaatsvinden in reeds bestaande organisaties.

Volgens de ene definiëring van o.a. Gartner (1988) en Low & MacMillan (1988) zijn zzp'ers dus per definitie ondernemend, omdat zij een eigen bedrijf hebben. Volgens de andere definiëring van o.a. Stevenson & Jarillo (1990) en Shane & Venkatamaran zijn er ook zzp'ers die weinig of helemaal geen ondernemerschap vertonen. Waarom sommige mensen ondernemender zijn dan anderen, wordt volgens Lumpkin & Dess (1996) bepaald op basis van hun ondernemende houding. Ondernemers zijn volgens hen personen met een hoge mate van innovativiteit, proactiviteit en openheid voor risico's.

Om verwarring te voorkomen tussen de betekenis van ondernemers en ondernemerschap, gebruik ik in deze thesis het begrip *ondernemer* wanneer ik doel op de mensen die een eigen onderneming hebben en door ons overheidssysteem als ondernemer beschouwd worden. Ik ga er dus vanuit dat alle zzp'ers ondernemers zijn. Binnen de definitie van ondernemerschap van onder andere Stevenson & Jarillo (1990) spreek ik voornamelijk over *innovativiteit*. Ik ga er daarbij vanuit dat niet alle zzp'ers even innovatief zijn.

2.3 Kenmerken van zzp'ers

Naast het in dienst hebben van personeel, zijn er nog meer verschillen tussen zzp'ers en andere typen ondernemers. Kenmerkend voor zzp'ers is dat zij hun werkzaamheden veelal uitoefenen voor hun voormalige werkgever en/of een beperkte kring van opdrachtgevers (Vroonhof e.a., 2008). Zzp'ers hebben dus zowel kenmerken van een ondernemer als van een werknemer: ze zijn hun eigen baas, maar ze voeren dezelfde werkzaamheden uit als een werknemer. Verreweg het

merendeel van de zzp'ers was voorafgaand aan de bedrijfsstart werkzaam in loondienst (Vroonhof e.a., 2008). Andere typen ondernemers dan zzp'ers zijn soms direct afkomstig vanuit een opleiding of starten hun onderneming tijdens hun opleiding en hebben nog weinig opgebouwd aan relaties en ervaring. Het is dan ook niet vreemd dat zzp'ers gemiddeld een hogere leeftijd hebben dan andere ondernemers (Kamer van Koophandel, 2009b; Van den Born, 2009).

Een ander onderscheidend kenmerk van zzp'ers is dat zij voor de uitoefening van hun beroep niet of slechts in beperkte mate over een eigen bedrijfsruimte en/of transportmiddel (o.a. kantoor, atelier, werkplaats en bestelbus) beschikken (Vroonhof e.a., 2008).

2.4 Motieven zzp'ers

In 1982 stellen Shapero & Sokol een paradigma op waarbij het ondernemen verklaard wordt uit de interactie tussen verschillende factoren. Zij onderscheiden daarbij drie typen veranderingen in het leven, namelijk: negatieve verschuivingen (zoals gedwongen emigratie, ontslag, verveling, angst en ontevredenheid); tussenfasen (zoals het beëindigen van de studie en terugkomst uit het leger); en positieve aanmoedigingen (van bijvoorbeeld de partner, een klant of een mentor). Deze factoren interacteren volgens hen met percepties van wenselijkheid (vanuit bijvoorbeeld de cultuur, familie of collega's) en percepties van haalbaarheid (zoals financiële ondersteuning, emotionele ondersteuning en partners). Volgens Shapero & Sokol (1982) voeren negatieve redenen de boventoon voor de keuze voor het ondernemen. Een belangrijk verschil met dit paradigma en motieven van zzp'ers, is dat zzp'ers vooral een onderneming starten vanuit positieve redenen. Het belangrijkste motief om zzp'er te worden, blijkt uit verschillende onderzoeken de zelfstandigheid en de mogelijkheid tot zelfontplooiing te zijn (Pleijster & Van der Valk, 2007; Vroonhof e.a., 2008). Zzp'ers zijn op zoek naar flexibiliteit, vrijheid, autonomie en uitdaging (Van den Born, 2009). Een opmerkelijk verschil tussen zzp'ers en andere typen ondernemers is dat zzp'ers het maken van winst en bedrijfsgroei veelal niet als belangrijkste doelstelling zien (Vroonhof e.a., 2008). Financiële motieven worden door zzp'ers nauwelijks genoemd. Overige motieven voor het zzp-schap blijken uit het onderzoek van Vroonhof e.a. (2008) arbeidsonvrede, combinatie van zorgtaken of ziekte, uit de hand gelopen hobby's en persoonlijke noodsituaties. Dasselaar (2009) noemt verder de vrijheid van hiërarchie, de flexibiliteit van werken op opdrachtbasis, de ruime arbeidsmarktomstandigheden en het vinden van een geschikte baan op een krappe arbeidsmarkt als motieven. Slechts een zeer kleine groep spreekt van gedwongen zzp-schap, omdat zij wel willen werken, maar niet in loondienst worden aangenomen (Van den Born, 2009; Vroonhof e.a., 2008).

2.5 Werken met zzp'ers

Uit het onderzoek van Vroonhof e.a. (2008) blijkt dat opdrachtgevers over het geheel genomen positief zijn als het gaat over hun relatie met zzp'ers. Zij vinden zzp'ers over het algemeen vakbekwaam. Het levert voor het merendeel van hen kostenvoordelen op. Het inhuren van zzp'ers biedt organisaties een hogere efficiëntie en capaciteit als het nodig is. Zij kunnen zzp'ers inzetten bij pieken in de werklast van het bedrijf, zonder dat zij geconfronteerd worden met allerlei plichten, premies en maatregelen. Een belangrijk punt daarbij is volgens het onderzoek van Vroonhof e.a. (2008) dat veel bedrijven ook vanwege personeelskrapte een beroep doen op een zzp'er.

Dasselaar (2009) noemt daarnaast kleinschaligheid, betrouwbaarheid en flexibiliteit als belangrijke motieven voor organisaties om zzp'ers in te huren. Zzp'ers zijn volgens hem direct aanspreekbaar, omdat er niet gewerkt wordt met tussenpersonen. Ook hebben zzp'ers een groter belang bij kwaliteitsaflevering omdat hun inkomen opdrachtafhankelijk is.

Een belangrijk deel van het MKB (bijna 40%) wil volgens het onderzoek van Vroonhof e.a. (2008) in de toekomst vaker zzp'ers inschakelen. Argumenten daarvoor zijn een krappere wordende arbeidsmarkt, moeilijker te krijgen vaklieden en een toename van het aantal mensen dat er voor kiest om als zelfstandige aan de slag te gaan.

3. THEORETISCH KADER

3.1 Succesvolle zzp'ers

Afhankelijk van de organisatie en de ontwikkeling van de onderneming, zijn er verschillende manieren om succes te definiëren (Witt, 2004). In het verleden zijn er zeer uiteenlopende definieringen gebruikt om het succes van ondernemers te beschrijven (Murphy, Trailer & Hill, 1996). Helaas ontbreekt het in de literatuur aan een consistente beschrijving van wat een succesvolle ondernemer is (McGee & Dowling, 1994; Murphy e.a., 1996) en zijn er geen beschrijvingen te vinden over wat een succesvolle zzp'er maakt. Een veelvuldig gebruikte definitie van carrièresucces is de verzameling van positieve werk en psychologische uitkomsten die resulteren uit de ervaringen met het werk (Seibert, Kraimer & Liden, 2001). Dit is een zeer ruime definitie. Diverse onderzoekers maken daarom het theoretisch onderscheid tussen objectieve en subjectieve indicatoren voor succes (Heslin, 2005; Arthur, Kaphova & Wilderom, 2005). Objectieve indicatoren zijn direct observeerbaar, meetbaar en verifieerbaar door een derde partij (Heslin, 2005). Subjectieve indicatoren zijn enkel te ervaren door de persoon zelf (Heslin, 2005). Met behulp van indicatoren kan een vaag begrip als succes, meetbaar gemaakt worden.

Objectieve indicatoren om het succes van ondernemers en hun onderneming te meten, zijn vaak noodzakelijk, maar niet voldoende om het succes van de ondernemer te beschrijven (Murphy e.a., 1996). Goede objectieve indicatoren voor ondernemerssucces blijken uit eerder onderzoek de groei, omzet of winst van de onderneming te zijn (Helm & Mauroner, 2007).

De groei van de onderneming is in het verleden vaak gemeten door het aantal verkopen en veranderingen in het marktaandeel of in het aantal werknemers te meten (Murphy e.a., 1996; Witt, 2004). Het meten van veranderingen in het aantal werknemers is bij zzp'ers echter onmogelijk, omdat zij geen werknemers in dienst hebben. Ook het meten van veranderingen in het aantal verkopen en marktaandeel zijn geen goede indicator voor het succes van zzp'ers, wanneer het succes van zzp'ers afkomstig uit verschillende sectoren wordt gemeten. Niet iedere zzp'er verkoopt immers producten en weinig zzp'ers zullen een indicatie van de grootte van hun marktaandeel kunnen geven. Dergelijke problemen ontstaan ook bij het bepalen van succes op basis van het aantal promoties en het salaris van werknemers (Murphy e.a., 1996; Seibert e.a., 2001; Heslin, 2005). Een veelgebruikt objectief criterium waarbij geen problemen ontstaan bij de beschrijving

van het succes van zzp'ers, is de omzet van de onderneming. Omdat zzp'ers de omzet dienen te berekenen voor hun belastingaangifte (Belastingdienst, 2009), moeten alle zzp'ers hier een goede indicatie van kunnen geven.

Uit praktijkgericht onderzoek van Vroonhof e.a. (2008) blijkt dat de omzet alleen geen goede indicator voor het succes van zzp'ers is. Veel zzp'ers hebben naast de eigen onderneming vaak nog verschillende inkomstenbronnen. Om die reden heb ik in dit onderzoek naast de omzet per jaar, twee andere objectieve indicatoren voor succes gebruikt. Het aantal opdrachten en opdrachtgevers per jaar kunnen een goede indicatie van het succes kunnen geven, omdat dergelijke cijfers voor de zzp'er makkelijk te berekenen en overzien zijn. Ik heb een onderscheid gemaakt tussen opdrachtgevers en opdrachten, omdat uit het onderzoek van Pleijster & Van der Valk (2007) blijkt dat dit aantal zeer uiteen kan lopen. Sommige zzp'ers vervullen immers meerdere opdrachten bij dezelfde opdrachtgever. Uit het onderzoek van Evers, De Muijnck & Overweel (2002) blijkt dat meer dan de helft van de zelfstandigen vaak voor één en dezelfde klant werken.

Naast objectieve criteria, heb ik in dit onderzoek ook een subjectief criterium meegenomen om het succes van de ondernemer te beschrijven. Alhoewel het meten van de tevredenheid van de zzp'er over zijn werk (Seibert e.a., 2001) voor de hand ligt, heb ik dit criterium niet meegenomen in dit onderzoek. De reden hiervoor ligt in de onderzoeksresultaten van het praktijkgerichte onderzoek van Vroonhof e.a. (2008), waaruit blijkt dat een zeer hoog percentage het zzp-schap positief tot zeer positief beoordeelt. Dit levert problemen op voor een verklarend onderzoek. Het is namelijk zeer lastig samenhang tussen variabelen aan te tonen, als de afhankelijke variabele nauwelijks in waarde verschilt.

Omdat het succes van de ondernemer niet alleen van betekenis is voor de ondernemer zelf, maar ook in zeer hoge mate voor de maatschappij en de economie (Regeerakkoord kabinet-Balkenende IV, 2007), heb ik besloten het succes van zzp'ers subjectief te meten op basis van hun innovativiteit. Volgens het Regeerakkoord kabinet-Balkenende IV (2007) wordt een innovatieve, concurrerende en ondernemende economie gedragen door investeringen in mensen en door ruimte voor ondernemerschap. Een succesvolle zzp'er zou daarom ook als een innovatieve zzp'er beschouwd kunnen worden. Innovativiteit kan worden gezien als de mate waarin een individu eerder kansen benut dan anderen in dezelfde sociale context (Rogers & Schoemaker, 1971). Innovativiteit is volgens Marcati, Guido & Peluso (2008) de openheid en creativiteit van het individu en zijn bereidheid nieuwe paden te betreden en problemen op te lossen. De definitie van innovativiteit die ik in dit onderzoek heb aangehouden, is die van Hurt, Joseph & Cook uit 1977.

Zij definiëren innovativiteit als de bereidheid te veranderen. Ik heb voor deze brede definitie gekozen, omdat dit onderzoek in meerdere sectoren plaatsvindt en in iedere sector toepasbaar is.

3.2 Sociaal kapitaal van zzp'ers

De afgelopen jaren is sociaal kapitaal in de sociale wetenschappen uitgegroeid tot een populair en veelbelovend theoretisch perspectief om sociale fenomenen te bekijken (Adler & Kwon, 2000). De theorie benadrukt hoe en waarom relaties belangrijk zijn om verschillende organisatie-uitkomsten te verklaren. Sociaal kapitaal is in het verleden op verschillende niveaus bestudeerd en kent daarom verschillende definities. Er is zowel onderzoek op individueel (micro/extern/persoonlijk) als op collectief/gezamenlijk (macro/intern/organisationeel) niveau gedaan (Adler & Kwon, 2000; Brüderl & Preisendörfer, 1998; Barbieri, 2003; Van der Gaag & Snijders, 2004). Wanneer sociaal kapitaal vanuit een collectief perspectief bestudeerd wordt, onderzoekt men het sociaal kapitaal dat gezamenlijk geproduceerd wordt en een gezamenlijk bezit is waarvan iedereen kan profiteren (Van der Gaag & Snijders, 2004). Putnam (1995), Thomas (1996) en Fukuyama (1997) hebben sociaal kapitaal op dit niveau onderzocht. Putnam (1995) omschrijft sociaal kapitaal in zijn essay over maatschappelijke betrokkenheid in de Verenigde Staten als de gedeelde normen, het vertrouwen en sociale cohesie binnen netwerken in de maatschappij.

Bourdieu (1980), Flap (1999) en Lin (1999) beschrijven sociaal kapitaal als een pool van resources van het individu, waarmee het individu zijn doelen kan bereiken. Zij hebben sociaal kapitaal op individueel niveau bestudeerd (Adler & Kwon, 2000). Flap (2002) definieert individueel sociaal kapitaal als het aantal alters (actoren waarmee een individu een relatie heeft) in het sociale netwerk van het individu, de resources waar deze alters toegang tot geven en de beschikbaarheid van deze resources voor het individu op basis van de relatie tussen het individu en de alters. In dit onderzoek heb ik deze definitie van Flap (2002) aangehouden en heb ik gekeken naar het aantal en type relaties van zzp'ers en de toegang die deze relaties bieden tot verschillende typen resources.

Sociaal kapitaal is in de literatuur dikwijls beschreven aan de hand van een drietal dimensies (Adler & Kwon, 2000): structurele inbedding, relationele inbedding en over de derde dimensie bestaat weinig eenduidigheid. Er wordt gesproken van structurele inbedding wanneer kenmerken van het netwerk, zoals de grootte, heterogeniteit en dichtheid bedoeld worden. Van relationele inbedding wordt gesproken wanneer de inhoud en kenmerken van de relaties en alters bedoeld worden (o.a. Batjargal, 2003; Gulati, 2007; Hoang & Antoncic, 2003; Nahapiet & Ghoshal, 1998). Als derde

dimensie worden de resource inbedding (Batjargal, 2003), het beheer en de coördinatie van relaties (Hoang & Antoncic, 2003); en de cognitieve dimensie (Nahapiet & Ghoshal, 1998) onderscheiden. Uit de definiëring van de dimensies blijkt dat er naast onenigheid over de derde dimensie, ook nog grote verschillen zijn in de betekenis van structurele inbedding en relationele inbedding, waardoor overlap ontstaat bij het samenvoegen van verschillende definities. Daarnaast kunnen niet alle dimensies gebruikt worden, wanneer gekozen is voor een bepaalde definiëring van sociaal kapitaal. Om die redenen heb ik voor dit onderzoek geen gebruik gemaakt van eerdere indelingen in dimensies, maar heb ik er voor gekozen om met verschillende indicatoren te werken, die afzonderlijk en gezamenlijk een beeld geven van het sociaal kapitaal van zzp'ers.

Een indicator voor sociaal kapitaal waar de afgelopen jaren veelvuldig aandacht aan is besteed in relatie tot uitkomstvariabelen zoals ondernemerssucces, -prestatie en -innovatie, is de aanwezigheid van sterke en zwakke relaties (Hansen, 1999). Uit eerder onderzoek blijkt dat het vooral draait om de balans van sterke en zwakke relaties (o.a. Dubini & Aldrich, 1991; Uzzi, 1996). Daarnaast hangt het belang van sterke en zwakke relaties af van de ondernemingsfase (o.a. Hite & Hesterly, 2001) en het proces (Elfring & Hulsink, 2003b), waarin de ondernemer zich bevindt. Omdat ik met dit onderzoek vooral verdiepende inzichten wil krijgen, heb ik ervoor gekozen deze indicator niet te gebruiken, omdat het een vrij grove tweedeling is.

Eerder onderzochte indicatoren voor sociale netwerken zoals netwerkcohesie (o.a. Hite & Hesterly, 2001; Padula, 2008), redundantie (o.a. Janssen & Greve, 2002; Reagans & Zuckerman, 2001), structurele posities (o.a. Burt, 1992; Coleman, 1988; Krackhardt, 1995) en centraliteit (o.a. Brajkovich, 1994; Johannisson, Alexanderson, Nowicki & Senneseth, 1994; Sparrowe, Liden, Wayne, & Kraimer, 2001), heb ik in dit onderzoek niet meegenomen, omdat hiervoor het complete netwerk van de zzp'er in kaart gebracht zou moeten worden, waarbij ook de onderlinge relaties tussen de actoren uit het netwerk zichtbaar worden. Dergelijk onderzoek is zeer tijdsintensief, moeilijk uitvoerbaar en onaangenaam voor de respondent (Barbieri, 2003). Daarnaast denk ik dat het zelfs onmogelijk is om het complete netwerk van zzp'ers te onderzoeken, omdat de grenzen van het netwerk van zzp'ers zeer vaag zijn en de kans groot is dat de respondent in een survey niet in staat is zijn netwerk en de onderlinge relaties volledig in kaart te brengen. De indicatoren voor sociaal kapitaal die ik daarom in dit onderzoek gebruik, zijn de omvang en heterogeniteit in typen resources en actoren. In de volgende paragrafen ga ik dieper op deze indicatoren in.

3.3 Typen resources in het sociaal netwerk van zzp'ers

Resources zijn organisationele hulpbronnen die kunnen leiden tot een duurzaam concurrentievoordeel (Barney & Wright, 1998). Volgens Barney (1991) zijn er drie typen resources te onderscheiden. Barney (1991) beschrijft fysieke resources, zoals materiaal en geld; organisationele resources, zoals structuur en systemen; en tot slot intellectuele resources, zoals de vaardigheden en kennis van de werknemers van een organisatie. Volgens sommige onderzoekers kan sociaal kapitaal zelf als resource gezien worden (Johannisson, 1990; Brush, Greene & Hart, 2001), waarin geïnvesteerd wordt met de verwachting in de toekomst profijt te halen uit de resources die het sociaal kapitaal biedt (Adler & Kwon, 2000). In de meest ruime zin van het begrip omvat het sociaal kapitaal van een individu het financieel, intellectueel, cultureel, politiek en sociaal kapitaal van de alters uit zijn netwerk. Deze alters geven toegang tot hun kapitaal vanuit een gezamenlijk verleden dat zij met het individu delen, waarin wederzijdse investeringen zijn gedaan (Van der Gaag & Webber, 2007).

Startende zzp'ers kunnen niet zelf in al hun resources voorzien en zijn daarbij afhankelijk van externe resources. Door het bezit van sociaal kapitaal kan men resources goedkoper krijgen dan op de markt of kan men resources verkrijgen die in het geheel niet op de markt aanwezig zijn (Star & MacMillan, 1990; Witt & Schroeter, 2006).

Volgens Flap (2002) kan het sociaal kapitaal van een individu gemeten worden door een overzicht te maken van de resources waartoe hij toegang tot heeft of gebruik van maakt. Omdat de waarde van het sociaal kapitaal samenhangt met het doel waarvoor het vergaart wordt, verschillen de resources die het sociaal kapitaal vormen per onderzoekspopulatie (Flap, 1999). Omdat zzp'ers een specifieke vorm van ondernemers zijn, heb ik de typen resources in dit onderzoek samengesteld op basis van eerder onderzochte resources uit onderzoek naar starterssucces van ondernemers.

Zo wordt in diverse reviews, theoretische en empirische onderzoeken, toegang tot informatie als belangrijke resource voor ondernemerschap beschouwd om kansen na te kunnen jagen (Adler & Kwon, 2000). Er wordt daarbij onderscheid gemaakt tussen marktinformatie over de industrie, klanten en concurrentie (Barbieri, 2003; Hoang & Antoncic, 2002; Ostgaard & Birley, 1996; Podolny & Baron, 1997); informatie over technologie en ontwikkelingen van producten en diensten of het type business (Ostgaard & Birley, 1996); en informatie over ondernemerschap en organiseren (Podolny & Baron, 1997; Witt & Schroeter, 1996). Dit lijken mij voor zzp'ers ook zeer relevante resources.

Andere typen resources die in eerdere onderzoeken als belangrijk voor ondernemers worden aangeduid, zijn: reputatie, legitimiteit en hulp in het verkrijgen van leningen (Hoang & Antoncic, 2003; Larson, 1992; Ostgaard & Birley, 1996; Stuart, 1999; Witt & Schroeter, 1996). Uit eerder onderzoek blijkt dat ondernemers met een goede reputatie hun gestelde doelen eerder behalen dan ondernemers zonder goede reputatie (Larson, 1992; Stuart, 1999). Ook deze resources lijken mij voor een zzp'er noodzakelijk om een succesvolle onderneming op te bouwen. Ostgaard & Birley (1996) en Witt & Schroeter (1996) noemen verder toegang tot potentiële klanten als belangrijke resource uit de relaties die ondernemers onderhouden. Ook kunnen ondernemers via hun netwerk toegang krijgen tot bepaalde fysieke resources, zoals hulp bij het verkrijgen van een locatie, materiaal en uitrusting (Witt & Schroeter, 1996). Ik verwacht dat dit type resource minder belangrijk is voor zzp'ers, omdat uit het onderzoek van Vroonhof e.a. (2008) blijkt dat zzp'ers slechts in beperkte mate over een eigen bedrijfsruimte en/of transportmiddel (o.a. kantoor, atelier, werkplaats en bestelbus) beschikken. Toch neem ik deze resource mee, omdat het een oriënterend en sectorbreed onderzoek is en omdat het onder startende zzp'ers wordt afgenomen.

Brüderl & Preisendörfer (1998) en Barbieri (2003) tonen in hun onderzoek naar ondernemerschap het belang aan van emotionele ondersteuning vanuit het netwerk voor ondernemers. Ook Hoang & Antoncic (2003) vinden emotionele of sociale ondersteuning in hun review als veelvoorkomend type resource voor ondernemers. Ik verwacht dat zzp'ers hier niet veel in verschillen en heb emotionele ondersteuning daarom meegenomen als type resource in dit onderzoek.

Hoewel zzp'ers een aparte vorm van ondernemers zijn, verwacht ik dat alle bovenstaande beschreven typen resources voor ondernemers ook voor zzp'ers van belang zijn. De punten waarop zzp'ers van andere typen ondernemers verschillen, zoals motivatie en het hebben van personeel, staan denk ik los van bovenstaande benodigde resources om een onderneming succesvol te maken. Naast deze resources, kunnen er natuurlijk ook resources zijn, die in het bijzonder belangrijk zijn voor zzp'ers. Op basis van onderzoeken naar de kenmerken van zzp'ers (Pleijster & Van der Valk, 2007; Vroonhof e.a., 2008) en een handboek voor zzp'ers (Dasselaar, 2009) verwacht ik dat hulp bij het regelen van organisationele zaken zoals wettelijke en administratieve procedures en het verkrijgen van nieuwe opdrachten, belangrijke, via een sociaal netwerk verkrijgbare resources kunnen zijn voor zzp'ers. Ik neem deze daarom mee in het onderzoek.

Volgens Bourdieu (1980) kan de omvang van het sociaal kapitaal van een individu gemeten worden door het aantal resources, waartoe een individu toegang heeft via zijn netwerk, te tellen (Bourdieu, 1980). Een specificatie van het volume is de mate van heterogeniteit. Diverse

onderzoekers hebben aangetoond dat sociaal kapitaal van hogere waarde is, wanneer het verschillen omvat in specifieke kenmerken van alters zoals variatie in geslacht, leeftijd en etniciteit; heterogeniteit in relaties zoals variatie in relatiesterkte of rollen; en heterogeniteit in resources zoals variatie in de middelen waartoe ego toegang heeft via zijn relatie met anderen (Burt, 1992; Flap, 1991; Granovetter, 1973; Lin, 2001). Wanneer een zzp'er toegang heeft tot veel verschillende typen resources, kan hij zijn kansen op succes dus vergroten. Hoe meer toegangen de zzp'er heeft tot verschillende resources, hoe groter de kans is dat hij succes behaalt.

Volgens deze theorie kan een zzp'er dus meer nieuwe opdrachten binnen halen, als hij zowel veel toegangen heeft tot opdrachtgevers; beschikt over de laatste marktinformatie; en een goede reputatie heeft; dan dat hij enkel veel mensen kent die hem van een opdracht zouden kunnen voorzien. Opdrachtgevers kunnen zzp'ers in nieuwe opdrachten voorzien bij tevredenheid. Zij kunnen collega's doorverwijzen naar de zzp'er, waardoor de zzp'er kan bezuinigen op marketing. Doordat een zzp'er via zijn netwerk attent wordt gemaakt op informatie over de markt, kan hij zijn vaardigheden aanpassen aan de behoeften van de klant, waardoor hij bepaalde opdrachten eerder kan vervullen dan anderen. Ik denk daarom dat over hoe meer verschillende resources een zzp'er beschikt, hoe groter zijn kans is om meer opdrachten binnen te halen.

H1a. De heterogeniteit in typen resources in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op het aantal opdrachten dat de zzp'er per jaar uitvoert.

Ook denk ik dat de kans op meer opdrachtgevers toeneemt, naarmate de zzp'er beschikt over verschillende resources. Belangrijke resources voor het verkrijgen van opdrachtgevers zijn een goede reputatie en tijd en geld voor acquisitie. Ik denk dat een zzp'er die iemand in zijn netwerk heeft die gespecialiseerd is in het maken van websites; iemand kent die in hem wil investeren en geld uitleent; en veel tevreden opdrachtgevers heeft die collega's naar de hem doorverwijzen, meer kans heeft opdrachtgevers te verwerven, dan een zzp'er die via zijn netwerk enkel een goede reputatie heeft.

H1b. De heterogeniteit in typen resources in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op het aantal opdrachtgevers dat de zzp'er per jaar verwerft.

Van een zzp'er die zowel over informatie beschikt over de markt als over productontwikkelingen en over de behoeften van zijn klanten, verwacht ik dat hij eerder de gelegenheid heeft om innovatief te zijn dan een persoon die enkel veel informatie van nieuwe ontwikkelingen heeft.

Naarmate de heterogeniteit in resources toeneemt, heeft de zzp'er meer kans om prikkels op te vangen om te innoveren. Daarnaast kan men makkelijker innoveren als men onafhankelijker is van bijvoorbeeld kennisresources. Omdat men toegang heeft tot meerdere kennisbronnen, is de kans dat de kennis nieuw is groter. Daarnaast kan men een zekere objectiviteit aannemen over de betrouwbaarheid van de kennis, als men toegang heeft tot meerdere kennisbronnen (Jenssen & Greve, 2002).

H1c. De heterogeniteit in typen resources in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op de mate waarin de zzp'er innovatief is.

Vanuit de resource-based view bestaat al heel lang de gedachte dat organisaties die over unieke resourcecombinaties beschikken een duurzaam concurrentievoordeel kunnen behalen (Penrose, 1959). Ik denk dat een heterogeniteit in typen resources er toe leidt dat deze moeilijker te imiteren zijn door andere zzp'ers, waardoor zzp'ers met een heterogeniteit in typen resources meer omzetten.. Daarnaast hebben Lechner, Dowling & Welpel (2006) empirisch bewijs geleverd voor het belang van heterogeniteit in typen resources voor ondernemers, omdat ondernemingen onderhevig zijn aan veranderingen en in verschillende fasen zullen komen, waarbij verschillende resources van belang zijn.

H1d. De heterogeniteit in typen resources in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op de gemiddelde jaarlijkse omzet van de zzp'er.

Uit het onderzoek van Hult, Hurley & Knight (2003) en Stuart (2000) blijkt dat de innovativiteit en prestatie van organisaties in termen van winst en verkopen positief en significant samenhangen. Alhoewel werknemers en zzp'ers verschillen, verwacht ik deze samenhang ook voor zzp'ers. De theorie voor de relatie tussen innovativiteit en omzet is immers gebaseerd op het snel en creatief kunnen oplossen van problemen en het vinden van uitdagingen, die ervoor zorgen dat de organisatie zich aanpast aan de omgeving om te kunnen overleven (Hult, Hurley & Knight, 2003). Veel van deze problemen en uitdagingen waar organisaties met meerdere werknemers mee te maken krijgen, kunnen zich ook voordoen bij een zelfstandige. Een zzp'er kampt net zo goed met de problemen van een nieuwe beperkende wet als een organisatie die uit meerdere personen staat.

In een studie van Rodan & Galunic (2004) naar de invloed van kennisheterogeniteit op de taakprestatie en innovativiteit van managers blijkt dat het effect van kennisheterogeniteit veel

groter is op de innovativiteit van managers dan op hun prestatie. Omdat kennis op diverse manieren onderscheiden wordt in typen resources, verwacht ik dat dit effect ook voor zzp'ers optreedt. Innovativiteit hangt volgens mij sterker samen met kennisvergaring dan het aantal opdrachten, opdrachtgevers en de omzet doen.

H1e. Het effect van heterogeniteit in typen resources in het sociaal kapitaal van de zzp'ers is groter op de innovativiteit, dan op de jaarlijkse omzet van de zzp'ers en hun gemiddeld aantal opdrachten en opdrachtgevers per jaar.

3.4 Typen actoren in het sociaal netwerk van zzp'ers

De omvang van het sociaal kapitaal kan ook gemeten worden door het aantal alters in het netwerk van een individu te tellen (Bourdieu, 1980). Omdat burens, vrienden en familieleden toegang geven tot specifieke resources, kan het meten van de rol van bepaalde alters in het netwerk van ego een goede indicator voor individueel sociaal kapitaal zijn (Van der Gaag & Webber, 2007). Ook het meten van socio-demografische kenmerken van alters, zoals leeftijd, geslacht, etniciteit en status, zijn dikwijls in wetenschappelijk onderzoek gebruikt om het sociaal kapitaal van een individu in kaart te brengen (Van der Gaag & Webber, 2007).

In deze studie onderzoek ik de rol van alters, omdat ik verwacht dat die onderzoeksdata makkelijk te verkrijgen en vergelijken zijn. Actoren kunnen variëren van individuele personen tot complete samenlevingen en alle aggregatieniveaus die daartussen denkbaar zijn (Groen, 1994).

Het bestuderen van de rollen van actoren (typen actoren) lijkt mij een goede manier om het sociaal kapitaal van zzp'ers in kaart te brengen, omdat de grenzen van het netwerk van zzp'ers zeer vaag zijn en het bij naam noemen van alters voor respondenten zeer moeilijk, soms onmogelijk is. Het bestuderen van typen actoren ofwel de content van het netwerk, is iets wat tot op heden nog maar weinig is gedaan in wetenschappelijk onderzoek (Baum, Calabrese & Silverman, 2000; Burt, 1997; Gulati & Westphal, 1999). Toch kan het bestuderen van verschillende soorten relaties volgens Gulati & Westphal (1999) een zeer goede manier zijn om meer inzicht te krijgen in de werkelijke waarde van sociaal kapitaal.

Op basis van de sociaal kapitaal theorie (Van der Gaag & Webber, 2007) verwacht ik dat hoe groter de omvang van het sociaal kapitaal is, hoe hoger het succes van de zzp'er in eerste instantie is. Johannisson (2000) en Rothaermel (2001) vonden hier eerder bewijs voor. Hoe meer actoren de

zzp'er kent, hoe meer mogelijke toegangen de zzp'er heeft tot bepaalde resources (Jenssen & Greve, 2002), hoe groter de kans is dat hij meer opdrachten binnenhaalt. Daarnaast is de kans dat er in het netwerk zeer waardevolle actoren zitten die in meerdere resources voorzien groter, naarmate het netwerk groter is. Omdat je maar een beperkt aantal opdrachten per jaar uit kunt voeren en omdat je een bepaalde hoeveelheid tijd kunt stoppen in het aangaan en onderhoud van je relaties (Pihkala, Varamäki & Vesalainen, 1999), denk ik dat dit effect op een gegeven moment vermindert en uiteindelijk stagneert. Deeds & Hill (1996) toonden eerder een curvilineair verband aan tussen de grootte van het netwerk van kleine technische onderneming en hun prestatie. Roberts, Dunbar, Pollet & Kuppens (2009) vonden bewijs voor een bovengrens aan de totale grootte van een netwerk van een individu. Omdat ik me in dit onderzoek beperk tot startende ondernemingen, verwacht ik geen curvilineair verband in de vorm van een volledige bergparabool, maar een positief lineair verband dat aan de top stagneert en een lichte kromming vertoont naar de top.

H2a. Het aantal actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een curvilineair effect op het aantal opdrachten dat de zzp'er per jaar uitvoert.

Je kunt deze gedachtegang ook maken voor het aantal opdrachtgevers. Hoe meer actoren een zzp'er kent, hoe groter de kans dat zij hem van opdrachtgevers kunnen voorzien of opdrachtgever zijn. Omdat je maar een beperkt aantal opdrachtgevers per jaar kunt verwerven en omdat je een bepaalde hoeveelheid tijd kunt stoppen in het onderhoud van je relaties, denk ik dat dit effect op een gegeven moment vermindert en uiteindelijk stagneert.

H2b. Het aantal actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een curvilineair effect op het aantal opdrachtgevers dat de zzp'er per jaar verwerft.

Omdat een ondernemer een beperkte hoeveelheid tijd en capaciteit heeft om aan zijn sociaal kapitaal te besteden, verwacht ik dat de omvang van het aantal actoren, waarmee de ondernemer een relatie moet onderhouden, op een bepaald moment negatief gerelateerd is aan het succes van de ondernemer. Dit omdat hij geen tijd meer over houdt om aan andere aspecten van het ondernemerschap te besteden (Fried e.a., 2006), die invloed hebben op de innovativiteit van de ondernemer (Hansen, 1999). Wanneer mensen in loondienst zijn, kunnen zij gebruikmaken van de infrastructuur en overhead van een grotere organisatie waardoor zij zich volledig kunnen richten op het ontwikkelen van nieuwe ideeën en producten. Wanneer mensen zzp'er zijn, zijn zij veel tijd kwijt met acquisitie, en met administratieve zaken – tijd en energie die zij niet kunnen besteden aan

het najagen van nieuwe kansen. Om die reden verwacht ik ook een curvilineair effect tussen het aantal actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er en de innovativiteit in de vorm van een bergparabool. Ik denk dat zzp'er op een bepaald moment aan het plafond van hun mogelijkheden zitten.

H2c. Het aantal actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een curvilineair effect op de mate waarin de zzp'er innovatief is.

Vanuit de veronderstelling dat het aantal opdrachten, opdrachtgevers en innovativiteit bepalend zijn voor de omzet van de zzp'er, en vanuit eerdere onderzoeken naar de relatie tussen het aantal actoren en de groei van de onderneming (Ostgaard & Birley, 1996), denk ik dat het aantal actoren in het sociaal kapitaal ook een curvilineair effect op de omzet van de zzp'er heeft.

H2d. Het aantal actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een curvilineair effect op de gemiddelde jaarlijkse omzet van de zzp'er.

Fombrun (1982) en Lechner e.a. (2006) toonden eerder aan dat het aantal actoren alleen geen goede indicator voor het sociaal kapitaal van ondernemers is, maar dat ook de inhoud van de relaties van belang is. Verschillende typen actoren kunnen volgens hen op verschillende momenten in de tijd belangrijk zijn. Op basis van de veronderstellingen dat verschillende typen actoren toegang geven tot verschillende typen resources (Birley, 1985) en dat het aantal actoren een positief effect heeft op het succes van de zzp'er, verwacht ik dat een heterogeniteit in actoren in het sociaal kapitaal van zzp'ers een positieve invloed heeft op het succes van zzp'ers.

Wanneer een zzp'er meer verschillende typen actoren kent, die in verschillende typen resources kunnen voorzien, die tot nieuwe opdrachten kunnen leiden, vergroot hij zijn kansen om meer opdrachten binnen te halen.

H3a. De heterogeniteit in typen actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op het aantal opdrachten dat de zzp'er per jaar uitvoert.

Hoe hoger de heterogeniteit in de typen actoren die een zzp'er kent, hoe groter de kans dat zij toegang geven tot verschillende resources. Hoe meer verschillende resources in het netwerk van de zzp'er, hoe groter zijn kans op het verwerven van meerdere opdrachtgevers. Een zzp'er die iemand in zijn netwerk heeft die gespecialiseerd is in marketing; iemand kent die in hem wil investeren en

geld uitleent; veel tevreden opdrachtgevers en vrienden heeft die collega's naar hem doorverwijzen, heeft denk ik meer kans om opdrachtgevers te verwerven, dan een zzp'er met voornamelijk opdrachtgevers in zijn netwerk en weinig andere typen actoren.

H3b. De heterogeniteit in typen actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op het aantal opdrachtgevers dat de zzp'er per jaar verwerft.

Hoe diverser het netwerk van de zzp'er, hoe groter de kans dat dit tot diverse resources leidt. Hoe diverser de resources waarover een zzp'er beschikt, hoe groter de kans op kennisheterogeniteit. Ik verwacht dat de informatie die een zzp'er van een vriend, leverancier, investeerder of collega krijgt, zeer uiteenlopend kan zijn. Zo kan een goede relatie met een leverancier er toe leiden dat een zzp'er altijd op de hoogte is van de laatste productinformatie en kan een vriend uit de ict de zzp'er bijvoorbeeld informeren over een technologische ontwikkeling.

H3c. De heterogeniteit in typen actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op de mate waarin de zzp'er innovatief is.

Adler en Kwon (2002) stellen dat verschillende actoren in een netwerk ook verschillende motivaties en doelen hebben om een persoon toegang tot resources te geven. Verschillende relaties geven toegang tot hulpbronnen met verschillende kwaliteiten. Zo laat Stuart (2000) bijvoorbeeld zien dat organisaties die relaties onderhouden met grote en zeer innovatieve partners in economisch opzicht beter presteren dan organisaties zonder partners met deze kenmerken. Daarnaast verschillen zij in hun beschikbaarheid en solidariteit op basis van interne en externe factoren, zoals bijvoorbeeld de markt of gevoelens van gunbaarheid. Wanneer een zzp'er een heterogeen netwerk heeft in typen actoren, krijgt hij wellicht eerder toegang tot de resources van die actoren, die op dat moment nodig zijn om een hoge omzet te behalen. Zo verwacht ik dat een zzp'er in tijden van financiële tegenslag weinig heeft aan zijn relaties met investeerders, opdrachtgevers en/of collega zzp'ers, omdat zij hun resources op dat moment zelf hard nodig hebben. Op dat moment heeft een zzp'er misschien meer aan relaties met belangenorganisaties, vrienden en familie. Deze gedachte heb ik afgeleid op basis van twee bestaande theorieën: de exchange theorie en de resource dependence theorie. In de exchange theorie wordt gezegd dat sociale relaties tussen mensen ontstaan en veranderen op basis van kosten en baten voor beiden partijen tijdens de uitwisseling van resources (Cook & Whitmeijer, 1992). Het kan zo zijn dat een zzp'er een relatie onderhoudt met een investeerder, maar dat die investeerder op een bepaald moment in de tijd geen baten ziet in

een uitwisseling van resources. De resource dependence theorie ziet de omgeving als een verzameling actoren die schaarse hulpbronnen bezitten of controleren (Pfeffer & Salancik, 1978). De relatie met de omgeving wordt uitgedrukt in afhankelijkheden en onzekerheden. Een van de mogelijkheden om de ontstane afhankelijkheden te verminderen is het aangaan van relaties. Organisaties die meer controle over hun resources hebben, hebben een hogere omzet dan organisaties die dit niet hebben (Pfeffer & Salancik, 1978). Ik denk dat een zzp'er met een heterogeen netwerk een grotere kans heeft om toegang tot die resources te krijgen, omdat hij minder afhankelijk is van één type actor. Hoe diverser het netwerk van een zzp'er in typen actoren is, hoe groter de kans dat er iemand is die hem voorziet in de benodigde resources om een hoge omzet te behalen.

H3d. De heterogeniteit in typen actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op de gemiddelde jaarlijkse omzet van de zzp'er.

3.5 Typen negatieve relaties in het sociaal netwerk van zzp'ers

Bovenstaande theorie focust zich, met uitzondering van de relatie tussen het aantal actoren en de innovativiteit van de zzp'er, op een succeshypothese, waarin sociaal kapitaal een positieve invloed heeft op het succes van de ondernemer. In veel mindere mate is er ook theoretisch en empirisch onderzoek gedaan naar mogelijke negatieve effecten van sociaal kapitaal, ofwel de donkere zijde van sociaal kapitaal (Adler & Kwon, 2000; Fried e.a., 2006; Gargiulo & Benassi, 1999). Een uitzondering hierop vormt o.a. het onderzoek van Moerbeek & Need (2003). Zij maakten onderscheid tussen de invloed van sweet relationships en sour relationships in het sociaal kapitaal van werknemers op de arbeidsmarktpositie van die werknemers. Zij vonden dat er op de werkvloer inderdaad negatieve relaties kunnen bestaan, die de werknemer belemmeren in zijn mobiliteit op de arbeidsmarkt.

Op theoretisch gebied zijn er op dit moment al meer bijdragen geleverd aan onze kennis over negatieve netwerkeffecten binnen het gebied van ondernemerschap. Zo zetten Adler & Kwon (2000) uiteen dat het bouwen en onderhouden van sociaal kapitaal investeringen kost, waarvan het niet altijd duidelijk is of, wanneer en in welke vorm men die weer terug krijgt. Er kan bijvoorbeeld sprake zijn van 'freerider' gedrag, waarbij bepaalde personen enkel profiteren van de gedeelde resources en niets geven (Adler & Kwon, 2000). Investerings in sociaal kapitaal worden dan ook gedaan met het vooruitzicht op een gezamenlijke toekomst (Axelrod, 1984), leerervaringen uit een

gezamenlijk verleden (Mauss in: Flap, 2002) en vertrouwen in de relatie zelf (Fried e.a., 2006). Sociaal kapitaal kent dus een investeringsrisico. Personen die gebruikmaken van de gedeelde resources, maar zelf weinig toevoegen, noem ik daarom 'freeriders' (naar een idee van: Van der Gaag & Snijders, 2004).

Ik verwacht dat de aanwezigheid van freeriders in het netwerk van zzp'ers, er toe kan leiden dat zzp'ers minder innovatief zijn. Voor de tijd die zij stoppen in het onderhouden van een relatie met freeriders, krijgen zij immers niets terug. Zo hebben zij hierdoor geen toegang tot nieuwe informatie, om te kunnen innoveren en ook minder tijd om te innoveren.

H4a. De aanwezigheid van freeriders in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een negatieve invloed op de mate waarin een zzp'er innovatief is.

Een ander negatief effect van sociaal kapitaal zou kunnen zijn dat de kosten hoger zijn dan de opbrengsten. Volgens Dubini & Aldrich (1991) kunnen netwerken tot frustratie leiden, omdat het opbouwen en onderhouden er van een tijdsintensieve en weinig opleverende gebeurtenis kan zijn. Johannisson (1996) merkt op dat de kosten van het onderhouden van een bepaalde netwerkstructuur gemeten moeten worden, om de daadwerkelijke voordelen van het netwerk te kunnen meten. De negatieve relaties die gekenmerkt worden door een onbalans tussen kosten en baten, benoem ik als 'zwarte gaten' (naar een idee van: Van der Gaag & Snijders, 2004). Een 'zwart gat' is een zeer veel energiekostend persoon, die weinig opbrengt of zelfs alleen maar kosten met zich meebrengt.

Ik verwacht dat de aanwezigheid van zwarte gaten in het netwerk van zzp'ers, er toe kan leiden dat zzp'ers minder opdrachten binnenhalen. Zij stoppen dan veel tijd in het onderhouden van relaties met personen die hen niet of nauwelijks van opdrachten voorzien. Die tijd kunnen zij beter besteden aan het aangaan van relaties met nieuwe opdrachtgevers, die minder vragen en meer opleveren.

H4b. De aanwezigheid van zwarte gaten in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een negatieve invloed op het aantal opdrachten dat de zzp'er per jaar uitvoert.

Ook verwacht ik dat de aanwezigheid van zwarte gaten in het netwerk van zzp'ers, er toe kan leiden dat zzp'ers minder omzetten. De tijd en het geld die zij stoppen in het aangaan en onderhouden van een relatie met zwarte gaten, kunnen zij immers niet besteden aan het binnenhalen en uitvoeren van opdrachten.

H4c. De aanwezigheid van zwarte gaten in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een negatieve invloed op de gemiddelde jaarlijkse omzet van de zzp'er.

Fried e.a. (2006) merken op dat hoewel relaties voor de ontwikkeling en een verbetering van een goede reputatie kunnen zorgen; ook kunnen leiden tot een beschadiging of zelfs het verlies van reputatie, als deze onder vervelende omstandigheden verbroken worden (Fried e.a., 2006). Daarnaast kan de reputatie van de alters met wie de ondernemer een relatie onderhoudt wellicht een verkeerde uitstraling op de ondernemer hebben, waardoor hij opdrachten zou mis kunnen lopen. Zulke negatieve relaties typeer ik als 'rotte appels' in het sociaal kapitaal. Een rotte appel is een controversieel persoon, die de ondernemer en zijn bezigheden in een minder gunstig daglicht plaatst, door bijvoorbeeld te roddelen of doordat hij zelf een negatieve reputatie heeft (naar een idee van: Van der Gaag & Sniijders, 2004). Ik denk dat de aanwezigheid van rotte appels in het zakelijk netwerk van de zzp'er er toe kan leiden dat een zzp'er minder opdrachtgevers binnenhaalt, omdat opdrachtgevers reputatie en ervaring mee laten spelen in hun keuze voor een zzp'er.

H4d. De aanwezigheid van rotte appels in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een negatieve invloed op het aantal opdrachtgevers dat de zzp'er per jaar verwerft.

Ondernemers kunnen ook verstrikt raken in hun netwerk. Fried e.a. (2006) spreken in die situaties van lock-ins. Ik noem dergelijke relaties in dit onderzoek blokkeerders (naar een idee van: Van der Gaag & Sniijders, 2004). Relationele lock-ins verhinderen het aangaan van nieuwe relaties, doordat de bestaande relaties veel vertrouwen en wederkerigheid vragen. Door de grote afhankelijkheid van bepaalde actoren in het netwerk, kan de mogelijkheid tot het vinden van nieuwe relaties en resources beperkt worden. Blokkeerders gaan verdere uitbreiding en ontwikkeling van het sociaal kapitaal tegen, omdat ze de zzp'er opzadelen met gevoelens van verplichtingen en verwachtingen. Ik verwacht daarom dat de aanwezigheid van blokkeerders er toe kan leiden dat zzp'ers minder opdrachtgevers binnen halen.

H4e. De aanwezigheid van blokkeerders in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een negatieve invloed op het aantal opdrachtgevers dat de zzp'er per jaar verwerft.

In cognitieve lock-ins zijn de relaties intens en zijn er veel gedeelde waarden en houdingen, waardoor de ondernemer nieuwe kansen over het hoofd ziet en zijn resources beperkt blijven (Fried e.a., 2006). Batjargal (2003) ziet dergelijke relaties als een beperking van de vrijheid van de

ondernemer. Een ander type lock-in dat Fried e.a. (2006) onderscheiden, zijn structurele lock-ins, waarbij de structuur van het netwerk gesloten en stabiel is, waardoor het sociaal kapitaal zich niet aanpast aan de snel veranderende omgeving. Ik denk dat deze cognitieve en structurele lock-ins de innovativiteit van de zzp'er kunnen verminderen. Zzp'ers kunnen moeilijk individueel heel hun omgeving monitoren en zijn daarvan afhankelijk van anderen. Wanneer die anderen niet open staan voor kansen en vernieuwingen, verwacht ik dat de zzp'er hierdoor ook minder innovatief kan zijn, dan zzp'ers die relaties hebben met actoren die hier wel voor open staan. Ook doordat de blokkeerder bepaalde gezamenlijke waarden, houdingen en denkbeelden versterkt, isoleert ego zich van nieuwe kennis, kansen en ideeën.

H4f. De aanwezigheid van blokkeerders in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een negatieve invloed op de mate waarin de zzp'er innovatief is.

Niet alleen kan het aangaan van meerdere opdrachtgevers beperkt worden, ook het aangaan van relaties met andere typen actoren, die in andere resources voorzien, kan verhinderd worden. Doordat een familielid accountant is, verwacht hij dat zijn hulp gevraagd zal worden bij de boekhouding of doordat een goede vriend trendwatcher is, vertrouwt de zzp'er op zijn informatie over nieuwe ontwikkelingen. Hierdoor kan de zzp'er efficiëntere en effectievere resources over het hoofd zien of zich laten misleiden. Om die reden en omdat ik verwacht dat zzp'ers door de aanwezigheid van blokkeerders minder opdrachtgevers binnenhalen en minder innovatief zijn, verwacht ik dat zij ook minder zullen omzetten.

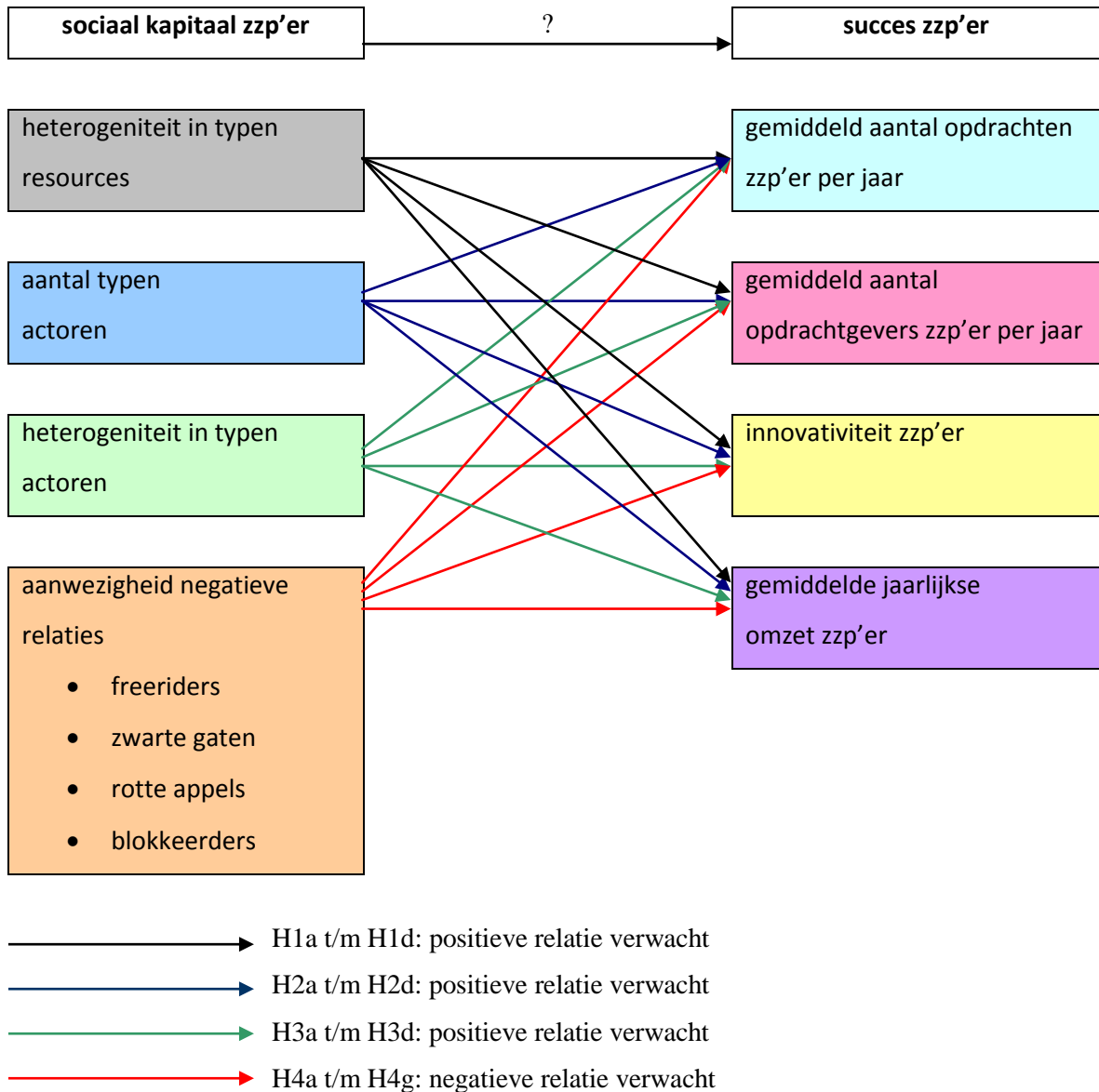
H4g. De aanwezigheid van blokkeerders in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een negatieve invloed op de gemiddelde jaarlijkse omzet van de zzp'er.

3.6 Overzicht onderzoeksmodel

In het onderzoeksmodel op de volgende pagina wordt globaal aangegeven hoe de relatie tussen het sociaal kapitaal en succes van zzp'ers volgens mij verloopt. Iedere indicator voor het succes van zzp'ers kan volgens mij door verschillende indicatoren voor het sociaal kapitaal van zzp'ers beïnvloed worden. Het volledige conceptueel model moet niet gezien worden als een volledig model met alle verklarende factoren voor het succes van zzp'ers, maar als een bloksgewijze

schematische weergave van de relaties die ik verwacht tussen verschillende indicatoren voor sociaal kapitaal en het succes van zzp'ers.

Figuur 1: Conceptueel model



Een overzicht van de hypothesen is te vinden in Bijlage 1.

4. METHODEN

4.1 Onderzoekspopulatie en onderzoeksontwerp

Naar een laatste schatting zijn er op dit moment minimaal 250.000 zzp'ers werkzaam in Nederland (Vroonhof e.a., 2008). Een volledige database waarin alle zzp'ers geregistreerd staan, is helaas niet beschikbaar. Omdat eerder onderzoek naar een verband tussen ondernemerschap en sociaal kapitaal, waarop dit onderzoek gebaseerd is, voornamelijk onder startende ondernemers heeft plaatsgevonden en omdat er verschillen bestaan tussen het (belang van) sociaal kapitaal voor starters en voor volgroeide ondernemingen (o.a. Hite & Hesterly, 2001), heb ik een kleinere onderzoekspopulatie gekozen. Op basis van eerder onderzoek (Covin, Slevin & Covin, 1990; Greve, 1995) neem ik aan dat de startersjaren van een onderneming ongeveer de eerste tien jaar bedragen. Als onderzoekspopulatie beschouw ik daarom zzp'ers die elf jaar of minder werkzaam zijn als zzp'er in Nederland. Ik schat deze populatie op een aantal van 200.000.

Omdat dit onderzoek generiek en verkennend is, heb ik er voor gekozen om zzp'ers uit alle sectoren deel te laten nemen aan het onderzoek.

De minimale steekproefgrootte voor een representatieve steekproef met een foutenmarge van 5% en een betrouwbaarheidsniveau van 95%, bedraagt bij een populatie van 200.000 personen 384 (Steekproefcalculator, 2009). De respons bedraagt 437 volledig ingevulde vragenlijsten door zzp'ers die via verschillende brancheoverkoepelende belangenorganisaties en platforms voor zzp'ers hebben deelgenomen aan dit onderzoek. De grootte van de steekproef is daarmee ruim voldoende om uitspraken te doen over de onderzoekspopulatie (Miles & Shevlin, 2008).

Om de hypothesen in dit onderzoek te kunnen toetsen, heb ik gebruik gemaakt van een survey. Ik heb voor een survey gekozen, omdat dit onderzoek samenhang tussen meerdere variabelen veronderstelt en er kwantitatieve data benodigd zijn om een dergelijke samenhang te toetsen.

Ik heb de survey afgenomen op basis van een digitale vragenlijst, wegens de beperkte hoeveelheid tijd en het budget voor dit onderzoek. Tevens heb ik voor een digitale vragenlijst gekozen, omdat ik hiermee een hoge respons in relatie tot andere onderzoeksmethoden verwacht (Wright, 2005). Het invullen en versturen van een digitale vragenlijst vraagt weinig moeite van de respondent, geeft de respondent flexibiliteit en de mogelijkheid tot anonimiteit. Daarnaast heb ik ook vanuit eigen belang voor een digitale vragenlijst gekozen, omdat je met digitale vragenlijsten grote

hoeveelheden onderzoeksdata eenvoudig, snel en accuraat kan verzamelen en verwerken (Wright, 2005). De volledige digitale vragenlijst is in de vorm van printscreens terug te vinden in Bijlage 2. Omdat ik met de vragenlijst gelijktijdig ook data voor een collega-onderzoeker heb verzameld, bevat de vragenlijst enkele vragen en variabelen, die niet uit dit onderzoek voortkomen en die ik niet gebruikt heb in de data-analyse. Voor deze onderzoeksresultaten verwijst ik naar het onderzoek van Melisa Bel (2009) naar zzp'ers.

De vragenlijst heeft in totaal vier weken online gestaan van maandag 20 april tot vrijdag 15 mei 2009. Via diverse platforms en forums op internet; digitale nieuwsbrieven; en persoonlijke uitnodigingen binnen het eigen netwerk, zijn zzp'ers uitgenodigd de website te bezoeken en deel te nemen aan het onderzoek. Zo heb ik zzp'ers bijvoorbeeld via een bericht met link in de digitale nieuwsbrief van Platform Zelfstandige Ondernemers (20.000 leden, Platform Zelfstandige Ondernemers, 2009) en FNV Zelfstandigen (30.000 leden, FNV Zelfstandigen, 2008) benaderd om deel te nemen aan dit onderzoek. Een volledig overzicht van de methoden die ik gebruikt heb voor de verspreiding van de digitale vragenlijst, is te vinden in Bijlage 3. Als dank voor hun deelname, konden zzp'ers het onderzoeksrapport na afloop ontvangen. In totaal hebben 159 respondenten (36,4%) de resultaten van het onderzoek aangevraagd.

De vragenlijst heb ik ontworpen en uitgezet met het programma Examine (Roelofsma, Bottema & Smeets, 2005). Ik heb dit programma gebruikt op basis van eerdere positieve gebruikerservaringen en omdat er geen kosten aan zijn verbonden.

Door bij de verspreiding van de survey gebruik te maken van belangenorganisaties en netwerkplatforms op internet, is de representativiteit van dit onderzoek deels aangetast. Zzp'ers die niet aangesloten zijn bij één van de belangenverenigingen en geen lid zijn van bepaalde forums en platforms, hebben niet de mogelijkheid gehad om de vragenlijst in te vullen. Door deze beperkingen in de vindbaarheid van de enquête, is mogelijk een vertekening ontstaan van de onderzoeksresultaten, waardoor sommige sectoren over- of ondervetegenwoordigd zijn en er meer waarde wordt gehecht aan netwerken en belangenorganisaties dan in de gehele populatie het geval is. Ik heb deze vertekening geprobeerd tegen te gaan door gebruik te maken van oproepen op LinkedIn, waarbij zzp'ers niet perse aangesloten hoeven te zijn bij belangenverenigingen en ze lid kunnen zijn, ongeacht hun sector. Omdat er overlap zit in de databases van de verschillende belangenorganisaties en de leden ook bezoekers kunnen zijn van de meewerkende platforms en forums, heb ik de respondenten nadrukkelijk gevraagd niet meer dan één maal deel te nemen aan de enquête. Uiteindelijk heeft het merendeel van de respondenten (57,7%) de vragenlijst benaderd

op uitnodiging van FNV Zelfstandigen. Ruim 20% van de respondenten heeft de vragenlijst gevonden via een forum of bericht op internet. Opvallend is dat de vragenlijst ook verspreid is via enkele internetsites, waar geen contact mee is geweest. Uit de categorie [anders] blijken ook twitter en een vroegere opdrachtgever tot de vragenlijst geleid te hebben. In Bijlage 5 zijn de precieze gegevens af te lezen.

Om de respons te vergroten, heb ik ervoor gekozen de vragenlijst anoniem af te nemen en veel te werken met gesloten antwoordcategorieën.

Van de bezoekers van de online survey heeft 32% alleen de introductie gelezen, begon 14% aan de enquête maar maakte deze niet af, en vulde 54% de enquête volledig in. Mogelijke verklaringen voor het relatief hoge aantal dat alleen de introductie heeft gelezen, kunnen het criterium van een onderneming van elf jaar of jonger zijn en de lay-out van de vragenlijst. Daarnaast is Examine niet in staat om bezoekers van elkaar te onderscheiden. Een persoon die meerdere malen het introductiescherm bezoekt, wordt iedere keer apart geteld. Het percentage respondenten dat de enquête niet volledig heeft ingevuld, is mogelijk te wijten aan de lengte of gebruiksvriendelijkheid van de vragenlijst of de gemoedstoestand van de respondent. Daarnaast is de vragenlijst door een technische storing enige momenten onbeschikbaar geweest. Deze storing kan voor enkele respondenten zijn gevallen op het moment van deelname.

4.2 Operationalisatie van succes van zzp'ers

De data voor de indicatoren om het succes van zzp'ers te meten, heb ik verzameld door vier afhankelijke variabelen te meten. Een overzicht van deze variabelen en de operationalisatie hiervan, zijn te vinden in Bijlage 4. De omzet van zzp'ers heb ik gemeten door de respondent te vragen naar zijn gemiddelde omzet per jaar in euro's. De categorieën voor de gemiddelde omzet per jaar, heb ik als volgt geformuleerd: gemiddeld minder dan 25.000 euro, 25.000 tot 50.000 euro, 50.000 tot 75.000 euro, 75.000 tot 100.000 euro, 100.000 tot 125.000 euro, 125.000 tot 150.000 euro, 150.000 tot 175.000 euro, 175.000 tot 200.000 euro en meer dan 200.000 euro per jaar. Deze categorisatie heb ik gebaseerd op diverse gegevens: de jaaromzetcijfers uit het onderzoek van Hessels & Vroonhof uit 2001; het onderzoek van Van den Born (2009), waaruit blijkt dat hoogopgeleide zzp'ers een gemiddelde omzet van 85.000 euro per jaar hebben en tot slot de categorisatie van het onderzoek van Van den Broek & Withagen (2007), waarin eenzelfde categorisatie met één extra categorie meer werd gebruikt in hun onderzoek naar zelfstandige

interimmers. Ik heb deze extra categorie weggelaten, omdat ik verwacht dat zelfstandige interimmers gemiddeld een hogere jaaronzet hebben dan zzp'ers uit andere sectoren.

Op basis van onderzoeksgegevens uit het onderzoek van Vroonhof, e.a. (2008) heb ik de categorisatie voor het aantal opdrachtgevers en opdrachten per jaar als volgt samengesteld: minder dan 3, 3 tot 6, 6 tot 9, 9 tot 12, 12 tot 15 en 15 of meer opdrachtgevers/opdrachten per jaar. Ik heb gebruik gemaakt van deze categorisatie, omdat dit onderzoek sectorbreed is en het aantal opdrachtgevers en opdrachten per jaar per sector sterk kan verschillen (Van den Broek & Withagen, 2007).

Innovativiteit wordt vaak gemeten door het tellen van nieuw op de markt te brengen producten, diensten, processen en technologieën (Antoncic & Hisrich, 2001). Het gebruik van deze meetmethode leidt in deze studie tot problemen, omdat dit een sectorbreed onderzoek is en het niet in iedere sector mogelijk is op producten te innoveren. De meting van de innovativiteit van de zzp'er heb ik daarom gebaseerd op een vertaling van de dimensie innovatie uit de de Entrepreneurial Orientation meetschaal van Stull (2005). Deze schaal meet het ondernemend gedrag op basis van innovatie, proactiviteit en risico's nemen. De totale schaal bevat 15 items. Ieder item bestaat uit een schaalverdeling met een minimum van 1 en een maximum van 5, waarbij de respondent moet aangeven in hoeverre het item op hem van toepassing is. Voorbeelden van items zijn: 'Ik kom met nuttige ideeën.' en 'Ik doe dingen vaak op een unieke manier.'. Stull heeft de volledige schaal getoetst met een betrouwbaarheid van $\alpha=0.76$, wat volgens Nunnally (1978) voldoende betrouwbaar is. Omdat ik in dit onderzoek slechts 5 items in plaats van 15 items heb gebruikt, heb ik de schaal voor innovativiteit op betrouwbaarheid gecontroleerd. Uit de betrouwbaarheidsanalyse ($\alpha=0.736$) blijkt een iets lagere, maar vergelijkbare Cronbach's Alpha dan in het oorspronkelijke onderzoek. Het verschil kan verklaard worden doordat er in de oorspronkelijke schaal ook andere factoren werden gemeten. Om hiervoor te controleren, heb ik getoetst of de vijf gekozen items op één component laden aan de hand van een factoranalyse. Dit is inderdaad het geval: er zijn geen subschalen te ontdekken.

4.3 Operationalisatie van sociaal kapitaal van zzp'ers

De waarden van de vier onafhankelijke variabelen in dit onderzoek, zijn niet allemaal direct uit de vragenlijst verkregen. Soms heeft er eerst een berekening of transformatie naar een nieuwe

variabele plaatsgevonden. Een overzicht van de operationalisering van deze variabelen is te vinden in Bijlage 4. In de vragenlijst zijn de respondenten gevraagd naar de actoren en resources waar zij de afgelopen zes maanden toegang tot hadden. De keuze van zes maanden heb ik gebaseerd op eerder onderzoek van Johannisson (1996) waaruit blijkt dat contact tussen ondernemers en hun netwerkpartners minimaal iedere zes maanden en vaker plaatsvindt. Daarnaast lijkt het zeer onwaarschijnlijk dat personen waar langer dan zes maanden geen contact mee is geweest, tot het sociaal kapitaal van de zzp'er gerekend kunnen worden.

Om het aantal actoren te kunnen meten, hebben de respondenten een tabel in moeten vullen bestaande uit twaalf typen actoren: (belangen)verenigingen voor zelfstandig ondernemerschap, bemiddelaars voor zzp'ers, brancheverenigingen, collega zzp'ers, de kamer van koophandel, een accountant/boekhouder, familie, investeerders/banken, klanten/opdrachtgevers, een levenspartner, leveranciers en vrienden. Nadrukkelijk heb ik vermeld dat het enkel gaat om typen actoren waarmee de zzp'er een relatie onderhoudt, waarbij hij het afgelopen half jaar minimaal één keer contact had ten behoeve van zijn onderneming. Voor de aangevinkte typen actoren, heb ik de respondent gevraagd het aantal relaties in te vullen. De categorisatie van typen actoren heb ik gebaseerd op onderzoek van Birley (1985) naar potentiële bronnen van hulp voor ondernemers; empirisch onderzoek van Chiesi (2007) naar de waarde van sociaal kapitaal voor Italiaanse ondernemers; een overzicht van externe drukkerscontacten uit het proefschrift van Groen (1994); en empirisch onderzoek van Dubini & Aldrich (1991). Daarnaast heb ik een aantal actoren toegevoegd dat specifiek in het netwerk van zzp'ers zou kunnen voorkomen: (belangen)verenigingen voor zelfstandig ondernemerschap (zoals FNV Zelfstandigen) en bemiddelaars voor zzp'ers (zoals Yacht) (Dasselaar, 2009; Pleijster & Van der Valk, 2007; Vroonhof e.a., 2008).

Omdat uit resultaten van het onderzoek van Brüderl & Preisendörfer (1998); onderzoek van de FNV (2007); en het handboek voor zzp'ers van Dasselaar (2009) blijkt dat de levenspartner van een ondernemer een belangrijke actor kan zijn voor allerlei vormen van ondersteuning, heb ik ook deze actor mee genomen in het onderzoek.

Omdat de term collega's/concurrenten wellicht verwarrend kan zijn voor zzp'ers, heb ik de term collega zzp'er gebruikt. Uit niet-wetenschappelijke bronnen (FNV Zelfstandigen, 2008; Pleijster & Van der Valk, 2007; Vroonhof e.a., 2008) blijkt dat zzp'ers steeds vaker pools vormen, waarin zij bij overbelasting klanten doorverwijzen naar een vast clubje collega zzp'ers. Daarnaast wisselen zij ook onderling informatie uit over de markt waarin zij werkzaam zijn (Pleijster & Van der Valk, 2007; Vroonhof e.a., 2008).

Ik verwacht dat met deze categorisatie alle mogelijke actoren uit het netwerk van zzp'ers omvat worden en dat eventuele actoren die niet onder te brengen zijn in de uiteengezette categorieën, in zodanig lage mate voorkomen, dat het weglaten hiervan geen betrouwbaarheids- en validiteitsproblemen oplevert.

Om toegang tot resources te kunnen meten, heb ik gebruik gemaakt van het idee van de Resource Generator (Van der Gaag & Snijders, 2004) waarbij de respondent aan de hand van een op maat gemaakte checklist kan aangeven tot welke resources hij toegang heeft. Hierbij heb ik een onderscheid gemaakt tussen negen typen resources, die ik in het theoretisch kader besproken heb: informatie over de markt, klanten en concurrentie; informatie over technologie en ontwikkelingen over producten en diensten; informatie over ondernemerschap en organiseren, de organisatie van locatie, materieel en/of uitrusting; toegang tot potentiële klanten, toegang tot potentiële opdrachten; vertrouwen bij financiële instellingen, legitimiteit/reputatie bij klanten en emotionele ondersteuning. De indeling voor deze resources heb ik gebaseerd op onderzoeken naar resources voor ondernemers en door zelf resources te formuleren die specifiek voor zzp'er van belang kunnen zijn. Om te weten te komen welke actoren, welke resources verzorgen, heb ik deze twee variabelen tegenover elkaar uiteengezet, waardoor een matrix ontstaat, die de respondenten met vinkjes kunnen invullen.

De heterogeniteit in typen actoren heb ik berekend door het aantal typen actoren waar de zzp'er een relatie mee heeft, te delen door het totaal aantal mogelijke typen actoren. De heterogeniteit in het aantal resources heb ik op gelijke wijze gemeten door het aantal typen resources waar de zzp'er toegang tot heeft, te delen door het totaal aantal mogelijke typen resources. De uitkomst van deze variabelen varieert tussen de 0 en 1, waarbij waarden dichtbij of gelijk aan 1 een hoge heterogeniteit aangeven en waarden dichtbij 0 weinig heterogeniteit aangeven.

De aanwezigheid van negatieve relaties heb ik gemeten door de respondent te vragen of hij bekend is met de vier typen negatieve relaties (freeriders, zwarte gaten, rotte appels en blokkeerders) in zijn netwerk. De respondent moest daarbij invullen welk type actor het betreft. Zo is de respondent gevraagd of hij bekend is met personen met een slechte reputatie of personen die hem en zijn bezigheden in een minder gunstig daglicht plaatsen (rotte appels). De respondent heeft vervolgens aan kunnen geven of hij zo'n relatie ervaart bij bijvoorbeeld een familielid of eerdere opdrachtgever.

4.4 Controlevariabelen

In dit onderzoek heb ik gecontroleerd voor negen variabelen, die het succes van zzp'ers kunnen beïnvloeden. Het gaat om de sector en het oprichtingsjaar van de onderneming; en om het geslacht, de leeftijd, opleiding, ervaring en tijdsinvestering van de zzp'er.

De sector waarin de onderneming zich bevindt, het geslacht en de opleiding van de zzp'er heb ik gemeten aan de hand van meerkeuzevragen. De antwoordmogelijkheden voor sectoren heb ik gebaseerd op de categorisatie uit eerdere onderzoeken naar zzp'ers van Pleijster & Van der Valk (2007) en Vroonhof e.a. (2008).

Het oprichtingsjaar van de onderneming, de ervaring, leeftijd en tijdsinvestering van de zzp'er heb ik gemeten aan de hand van open vragen. Ervaring heb ik daarbij opgesplitst naar het aantal jaren ervaring van de zzp'er met het ondernemerschap, met de werkzaamheden en met de industrie, zoals in het onderzoek van Stam & Elfring uit 2008. Tijdsinvestering heb ik gemeten door de zzp'er te vragen naar het gemiddeld aantal uur per week dat hij kwijt is aan het onderhouden van zijn zakelijk netwerk in de vorm van borrels, telefoontjes, lunches en dergelijke, zoals ook Van den Born (2009) in zijn studie naar zzp'ers deed.

4.5 Dataverwerking

Via Examine zijn de data automatisch ingevoerd in het statistiekprogramma SPSS 15.0. Cases met missende waarden, heb ik uit de dataset verwijderd.

Veel van de variabelen kon ik niet direct afleiden uit de ruwe data, omdat ik heb gewerkt met matrices. De oorzaak hiervoor ligt in de invulvriendelijkheid naar de respondent en ontstaat omdat dit onderzoek zowel is bedoeld om de data te beschrijven als te verklaren.

In sommige vragen was de antwoordmogelijkheid [anders nl.] opgenomen. De antwoorden op deze vragen heb ik bestudeerd en voor zover mogelijk in bestaande of nieuwe categorieën ondergebracht.

Omdat dit onderzoek zowel beschrijven als verklaren als doel heeft, heb ik sommige variabelen met categorische waarden omgezet naar variabelen om multiële regressie mee uit te kunnen voeren. Het numeriek maken van de variabelen heb ik gedaan door te werken met gemiddelden, totalen en met behulp van dummies. Na het hercoderen van de variabelen heb ik vervolgens een analyse aan de hand van correlaties uitgevoerd en heb ik na het toetsen op assumpties voor

regressie op iedere afhankelijke variabele een multi-pele regressieanalyse uitgevoerd. De verdeling van de residuen voor iedere waarde van iedere afhankelijke variabele is redelijk normaal verdeeld, met uitzondering van de dummies. Behalve bij de dummies, is er geen sprake van heteroskedasticiteit en multicollineariteit. Een overzicht van bovenstaande bewerkingen is te vinden in het operationalisatieschema in Bijlage 4.

4.6 Beschrijvende statistieken

In onderstaande tabel zijn de statistieken van de variabelen opgenomen die op basis van centrummaten, de standaarddeviatie en variantie te beschrijven zijn. Ondersteunende tabellen en figuren voor de categorische variabelen zijn te vinden in Bijlage 5.

Tabel 1: Beschrijvende statistieken

	min.	max.	modus	gem.	sd.	var.
leeftijd	20	79	47	44,9	9,5	89,6
ervaring zelfstandig ondernemerschap	0	25	3	4,6	4,2	17,6
ervaring type werkzaamheden	0	40	10	13,2	9	80,3
ervaring in industrie	0	40	0	10,1	9,7	94,1
bestaan onderneming	0	11	2	3,9	2,9	8,4
innovativiteit	1	5	4	3,8	0,6	0,3
tijdsbesteding netwerk	0	80	2	6,1	7,6	57,1

Geslacht

De respons telt 437 personen, waarvan 54,2% man en 45,8% vrouw. Door deze gelijke verdeling is deze variabele goed als controlevariabele te gebruiken. Bij het vergelijken van deze percentages met die van het ledenbestand van FNV uit 2008 (72%, Van den Born, 2009) en een eerder onderzoek door EIM (73%, Vroonhof e.a., 2008), valt op dat het percentage mannen in dit onderzoek aanzienlijk lager ligt. De steekproef geeft dus waarschijnlijk een minder goede afspiegeling van de populatie qua verdeling in geslacht. Een mogelijke reden hiervoor kan zijn dat de sectoren in de steekproef die oververtegenwoordigd zijn ten opzichte van de andere sectoren, sectoren zijn waarin relatief veel vrouwelijke zzp'ers werken. Dit blijkt zo te zijn voor de sectoren

gezondheidszorg (71,4% vrouw), uitgeverij en vertalingen (66,7%), overige zakelijke dienstverlening (59,2%) en gezondheids- en welzijnzorg (57,1%).

Leeftijd

De gemiddelde leeftijd van de zzp'ers uit de steekproef ligt op 45 jaar. De leeftijd van de jongste respondent bedraagt 20 jaar en de oudste respondent is 79. Bij het uitzetten van de leeftijd in jaren in een frequentieverdeling, ontstaat een mooie klokvorm. De verzamelde data zijn vergelijkbaar met het ledenbestand van FNV uit 2008, het onderzoek van Van den Born (2009) en het onderzoek van Vroonhof e.a. (2008). De waarden in dit onderzoek liggen over het geheel genomen iets lager dan in andere onderzoeken. Dit hangt waarschijnlijk samen met de leeftijd van de onderzoekers en de inzet van hun netwerk om aan respondenten te komen.

Opleiding

Wanneer ik de hoogst genoten afgeronde opleiding van de respondenten bestudeer, valt mij op dat een zeer groot deel hoog opgeleid is. Uit het onderzoek van Vroonhof e.a. (2008) blijkt 33% een hbo opleiding of hoger te bezitten. In dit onderzoek gaat dat om 77,8%. Dit kan samen hangen met het hoge percentage respondenten afkomstig van FNV, waarbij in 2008 (Van den Born, 2008) 69% hoger onderwijs had afgerond. Omdat dit onderzoek niet specifiek gericht is op hoger opgeleiden, kan hierdoor een onjuist beeld van de populatie geschetst zijn. Een mogelijke oorzaak van deze scheve verdeling kan zijn dat de sectoren in de steekproef die ondervetegenwoordigd waren ten opzichte van de andere sectoren, sectoren zijn waarin relatief veel laagopgeleide zzp'ers werken.

Ervaring en bestaan onderneming

Uit de steekproef blijkt dat zzp'ers gemiddeld langer ervaring hebben met het type werkzaamheden en de industrie dan met het zelfstandig ondernemerschap.

Opvallend zijn de hoge maxima in ervaring met het zelfstandig ondernemerschap, met het type werkzaamheden en met de industrie, in vergelijking met het aantal jaren dat de respondenten zzp'er zijn. Een ander punt dat opvalt, is dat veel respondenten aangaven zzp'er te zijn, zonder ervaring in de industrie te hebben.

Succes

Over het algemeen zijn de ondervraagde zzp'ers zeer innovatief. Op een schaal van 1 tot 5 bedraagt het gemiddelde 3,8 en is de modus 4. Zzp'ers uit de sector industrie, de gezondheidszorg en ict

dienstverlening zijn duidelijk innovatiever dan zzp'ers uit de bouw/installatie en uitgeverijen/vertalingen.

De resultaten voor het gemiddeld aantal opdrachtgevers en opdrachten per jaar komen overeen met die uit eerder onderzoek van Vroonhof e.a. (2008). Zzp'ers vervullen meerdere opdrachten per jaar bij eenzelfde opdrachtgever. De categorieën met de hoogste frequenties zijn gemiddeld 3 tot 6 opdrachtgevers per jaar en meer dan 15 opdrachten per jaar. Er bestaan duidelijk verschillen tussen het aantal opdrachten en opdrachtgevers per sector. In sectoren als handel/reparaties ligt het aantal opdrachten en opdrachtgevers per jaar vrij hoog en in sectoren als landbouw/bosbouw/visserij en vervoer/opslag ligt het aantal opdrachten en opdrachtgevers per jaar vrij laag.

De omzetcategorieën lijken op basis van de resultaten representatief geformuleerd. Alhoewel de categorie 25.000 of minder de op één na hoogste frequentie heeft, komt de vorm van de grafiek (positief skewed) overeen met die van algemene inkomens- en omzetverdelingen (Miles & Shevlin, 2008). Opvallend zijn de uitschieters in de categorieën van gemiddeld 175.000 tot 200.000 en meer dan 200.000 euro omzet per jaar.

Uitgeverij/vertalingen, handel/reparatie en landbouw/bosbouw/visserij zijn duidelijk sectoren waarin minder omgezet wordt dan in bijvoorbeeld de ict of overige zakelijke dienstverlening.

Tijdsbesteding netwerken

Wanneer we kijken naar de resultaten voor het gemiddeld aantal uur tijdsbesteding per week aan het onderhouden van zakelijk netwerk, valt op dat de standaarddeviatie (7,6) en variantie (57,1) zeer hoog zijn. Wanneer de verdeling wordt weergegeven aan de hand van een grafiek, is daar niet een bepaalde vorm in te herkennen. Dit kan komen, doordat respondenten geen goede indicatie kunnen geven van het aantal uren tijdsbesteding aan hun zakelijk netwerk.

Opvallend is ook een aantal ongelooftwaardige uitschieters zoals 40, 45, 65 en 80 uren per week. Deze uitschieters hebben in lichte mate het gemiddelde van 6,1 uren per week bepaald. Dit gemiddelde ligt dan ook hoger dan de gemiddelden van 4,2 (vrouwen) en 4,8 (mannen) uren per week uit het onderzoek van Van den Born (2009). Er bestaan verschillen tussen de sectoren in de tijd die aan het netwerken besteed wordt. Door de uitschieters en de ongelijke verdeling in data is het gevaarlijk hier vergelijkende uitspraken over te doen aangaande de populatie.

Sector

Alle vooraf geformuleerde sectoren, zijn in de steekproef vertegenwoordigd. Op basis van hoge aantallen in de categorie [overige] heb ik de categorieën opleiding/training/coaching en uitgeverij/vertalingen als twee aparte categorieën toegevoegd. Wanneer ik de vertegenwoordiging

van zzp'ers uit verschillende sectoren vergelijk met eerdere onderzoeken van Vroonhof e.a. (2008) en Pleijster & Van der Valk (2007), komt overeen dat zakelijke dienstverlening de grootste categorie is. Opvallend is dat de categorie zakelijke dienstverlening in relatie tot eerder onderzoek oververtegenwoordigd (48,3% t.o.v. 22% en 40%) is en dat de categorie bouw en installatie zwaar ondervertegenwoordigd is (6,2% t.o.v. 22% en 19%). Dit kan samenhangen met de manier waarop de vragenlijst verspreid is. Zzp'ers uit de bouw en vervoer sector komen waarschijnlijk minder snel en frequent met een digitale vragenlijst in aanraking, dan zzp'ers uit de zakelijke dienstverlening. Het aantal zzp'ers dat de vragenlijst heeft ingevuld uit de sectoren horeca, vervoer/opslag, landbouw/bosbouw/visserij, overige dienstverlening, handel/reparatie en uitgeverij/vertalingen was zo laag, dat de resultaten niet representatief voor de sector zijn. Om die reden en omdat alle hypothesen in het algemeen voor alle sectoren zijn opgesteld, bespreek ik de resultaten in het algemeen en heb ik de analyses op alle cases in de steekproef uitgevoerd. Omdat de sector wel een belangrijke controlevariabele is, heb ik enkele variabelen ook op sector niveau geanalyseerd en met elkaar vergeleken. De resultaten hiervan zijn te vinden in Bijlage 5.

5. RESULTATEN

5.1 Beschrijving sociaal kapitaal zzp'er

Aantal typen actoren en heterogeniteit in typen actoren

Het aantal typen actoren in het zakelijk netwerk van de zzp'er is gemiddeld het hoogst voor klanten/opdrachtgevers, collega's zzp'ers en vrienden.

Tabel 2: Frequentiepercentages aantal relaties met typen actoren in zakelijk netwerk zzp'er

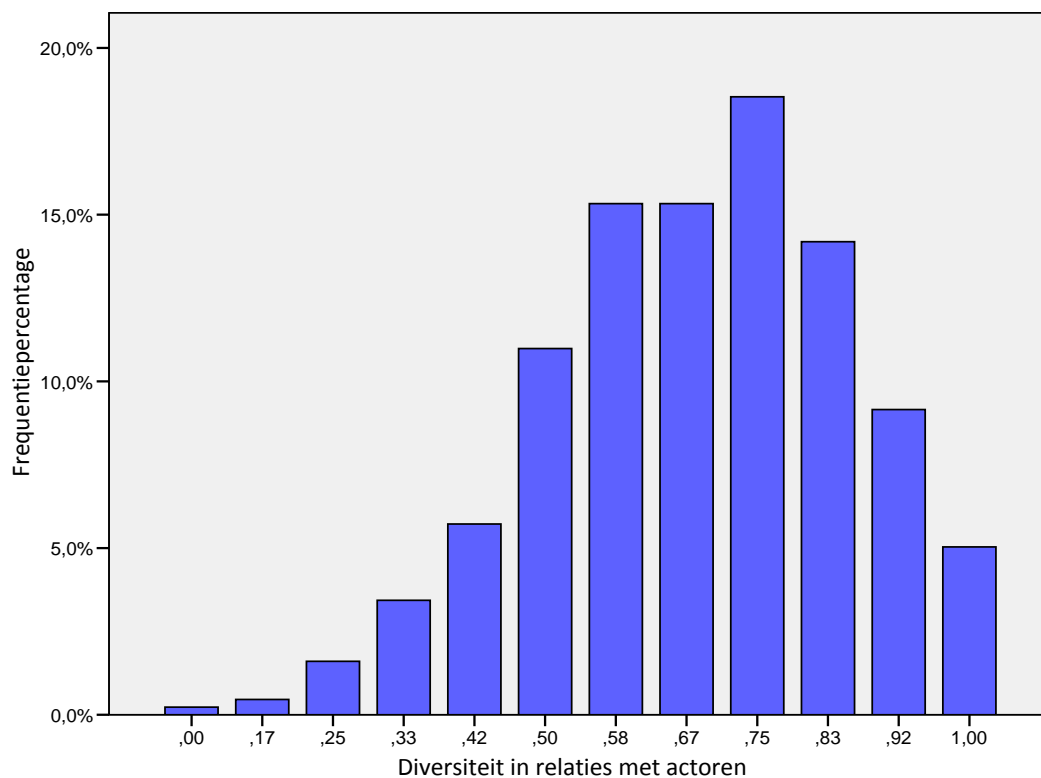
	collega zzp'ers	klanten/opdrachtgevers	vrienden	levenspartner	familie	brancheverenigingen	(belangen)verenigingen	leveranciers	bemiddelaars	Kamer van Koophandel	accountants/boekhouders	investeerders/banken
0	6,9	0,9	11,4	37,7	30,2	52,6	49,2	33,2	60,2	42,6	11,9	60,9
1	5,3	1,8	8,5	47,2	11,9	22,4	25,4	10,3	10,3	33,6	38,7	23,3
2	6,4	3,2	15,1	3,9	10,3	10,3	10,3	15,1	6,2	11,0	16,0	9,4
3	9,6	5,0	10,3	0,5	6,4	6,4	5,9	8,5	6,9	4,6	9,2	1,1
4	7,1	8,2	7,1	1,1	4,8	2,5	2,1	7,3	2,5	2,3	6,2	1,1
5	11,0	8,7	11,0	1,8	6,6	1,1	1,6	8,5	4,8	2,1	6,9	2,5
6	5,9	7,3	3,9	1,1	3,7	1,4	1,6	4,8	1,6	0,9	2,3	0,5
7	3,7	3,7	3,9	1,6	2,1	0,5	1,6	1,1	0,9	0,5	2,3	0,2
8	3,9	8,0	2,3	1,4	2,7	0,7	0,5	1,6	0,9	0,9	1,8	0,5
9	2,3	2,7	1,4	1,1	1,4	0,2	0,0	0,7	0,2	0,2	0,2	0,0
>10	38,0	50,3	25,2	2,5	19,9	1,8	1,8	8,9	5,5	1,4	4,6	0,5

Aantallen in %

Relaties met typen actoren die gemiddeld minder dan 2 keer in het netwerk van zzp'ers voorkomen, zijn: bemiddelaars, (belangen)verenigingen, de Kamer van Koophandel, brancheverenigingen en investeerders/banken. De gemiddelden liggen vrij laag ten opzichte van de maxima. Dit heeft

wellicht twee redenen. De eerste reden is dat de respondenten niet meer dan 10 relaties in konden vullen (deze vielen onder de categorie 10 of meer) en de tweede reden is dat er veel zzp'ers zijn die helemaal geen relaties hebben met bepaalde typen actoren. Opvallend is dat de meerderheid van de zzp'ers geen relaties onderhoudt met brancheverenigingen, bemiddelaars en investeerders. Ook hebben veel zzp'ers geen relatie met belangenverenigingen voor zzp'ers (49,2%). Er bestaan verschillen tussen de sectoren in het aantal actoren in het zakelijk netwerk. Door de categorie 10 of meer en de ongelijke verdeling in data is het onjuist hier vergelijkende uitspraken over te doen aangaande de populatie.

Figuur 2: Heterogeniteit in relaties met typen actoren



De heterogeniteit in relaties in typen actoren is bijna normaal verdeeld. Hierdoor is de heterogeniteit goed te gebruiken als variabele om de hypothesen te toetsen. De frequentieverdeling neigt iets naar rechts (negatieve skew), hieruit blijkt dat de meerderheid van de respondenten een divers netwerk heeft.

Actoren en toegang tot resources

Uit de resultaten blijkt dat bepaalde actoren voornamelijk toegang geven tot bepaalde resources. Veelal is dit in lijn met de verwachtingen.

Tabel 3: Frequentiepercentages typen actoren en resources

	informatie over de markt, klanten etc.	emotionele ondersteuning	informatie over ondernemerschap etc.	toegang tot nieuwe klanten	toegang tot nieuwe opdrachten	informatie over ontwikkelingen etc.	legitimititeit en een goede reputatie	hulp bij de org. van locatie, materieel etc.	vertrouwen bij financiële instellingen
collega zzp'ers	68,9%	31,4%	45,5%	49,9%	49,4%	49,9%	37,8%	21,5%	3,0%
klanten/opdrachtgevers	49,9%	6,4%	10,3%	44,2%	53,8%	29,5%	43,2%	9,4%	2,5%
vrienden	32,7%	58,6%	23,3%	33,9%	30,2%	18,1%	26,3%	13,7%	1,6%
levenspartner	19,5%	66,6%	16,7%	11,7%	10,8%	11,4%	15,3%	15,6%	1,8%
familie	17,4%	46,0%	10,8%	13,5%	10,5%	5,3%	13,5%	8,2%	2,3%
brancheverenigingen	26,3%	2,1%	23,1%	10,1%	8,5%	25,6%	8,9%	5,9%	2,5%
(belangen)verenigingen	28,4%	2,7%	23,1%	5,7%	5,0%	16,2%	5,9%	2,3%	1,8%
leveranciers	16,0%	2,7%	4,8%	9,4%	8,5%	23,3%	9,8%	15,8%	1,4%
bemiddelaars	21,3%	2,1%	5,9%	21,5%	22,2%	5,5%	9,6%	0,9%	0,7%
Kamer van Koophandel	18,3%	0,7%	30,0%	3,4%	2,5%	7,6%	6,6%	3,0%	2,3%
accountant/boekhouder	8,7%	2,3%	21,5%	3,9%	3,0%	3,7%	6,6%	5,5%	15,1%
investeerders/banken	2,1%	0,2%	1,1%	1,6%	1,4%	0,9%	1,6%	0,9%	4,6%

Informatie over de markt, klanten en concurrentie

De meerderheid (68,9%) van de ondervraagde zzp'ers gebruikt relaties met collega zzp'ers om aan informatie over de markt, klanten en concurrentie te komen. 49,9% van de ondervraagde zzp'ers zegt hiervoor relaties met klanten/opdrachtgevers te gebruiken. Wat opvalt is dat vrienden vaker in informatie over de markt voorzien dan (belangen)verenigingen, brancheverenigingen en de Kamer van Koophandel.

Emotionele ondersteuning

66,6% van de ondervraagde zzp'ers geeft aan de relaties met hun levenspartner te gebruiken voor emotionele ondersteuning. De levenspartner is daarmee de belangrijkste actor die voorziet in emotionele ondersteuning. Wat betreft de relaties met vrienden, familie en collega zzp'ers gaat dit achtereenvolgens om 58,6%; 46,0% en 31,4%.

We zien dat emotionele ondersteuning voornamelijk uit sterke, dichtbij de zzp'er staande typen relaties bestaan, die niet direct een relatie met het zzp-schap hebben. Uitzondering hierop vormt het belang van emotionele ondersteuning door collega zzp'ers.

Informatie over ondernemerschap en organiseren

45,5% van de ondervraagde zzp'ers geeft aan de relaties met collega zzp'ers te gebruiken voor informatie over ondernemerschap en organiseren. Vervolgens geeft 30% van de ondervraagde zzp'ers aan hiervoor relaties met de Kamer van Koophandel te gebruiken. De relaties met vrienden, (belangen)verenigingen voor zzp'ers, brancheverenigingen en accountants/boekhouders worden ongeveer even vaak gebruikt (tussen de 20% en 25% van de ondervraagde zzp'ers geeft aan deze actoren te gebruiken). Dit is in lijn met de verwachtingen.

Toegang tot nieuwe klanten en opdrachten

Voor de toegang tot nieuwe klanten worden ongeveer dezelfde typen actoren/partijen even vaak gebruikt als voor de toegang tot nieuwe opdrachten. 49,9% van de ondervraagde zzp'ers geeft aan de relaties met collega zzp'ers te gebruiken voor toegang tot nieuwe klanten en 44,2% maakt gebruik van klanten/opdrachtgevers. Voor nieuwe opdrachten zijn dat achtereenvolgens 49,4% en 53,8%. Op basis hiervan kan men verwachten dat pools van zzp'ers en een goede reputatie belangrijke factoren zijn in het verkrijgen van nieuwe klanten en opdrachten.

Informatie over ontwikkelingen technologie, producten en diensten

49,9% van de ondervraagde zzp'ers geeft aan de relaties met collega zzp'ers te gebruiken voor informatie over ontwikkelingen technologie, producten en diensten. De verwachting was dat brancheverenigingen (25,6%) en leveranciers (23,3%) hier vaker in zouden voorzien.

Legitimiteit en een goede reputatie

43,2% van de ondervraagde zzp'ers geeft aan de relaties met klanten/opdrachtgevers te gebruiken voor legitimiteit en een goede reputatie. Tegen de verwachting in worden relaties met bemiddelaars voor zzp'ers, brancheverenigingen, accountants/boekhouders en investeerders/banken hier nauwelijks voor nauwelijks benut.

Hulp bij de organisatie van locatie, materieel en/of uitrusting

Slechts een klein deel (21,5%) van de ondervraagde zzp'ers geeft aan de relaties met collega zzp'ers te gebruiken voor hulp bij de organisatie van locatie, materieel en/of uitrusting. Wat betreft

de relaties met leveranciers, levenspartner en vrienden gaat dit achtereenvolgens om 15,8%; 15,6% en 13,7%. Het netwerk van de zzp'er speelt kennelijk niet zo'n grote rol in de voorziening van hulp bij de organisatie van locatie, materiaal en/of uitrusting.

Vertrouwen bij financiële instellingen

Weinig (15,1%) van de ondervraagde zzp'ers geven aan de relaties met accountants/boekhouders en relaties met investeerders/banken (4,6%) te gebruiken om vertrouwen bij financiële instellingen te creëren. Hieruit kan men afleiden dat het vertrouwen bij financiële instellingen kennelijk niet zo'n belangrijke resource is voor zzp'ers of dat hun netwerk hier nauwelijks een rol in speelt.

Negatieve relaties

De beschreven typen negatieve relaties komen over het geheel gezien, niet heel vaak voor in de netwerken van de ondervraagde zzp'ers.

Tabel 4: Frequenties typen actoren en negatieve relaties in aantallen en percentages

	Freeriders		Zwarte gaten		Rotte appels		Blokkeerders		Totaal
	N	%	N	%	N	%	N	%	N
collega zzp'ers	109	24,9	36	8,2	18	4,1	41	9,4	204
familie	40	9,2	73	16,7	21	4,8	18	4,1	142
bemiddelaars voor zzp'ers	60	13,7	28	6,4	24	5,5	17	3,9	129
vrienden	27	6,2	21	4,8	14	3,2	7	1,6	69
klanten/opdrachtgevers	13	3,0	25	5,7	20	4,6	2	0,5	60
investeerders/banken	23	5,3	23	5,3	4	0,9	4	0,9	54
Kamer van Koophandel	28	6,4	9	2,1	1	0,2	3	0,7	41
(belangen)verenigingen	13	3,0	6	1,4	2	0,5	3	0,7	33
brancheverenigingen	13	3,0	8	1,8	4	0,9	4	0,9	29
accountant/boekhouder	7	1,6	9	2,1	2	0,5	2	0,5	20
leveranciers	7	1,6	6	1,4	1	0,2	1	0,2	15
levenspartner	1	0,2	3	0,7	11	2,5	0	0,0	15
Totaal	341		247		122		102		812

De typen actoren/partijen waarbij de beschreven typen negatieve relaties het meest voorkomen zijn: collega's zzp'ers (1), families (2) en bemiddelaars voor zzp'ers (3).

In het netwerk van de ondervraagde zzp'ers komen freeriders het vaakst voor (341x benoemd). Vervolgens zwarte gaten (247x benoemd), rotte appels (122x benoemd) en blokkeerders (102x benoemd). Wanneer er freeriders in het netwerk van zzp'ers voorkomen, dan zijn dit voornamelijk collega zzp'ers. Één op de vier relaties met collega zzp'ers wordt als een negatieve relatie beschouwd. Ook zijn dit in mindere mate vaak bemiddelaars voor zzp'ers (13.7%) en familieleden (9.2%).

Wanneer er zwarte gaten in het netwerk van zzp'ers voorkomen, dan zijn dit voornamelijk familieleden (16.7%). Ook zijn dit in mindere mate vaak collega zzp'ers (8.2%), bemiddelaars voor zzp'ers (6.4%), klanten/opdrachtgevers (5.7%), investeerders/banken (5.3%) en vrienden (4,8%).

Rotte appels blijken vaak bemiddelaars voor zzp'ers (5.5%), familieleden (4.8%), klanten/opdrachtgevers (4.6%), collega zzp'ers (4.1%), vrienden (3.2%) en levenspartners (2.5%).

Blokkeerders zijn voornamelijk collega zzp'ers (9.4%) en in mindere mate familieleden (4.1%) en bemiddelaars voor zzp'ers (3.9%).

5.2 Correlatie analyses

Om de samenhang tussen de variabelen te toetsen, heb ik een bivariate correlatieanalyse met een tweezijdige Pearson correlatie coëfficiënt uitgevoerd op alle variabelen, met uitzondering van de variabelen opleiding, sector en bron. De reden hiervoor is dat deze variabelen uit nominale categorieën bestaan, en niet met een correlatie analyse te toetsen zijn. In de resultaten van de regressie analyses in de volgende paragraaf zijn deze variabelen wel opgenomen. De volledige correlatietabel is te vinden in Bijlage 5.

Onafhankelijke variabelen

Het totaal aantal actoren, de heterogeniteit in resources, de heterogeniteit in typen actoren en de aanwezigheid van negatieve relaties correleren significant positief met elkaar. Deze samenhang is in lijn met wat verwacht werd. Hoe groter het netwerk in actoren is, hoe groter de kans is op diversiteit, hoe groter de kans is op meerdere toegangen tot resources en hoe groter de kans is op de aanwezigheid van negatieve relaties. Wat opvalt is dat deze redenering niet opgaat voor de aanwezigheid van rotte appels in samenhang met de heterogeniteit in relaties met actoren ($r=0,079$;

$p < 0,05$) en dat de aanwezigheid van blokkeerders in samenhang met het aantal actoren in het netwerk ($r = 0,057$; $p < 0,05$).

Tabel 5: Correlaties tussen de onafhankelijke variabelen

	Significant op het 0.01 level (2-tailed).	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
	Significant op het 0.05 level (2-tailed).							
1. Heterogeniteit in resources								
2. Totaal aantal actoren		0,357						
3. Heterogeniteit in relaties met actoren		0,419	0,616					
4. Aanwezigheid feeriders		0,208	0,207	0,199				
5. Aanwezigheid zwarte gaten		0,211	0,196	0,188	0,457			
6. Aanwezigheid rotte appels		0,174	0,106	0,079	0,488	0,410		
7. Aanwezigheid blokkeerders		0,189	0,057	0,150	0,360	0,394	0,348	

Afhankelijke variabelen

Dat het aantal opdrachten en opdrachtgevers per jaar positief significant samenhangen ($r = 0,695$; $p < 0,01$), maar dat de samenhang niet gelijk aan 1 is, werd verwacht vanuit de veronderstelling dat zzp'ers meerdere opdrachten bij dezelfde opdrachtgever kunnen aannemen. Dat de samenhang tussen het aantal opdrachtgevers of opdrachten niet significant correleert met de jaaromzet, werd niet verwacht. Naar verwachting en in overeenstemming met resultaten uit eerder onderzoek hangt de innovativiteitsscore positief en significant samen met de omzet ($r = 0,175$; $p < 0,01$). Ik veronderstel in overeenkomst met de bestaande theorie dat hoe innovatiever de zzp'er is, hoe hoger zijn omzet is. Het kan ook zo zijn dat zzp'ers die meer omzetten, meer geld hebben om te kunnen experimenteren en innoveren.

Tabel 6: Correlaties tussen de afhankelijke variabelen

	Significant op het 0.01 level (2-tailed).	1.	2.	3.	4.
1. Gem. aantal opdrachtgevers					
2. Gem. aantal opdrachten		0,695			
3. Gem. jaaromzet		0,053	0,004		
4. Gem. innovativiteitscore		0,065	0,035	0,175	

Onafhankelijke variabelen en afhankelijke variabelen

Dat het aantal actoren dat men kent, positief samenhangt met het aantal opdrachten ($r=0,174$; $p<0,01$); opdrachtgevers ($r=0,181$; $p<0,01$); de omzet ($r=0,097$; $p<0,05$); en innovativiteit van de zzp'er ($r=0,192$; $p<0,01$) werd vooraf verondersteld. Of deze relatie curvilineair verloopt, moet met regressie getoetst worden. Op basis van deze samenhang ziet het er naar uit dat H2a, H2b, H2c en H2d kunnen worden aangenomen.

Dat het aantal opdrachtgevers wel samenhangt met de heterogeniteit in actoren ($r=0,099$; $p<0,01$); maar niet met de heterogeniteit in resources en dat de correlatiecoëfficiënt zeer klein is, duidt er op dat het aantal opdrachtgevers en het aantal opdrachten niet toenemen, naarmate het netwerk bestaat uit meer diverse resources en typen actoren; maar dat deze puur afhankelijk zijn van de grootte van het netwerk. H3b kan op basis van deze samenhang wel worden aangenomen, maar hypothese H1a, H2a en H3a niet.

Volgens de cijfers uit de correlatietabel en zoals verwacht, hangt de jaaromzet positief significant samen met het totaal aantal actoren ($r=0,097$; $p<0,05$) en de heterogeniteit in resources ($r=0,094$; $p<0,05$). Ook hangt de aanwezigheid van blokkeerders zoals verwacht negatief samen met de jaaromzet ($r=-0,088$; $p<0,01$). De correlatiecoëfficiënten zijn wel zeer klein en de samenhang dus marginaal. Op basis van deze analyse kunnen hypothese H1d, H2d en H4g aangenomen en worden hypothese H3d en H4c verworpen.

Tabel 7: Correlaties tussen de onafhankelijke en afhankelijke variabelen

		Heterogeniteit in resources	Totaal aantal actoren	Heterogeniteit in actoren	Aanwezigheid feeriders	Aanwezigheid zwarte gaten	Aanwezigheid rotte appels	Aanwezigheid blokkeerders
	Significant op het 0.01 level (2-tailed).							
	Significant op het 0.05 level (2-tailed).							
Gem. aantal opdrachtgevers		0,029	0,181	0,099	0,023	0,114	-0,014	0,005
Gem. aantal opdrachten		0,024	0,174	0,091	-0,003	0,074	-0,005	0,023
Gem. jaaromzet		0,094	0,097	0,062	0,067	0,064	-0,032	-0,088
Gem. innovativiteitscore		0,129	0,192	0,215	0,151	0,077	0,055	0,116

De gemiddelde innovativiteitscore hangt, zoals op basis van eerder onderzoek verwacht, positief significant samen met het aantal actoren in het netwerk ($r=0,192$; $p<0,01$) de heterogeniteit in typen actoren ($r=0,215$; $p<0,01$) en resources ($r=0,129$; $p<0,01$). Heterogeniteit in typen actoren is voor de innovativiteit van de zzp'er belangrijker dan het aantal actoren en heterogeniteit in resources

zijn. Kennelijk haalt de zzp'er dus meer dan de beschreven resources uit de relaties met zijn actoren. Geheel tegen de verwachting in zijn de significante positieve relaties tussen de aanwezigheid van de negatieve relaties en de innovativiteitscore van zzp'ers. H4a en H4f kunnen daarom verworpen worden. Verder kunnen hypothese H1c, H2c, H3c op basis van deze analyse aangenomen worden. Omdat het effect van de heterogeniteit in typen resources, zoals verwacht, groter is op de innovativiteitscore, dan op het aantal opdrachten, opdrachtgevers en de omzet, wordt H1e aangenomen.

Controlevariabelen

Uit het hoge aantal controlevariabelen dat significant samenhang vertoont met de getoetste variabelen, blijkt het belang van een gecontroleerde regressieanalyse om de hypothesen aan te kunnen nemen.

Zoals verwacht hangen de controlevariabelen onderling met elkaar samen. Opvallend is dat geslacht niet samenhangt met het aantal jaar ervaring in ondernemerschap, maar wel met het aantal jaar ervaring in de industrie en met het type werkzaamheden. Hoe lang een zzp'er aan zijn netwerk besteedt, staat los van zijn geslacht, leeftijd, ervaring en het bestaan van zijn onderneming.

Logischerwijs hangt de gemiddelde tijdsbesteding aan het zakelijk netwerk positief significant samen met de onafhankelijke variabelen. Hoe meer actoren, hoe meer tijd men kwijt is aan het onderhouden van het netwerk en hoe meer tijd men besteed aan netwerken, hoe groter de kans is dat er een negatieve relatie ontstaat. Deze redenering kan ook andersom gemaakt worden. Uit de correlatietabel is niet af te leiden dat het creëren van een zo heterogeen mogelijk netwerk aan actoren ($r=0,210$; $p<0,01$) meer tijd kost dan wanneer dat niet gedaan wordt of dat de aanwezigheid van negatieve relaties ervoor zorgt dat de zzp'er meer tijd aan zijn netwerk moet besteden.

Uit de correlatie analyse blijkt verder dat geslacht negatief significant samenhangt met de gemiddelde jaaromzet ($r=-0,288$; $p<0,01$). Dit komt overeen met cijfers over de inkomenskloof tussen mannen en vrouwen voor werknemers en andere typen ondernemers (CBS StatLine, 2009). Geslacht hangt niet samen met de overige afhankelijke variabelen. Het aantal jaar ervaring met ondernemerschap blijkt als enige positief significant van invloed op de succesfactoren: gemiddeld aantal opdrachten ($r=0,192$; $p<0,01$), opdrachtgevers ($r=0,128$; $p<0,01$) en jaaromzet ($r=0,113$; $p<0,05$); maar heeft geen invloed op het innovatievermogen van de zzp'er. Verder blijkt uit de correlatietabel dat ervaring met de industrie positief significant van belang is voor de jaaromzet van de zzp'er ($r=0,237$; $p<0,01$); maar niet voor de andere afhankelijke variabelen.

Het aantal opdrachten, opdrachtgevers en de jaaromzet hangen zoals verwacht positief significant samen met het bestaan van de onderneming. Hoe ouder de onderneming, hoe hoger de kans op

meer opdrachten, opdrachtgevers en een hogere jaaromzet. Het bestaan van de onderneming hangt niet samen met de innovativiteit van de zzp'er.

Tabel 8: Correlaties met controlevariabelen variabelen

	Significant op het 0.01 level (2-tailed).							
	Significant op het 0.05 level (2-tailed).	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1. Geslacht								
2. Leeftijd		-0,088						
3. Aantal jaar ervaring ondernemerschap		-0,090	0,370					
4. Aantal jaar ervaring type werkzaamheden		-0,166	0,489	0,263				
5. Aantal jaar ervaring industrie		-0,173	0,240	0,143	0,277			
6. Gem. tijdsbesteding zakelijk netwerk		-0,074	0,055	0,021	0,002	-0,052		
7. Bestaan onderneming in jaren		-0,098	0,332	0,721	0,259	0,161	0,044	
8. Heterogeniteit in resources		-0,016	-0,029	-0,071	-0,023	-0,051	0,164	-0,043
9. Totaal aantal actoren		-0,013	-0,045	-0,012	-0,061	-0,017	0,291	0,014
10. Heterogeniteit in relaties met actoren		0,022	-0,070	-0,056	-0,068	-0,042	0,210	-0,036
11. Aanwezigheid feeriders		-0,017	-0,015	0,012	-0,003	0,019	0,103	0,088
12. Aanwezigheid zwarte gaten		-0,067	-0,053	0,014	0,011	0,017	0,166	0,015
13. Aanwezigheid rotte appels		-0,029	-0,021	0,053	0,031	0,030	0,101	0,087
14. Aanwezigheid blokkeerders		0,001	-0,038	-0,065	0,009	-0,050	0,097	-0,052
15. Gem. aantal opdrachtgevers		-0,089	-0,071	0,128	-0,042	-0,043	0,106	0,144
16. Gem. aantal opdrachten		-0,057	-0,053	0,192	-0,033	-0,024	0,079	0,204
17. Gem. jaaromzet		-0,288	0,056	0,113	0,104	0,237	0,057	0,185
18. Gem. innovativiteitscore		0,013	0,043	0,026	0,023	0,050	0,145	0,059

Opvallend is dat innovativiteit met uitzondering van de tijdsbesteding aan het netwerk met geen van de controlevariabelen samen hangt ($r=0,145$; $p<0,01$). Dit spreekt de veronderstelling tegen dat zzp'ers niet innovatief kunnen zijn, omdat zij teveel tijd aan hun netwerk besteden. Daarnaast valt ook op dat tijdsbesteding aan het netwerk wel samenhangt met innovativiteit en het gemiddeld aantal opdrachtgevers, maar niet met de omzet en het aantal opdrachten.

5.3 Regressie analyses

Op basis van alle variabelen heb ik vier verschillende regressiemodellen gebouwd, waarbij ik in ieder model de invloed van alle onafhankelijke variabelen tegen één afhankelijke variabele heb getoetst. Hierdoor ben ik in staat, in tegenstelling tot de correlatie analyse, alle controlevariabelen mee te nemen, evenals de overige onafhankelijke en afhankelijke variabelen. Overigens komen uit de regressie analyses zonder controle voor de onafhankelijke en afhankelijke variabelen dezelfde resultaten, alleen met hogere waarden. Regressieanalyses zonder controlevariabelen, leveren andere resultaten op, die in overeenstemming zijn met de resultaten uit de correlatie analyses. Hiermee is het belang van de meegenomen controlevariabelen aangetoond. De volledige regressietabellen zijn te vinden in Bijlage 5.

Aantal opdrachten

In het eerste model heb ik de populatie regressiecoëfficiënten van de onafhankelijke variabelen toegevoegd aan het regressiemodel dat het gemiddeld aantal opdrachten van zzp'ers per jaar verklaart, waarbij ik controleer voor de controlevariabelen en de overige afhankelijke variabelen.

Tabel 9: Onafhankelijke variabelen uit regressietabel AV = AVOD (model 1)

Afhankelijke variabele: het gemiddeld aantal verschillende opdrachten per jaar (ongeacht het aantal opdrachtgevers)		
	Ongest. Beta	Sign.
Heterogeniteit in typen actoren in netwerk (H3a)	-,023	,963
Heterogeniteit in resources via netwerk (H1a)	-,127	,711
Aanwezigheid zwarte gaten (H4b)	-,250	,754
Totaal aantal actoren in netwerk (H2a)	,023	,132
Kwadratische term totaal aantal actoren in netwerk (H2a)	,000	,263
N=437 ** p<0.05 * p<0.1		

Voor geen van de getoetste hypothesen (H1a, H2a, H3a, H4b) is een significant verband te vinden. De gevonden positieve significante samenhang tussen het aantal actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er en het gemiddeld aantal opdrachten van de zzp'er per jaar uit de correlatie analyse (H2a), wordt dus weg verklaard, bij het meenemen van de controlevariabelen.

Het aantal opdrachtgevers van de zzp'er blijkt logischerwijs een significante voorspeller van het aantal opdrachten te zijn ($B=0,728$; $p=0,000$). Op basis van de hoge coëfficiënt lijkt het overbodig om zowel het aantal opdrachtgevers als opdrachten als succesindicator voor zzp'ers te meten.

Tabel 10: Significante controlevariabelen uit regressietabel AV = AVOD (model 1)

Afhankelijke variabele: het gemiddeld aantal verschillende opdrachten per jaar (ongeacht het aantal opdrachtgevers)		
	Ongest. Beta	Sign.
Gemiddeld aantal opdrachtgevers per jaar	** ,728	** ,000
Aantal jaar ervaring met zelfstandig ondernemerschap	** ,053	** ,032
Dummy opleiding = anders	**1,483	** ,020
Dummy sector = industrie	,492	,472
Dummy sector = bouw	,681	,255
Dummy sector = horeca	-,059	,958
Dummy sector = vervoer	,375	,671
Dummy sector = handel	,514	,484
Dummy sector = gezondheid	,487	,435
Dummy sector = ict	,355	,546
Dummy sector = financiën	-,336	,608
Dummy sector = overige zakelijke diensten	,663	,234
Dummy sector = overige diensten	-,877	,247
Dummy sector = anders	,394	,489
Dummy sector = opleiding, training, coaching	*1,197	*,063
Dummy sector = uitgever, vertalen	*1,257	*,082
R2	,743	
Referentiecategorieën: Opleiding = middelbaar onderwijs; Sector = landbouw		
N=437 ** p<0.05 * p<0.1		

Verder zijn het aantal jaar ervaring dat de zzp'er heeft met het zelfstandig ondernemerschap en opleiding significante voorspellers van het gemiddeld aantal opdrachten dat een zzp'er per jaar binnen haalt. Uit de resultaten dat de sectoren opleiding/training/coaching ($B=1,197$; $p=0,063$) en uitgevers/vertaler ($B=1,257$; $p=0,082$) ten opzichte van de landbouwsector de enige positieve significante voorspellers zijn van het gemiddeld aantal opdrachten, is af te leiden het aantal opdrachten als succesindicator voor zzp'ers in het vervolg beter op sectorniveau bestudeerd kan worden. Dit levert misschien wel significante resultaten voor de onafhankelijke variabelen op. Uit de hoge verklaarde variantie ($R^2=0,743$) blijkt dat er voor het voorspellen van het aantal opdrachten van zzp'ers, weinig variabelen over het hoofd zijn gezien.

Aantal opdrachtgevers

In het tweede model voeg ik de populatie regressiecoëfficiënten van de onafhankelijke variabelen toe aan het regressiemodel dat het gemiddeld aantal verschillende opdrachtgevers van zzp'ers per jaar verklaart, waarbij gecontroleerd wordt voor de controlevariabelen en de overige afhankelijke variabelen. Voor geen van de getoetste hypothesen (H1b, H2b, H3b, H4d, h4e) wordt een significant verband gevonden. De gevonden positieve significante samenhang tussen het aantal actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er en het gemiddeld aantal opdrachtgevers van de zzp'er per jaar uit de correlatie analyse (H2b) en de gevonden positieve significante samenhang tussen de heterogeniteit in typen actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er en het gemiddeld aantal opdrachtgevers van de zzp'er per jaar uit de correlatie analyse (H3b), worden dus weg verklaard, wanneer er controlevariabelen worden meegenomen.

Tabel 11: Onafhankelijke variabelen uit regressietabel AV = AVOV (model 2)

Afhankelijke variabele: het gemiddeld aantal opdrachtgevers per jaar		
	Ongest. Beta	Sign.
Heterogeniteit in typen actoren in netwerk (H3b)	-,098	,829
Heterogeniteit in resources via netwerk (H1b)	-,036	,909
Aanwezigheid rotte appels (H4d)	-,046	,725
Aanwezigheid blokkeerders (H4e)	,040	,753
Totaal aantal actoren in netwerk (H2b)	,004	,774
Kwadratische term totaal aantal actoren in netwerk (H2b)	,000	,948
N=437 ** $p<0.05$ * $p<0.1$		

Uit de resultaten dat het aantal opdrachtgevers een significante voorspeller van het aantal opdrachten is ($B=0,728$; $p=0,000$) en het aantal opdrachten een significante voorspeller van het aantal opdrachtgevers is ($B=0,601$; $p=0,000$), blijkt dat meerdere opdrachtgevers inderdaad in verschillende opdrachten voorzien.

Verder blijken de omzet en opleiding significante voorspeller van het aantal opdrachtgevers per jaar. Wat opvalt is dat zzp'ers die de enquête invulden via internetplatforms, pzo, fnv of vrienden significant een hoger aantal opdrachtgevers te hebben, dan zzp'ers die de enquête via collega zzp'ers of op andere manieren vonden. Deze resultaten sluiten aan bij de gedachte dat zzp'ers met een groot netwerk die daar actief mee bezig zijn, meer opdrachtgevers hebben, dan zzp'ers die minder actief in het netwerken zijn of hun opdrachtgevers delen met een pool van collega zzp'ers.

Tabel 12: Significante controlevariabelen uit de regressietabel AV = AVOV (model 2)

Afhankelijke variabele: het gemiddeld aantal opdrachtgevers per jaar		
	Ongest. Beta	Sign.
Gemiddeld aantal opdrachten per jaar	** ,601	** ,000
Gemiddelde jaaromzet	* ,059	* ,070
Dummy opleiding = anders	** -1,198	** ,039
Dummy bron = fnv	* ,869	* ,051
Dummy bron = pzo	** ,954	** ,041
Dummy bron = internetplatforms	** ,949	** ,037
Dummy bron = collega zzp'ers	,482	,441
Dummy bron = vrienden, familie, kennissen	* ,903	* ,068
R2	,732	
Referentiecategorieën: Opleiding = middelbaar onderwijs; Bron = anders		
N=437 ** $p<0.05$ * $p<0.1$		

Uit de hoge verklaarde variantie ($R^2=0,732$) blijkt dat er voor het voorspellen van het aantal opdrachtgevers van zzp'ers, weinig variabelen over het hoofd zijn gezien.

Innovativiteit

In het derde model heb ik de populatie regressiecoëfficiënten van de onafhankelijke variabelen toegevoegd aan het regressiemodel dat de mate van innovativiteit van zzp'ers verklaart, waarbij gecontroleerd is voor de controlevariabelen en de overige afhankelijke variabelen.

Op basis van dit model kan ik met tenminste 95% zekerheid stellen dat de populatie regressiecoëfficiënt van de heterogeniteit in typen actoren in het netwerk van de zzp'er (B=0,390; p=0,049) positief en significant verschilt van 0.

Tabel 13: Regressietabel AV = AVING (model 3)

Afhankelijke variabele: de gemiddelde innovativiteitscore		
	Ongest. Beta	Sign.
Heterogeniteit in typen actoren in netwerk (H3c)	** ,390	** ,049
Heterogeniteit in resources via netwerk (H1c)	* ,047	* ,079
Aanwezigheid feeriders (H4a)	,037	,159
Aanwezigheid blokkeerders (H4f)	,048	,275
Totaal aantal actoren in netwerk (H2c)	* ,011	* ,086
Kwadratische term totaal aantal actoren in netwerk (H2c)	* ,000	* ,089
N=437 ** p<0.05 * p<0.1		

Met tenminste 90% zekerheid kan ik stellen dat de populatie regressiecoëfficiënten van de heterogeniteit in typen resources in het netwerk van de zzp'er (B=0,047; p=0,079) en het totaal aantal actoren in het netwerk van de zzp'er (B=0,011; p=0,086) positief en significant verschillen van 0. Op basis van deze resultaten kunnen hypothese H1c, H2c en H3c geaccepteerd worden.

- H1c. De heterogeniteit in typen resources in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op de mate waarin de zzp'er innovatief is.
- H2c. Het aantal actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op de mate waarin de zzp'er innovatief is (op de lange termijn een curvilineair effect).
- H3c. De heterogeniteit in typen actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op de mate waarin de zzp'er innovatief is.

Een opmerking die bij de acceptatie van H2c gemaakt moet worden, is dat er inderdaad een curvilineair verband optreedt met aan het begin een stijgende lijn; die vervolgens stagneert in plaats van daalt en dus geen volmaakte bergparabool vormt. De reden hiervoor ligt waarschijnlijk in de steekproef die alleen zzp'ers met een onderneming van 11 jaar of minder bevat.

H4a en H4f worden op basis van de resultaten verworpen. Opvallend is dat de resultaten niet alleen niet significant zijn, ook is het verband tegen de verwachting in positief in plaats van negatief.

Tabel 14: Significante controlevariabelen uit de regressietabel AV = AVING (model 3)

Afhankelijke variabele: de gemiddelde innovativiteitscore		
	Ongest. Beta	Sign.
Gemiddelde jaarmzet	** ,038	** ,008
Tijdsbesteding zakelijk netwerk	* ,014	* ,063
Kwadratische term tijdsbesteding zakelijk netwerk	,000	,256
Dummy sector = industrie	* ,481	* ,076
Dummy sector = bouw	-,193	,416
Dummy sector = horeca	-,426	,345
Dummy sector = vervoer	-,048	,890
Dummy sector = handel	,030	,919
Dummy sector = gezondheid	,366	,139
Dummy sector = ict	,165	,478
Dummy sector = financiën	,044	,864
Dummy sector = overige zakelijke diensten	,116	,600
Dummy sector = overige diensten	,202	,503
Dummy sector = anders	,151	,504
Dummy sector = opleiding, training, coaching	,153	,549
Dummy sector = uitgever, vertalen	-,221	,441
R2	,409	
Referentiecategorieën: Sector = landbouw		N=437 ** p<0.05 * p<0.1

Wanneer we kijken naar controlevariabelen blijken de jaaromzet van de zzp'er ($B=0,038$; $p=0,008$) en zijn tijdsbesteding aan het netwerk ($B=0,014$; $p=0,063$) significante voorspellers van de innovativiteit van de zzp'er te zijn. De invloed van deze variabelen op de innovativiteit is alleen zeer klein. Omdat de kwadratische term voor de tijdsbesteding aan het zakelijk netwerk niet significant is ($B=0,000$; $p=0,256$), kan men stellen dat de theorie onjuist is dat zzp'ers minder innovatief kunnen zijn doordat zij op den duur teveel tijd kwijt zijn aan het onderhouden van hun netwerk. Dit kan een verklaring zijn voor de niet-significante bevindingen voor het curvilineair verband tussen het aantal actoren en de omzet van de zzp'er en minder significante bevindingen voor het curvilineair verband tussen het aantal actoren en de innovativiteit van de zzp'er, omdat die hypothesen op deze veronderstelling gebaseerd waren.

Uit het resultaat dat de sector industrie ($B=0,481$; $p=0,076$) ten opzichte van de landbouwsector de enige positieve significante voorspeller is van het gemiddeld aantal opdrachten, is af te leiden de innovativiteit als succesindicator voor zzp'ers in het vervolg beter op sectorniveau bestudeerd kan worden. Uit de lage verklaarde variantie ($R^2=0,409$) blijkt dat het model onvolledig is en dat er voor het voorspellen van de innovativiteit van zzp'ers, variabelen over het hoofd zijn gezien.

Omzet

In het vierde model voeg ik de populatie regressiecoëfficiënten van de onafhankelijke variabelen toe aan het regressiemodel dat de gemiddelde jaaromzet van zzp'ers verklaart, waarbij gecontroleerd wordt voor de controlevariabelen en de overige afhankelijke variabelen.

Op basis van dit model kunnen we met tenminste 95% zekerheid stellen, dat de populatie regressiecoëfficiënt van de heterogeniteit in typen resources in het netwerk van de zzp'er ($B=1,003$; $p=0,036$) positief en significant verschilt van 0. Met dit resultaat kan H1d geaccepteerd worden.

H1d. De heterogeniteit in typen resources in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op de gemiddelde jaarlijkse omzet van de zzp'er.

Ook kan op basis van dit model met tenminste 95% zekerheid gesteld worden, dat de populatie regressiecoëfficiënt van de aanwezigheid van blokkeerders in het netwerk van de zzp'er ($B=1,003$; $p=0,036$) negatief en significant verschilt van 0. Met dit resultaat kan H4g geaccepteerd worden.

H4g. De aanwezigheid van blokkeerders in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een negatieve invloed op de gemiddelde jaarlijkse omzet van de zzp'er.

Tabel 15: Regressietabel AV = AVOM (model 4)

Afhankelijke variabele: de gemiddelde omzet in euro's per jaar		
	Ongest. Beta	Sign.
Heterogeniteit in typen actoren in netwerk (H3d)	-,615	,381
Heterogeniteit in resources via netwerk (H1d)	**1,003	** ,036
Aanwezigheid zwarte gaten (H4c)	,071	,542
Aanwezigheid blokkeerders (H4g)	**-,352	** ,027
Totaal aantal actoren in netwerk (H2d)	,026	,225
Kwadratische term totaal aantal actoren (H2d)	,000	,308
N=437 ** p<0.05 * p<0.1		

H2d, H3d en H4c worden verworpen, omdat er onvoldoende bewijs is om deze hypothesen aan te nemen. Ook H1e wordt hierdoor verworpen, omdat het effect van heterogeniteit in typen resources in het sociaal kapitaal van zzp'ers groter is op de omzet van de zzp'er, dan op zijn innovativiteit.

De omzet wordt van de gekozen succesindicatoren het meest voorspeld vanuit meer diverse variabelen. Een groot gedeelte van de meegenomen controlevariabelen blijkt dan ook goed gekozen te zijn. De veronderstellingen dat het gemiddeld aantal verschillende opdrachten en opdrachtgevers per jaar de omzet beïnvloeden, blijken niet tot nauwelijks juist te zijn. Dit betekent dan ook het verlies van een gedeelte van de theoretische onderbouwing voor enkele hypothesen.

Uit de resultaten dat de omzet een significante voorspeller van het aantal opdrachtgevers is (B=0,06; p=0,070) en het aantal opdrachtgevers een significante voorspeller van de omzet is (B=0,140; p=0,070), blijkt dat het hebben van meerdere opdrachtgevers per jaar tot een hogere omzet leidt.

De resultaten dat de jaaromzet van de zzp'er een significante voorspeller is (B=0,038; p=0,008) van de innovativiteit en de innovativiteit van de zzp'er een significante voorspeller van de jaaromzet is (B=0,472; p=0,008), bevestigen de veronderstelling dat innovatieve zzp'ers meer omzetten dan niet innovatieve zzp'ers.

Uit de regressie analyse blijkt verder dat vrouwelijke zzp'ers jaarlijks significant minder verdienen dan mannen (B=-1,242; p=0,000). Dit komt overeen met cijfers over de inkomenskloof tussen mannen en vrouwen voor werknemers en andere typen ondernemers (CBS StatLine, 2009).

Leeftijd blijkt ook een significante voorspeller van de jaalomzet. Omdat de kwadratische term van leeftijd de jaalomzet van de zzp'er ook significant, maar negatief voorspelt, kan men stellen dat hoe ouder men wordt, hoe hoger de jaalomzet, tot op een bepaalde leeftijd.

Verder blijken het bestaan van de onderneming; de ervaring van de zzp'er met de industrie en opleiding significante voorspellers te zijn voor de jaalomzet.

Uit de resultaten blijkt dat er geen lineair verband is tussen tijdsbesteding aan het zakelijk netwerk; maar een curvilineair verband. Hoe meer tijd een zzp'er aan zijn zakelijk netwerk besteedt, hoe hoger zijn omzet, tot op een bepaalde hoogte, dan maakt het niet meer uit. Opgemerkt moet worden dat de invloed van de tijdsbesteding aan het zakelijk netwerk zeer klein (B=0,001; p=0,059) is.

Tabel 16: Significante controlevariabelen uit de regressietabel AV = AVOM (model 4)

Afhankelijke variabele: de gemiddelde omzet in euro's per jaar		
	Ongest. Beta	Sign.
Gemiddeld aantal opdrachtgevers per jaar	*,140	*,070
Gemiddelde innovativiteitscore	**,472	**,008
Geslacht (man = 0)	** -1,242	**,000
Leeftijd in jaren	**,185	**,010
Kwadratische term leeftijd	** -,002	**,005
Bestaan onderneming in jaren	*,090	*,068
Aantal jaar ervaring in de industrie	**,038	**,000
Tijdsbesteding zakelijk netwerk	-,033	,223
Kwadratische term tijdsbesteding zakelijk netwerk	*,001	*,059
Dummy opleiding = mbo	,388	,393
Dummy opleiding = hbo	*,787	*,058
Dummy opleiding = wo en hoger	**,931	**,028
Dummy opleiding = anders	**1,917	**,032
Referentiecategorieën: Opleiding = middelbaar onderwijs	N=437 ** p<0.05 * p<0.1	

Bij het controleren voor de sector, valt ook hier op dat beter per sector onderzoek had gedaan kunnen worden om representatieve resultaten te kunnen krijgen. De grote verschillen in omzet per sector hebben er misschien toe geleid dat bepaalde relaties niet gevonden zijn, die wel bestaan.

Uit de resultaten blijkt dat de sectoren ict (B=1,367; p=0,096) en overige zakelijke dienstverlening (B=1,368; p=0,080) ten opzichte van de landbouwsector de enige significante voorspellers zijn van de omzet. Het verschil tussen deze sectoren en bijvoorbeeld de sectoren uitgever/vertaler (B= -0,156; p=0,878) en overige diensten (B= -0,105; p=0,922) is zo groot, dat er geheel andere bevindingen gedaan kunnen worden, wanneer er op sectorniveau onderzoek gedaan wordt.

Tot slot blijkt uit de verklaarde variantie (R²=0,519) dat het model onvolledig is en dat er nog andere variabelen zijn die de omzet van zzp'ers voorspellen, zoals bijvoorbeeld de marktwerking.

Tabel 17: Significante controlevariabelen uit de regressietabel AV = AVOM (model 4)

Afhankelijke variabele: de gemiddelde omzet in euro's per jaar		
	Ongest. Beta	Sign.
Dummy sector = industrie	,379	,693
Dummy sector = bouw	1,032	,218
Dummy sector = horeca	,060	,970
Dummy sector = vervoer	1,961	,112
Dummy sector = handel	,150	,884
Dummy sector = gezondheid	,888	,310
Dummy sector = ict	*1,367	*,096
Dummy sector = financiën	1,333	,146
Dummy sector = overige zakelijke diensten	*1,368	*,080
Dummy sector = overige diensten	-,105	,922
Dummy sector = anders	,918	,250
Dummy sector = opleiding, training, coaching	,581	,521
Dummy sector = uitgever, vertalen	-,156	,878
R2	,519	
Referentiecategorieën: Sector = landbouw N=437 ** p<0.05 * p<0.1		

6. DISCUSSIE EN CONCLUSIE

6.1 Discussie belangrijkste bevindingen

1. Hoe kunnen het sociaal kapitaal en succes van zzp'ers beschreven en gemeten worden?

Sociaal kapitaal

In dit onderzoek heb ik sociaal kapitaal beschreven en gemeten aan de hand van het aantal zakelijke relaties dat een zzp'er heeft met verschillende typen actoren; de heterogeniteit in die typen actoren in zijn netwerk; de heterogeniteit in toegangen die de actoren uit zijn netwerk verlenen tot benodigde resources; en de aanwezigheid van negatieve typen relaties in zijn sociaal netwerk. Door de combinatie van beschrijvend en verklarend onderzoek, heb ik veel gebruik gemaakt van matrixtabellen in de vragenlijst. Deze matrixtabellen heb ik als negatief ervaren voor de berekening van de variabelen, omdat hier veel transformaties voor nodig waren, om tot de uiteindelijke variabelen te komen en je hierdoor ook steeds verder af gaat staan van je oorspronkelijke data. De getypeerde negatieve relaties blijken daadwerkelijk voor te komen in de netwerken van zzp'ers en van elkaar te verschillen.

Succes

Het succes van de zzp'er heb ik beschreven aan de hand van vier verschillende indicatoren: het gemiddeld aantal opdrachten per jaar, het gemiddeld aantal opdrachtgevers per jaar, de gemiddelde omzet per jaar en de innovativiteit van de zzp'er. Alhoewel er kleine verschillen bestaan tussen het gemiddeld aantal opdrachten per jaar en het aantal opdrachtgevers, is het onnodig deze variabelen in vervolgonderzoek apart te meten. In dit onderzoek heeft het gebruik van deze succesindicatoren niet geleid tot de verwachte resultaten. Ik denk dat de belangrijkste verklaring hiervoor ligt in de grote verschillen per sector. Alhoewel ook de omzet en innovativiteit van de zzp'er met sectorverschillen te kampen hebben, heb ik voor deze variabelen wel enkele significante relaties gevonden. De modellen waarbij ik het aantal opdrachtgevers en opdrachten van de zzp'er heb verklaard aan de hand van de onafhankelijke variabelen en controlevariabelen blijken vrij volledig. Dit geldt niet voor de modellen waarin de omzet en innovativiteit van zzp'ers verklaard worden. In vervolgonderzoek zullen dus meer controlevariabelen meegenomen moeten worden, zoals bijvoorbeeld de marktwerking, die nu geheel buiten beschouwing is gelaten.

2. Hoe ziet het sociaal kapitaal van zzp'ers eruit?

Actoren

Op basis van theoretisch onderzoek heb ik in dit onderzoek twaalf verschillende typen actoren onderscheiden, waarmee zzp'ers minimaal 1x per half jaar contact onderhouden ten behoeve van hun onderneming. Ik heb daarbij onderscheid gemaakt tussen: (belangen)verenigingen voor zelfstandig ondernemerschap; bemiddelaars voor zzp'ers; brancheverenigingen; collega zzp'ers; de kamer van koophandel; een accountant/boekhouder; familie; een levenspartner; leveranciers investeerders/banken; klanten/opdrachtgevers; en vrienden.

Relaties met deze typen actoren komen in verschillende aantallen voor in het zakelijk netwerk van zzp'ers, waarbij de meeste relaties bestaan uit contacten met klanten/opdrachtgevers, collega zzp'ers en vrienden. Zeer opvallend is dat de meerderheid van de zzp'ers geen relatie onderhoudt met (belangen)verenigingen voor zzp'ers, brancheverenigingen, bemiddelaars voor zzp'ers en investeerders/banken.

Resources

Op basis van eerdere onderzoeken heb ik een onderscheid gemaakt tussen negen verschillende typen resources, waar zzp'ers toegang tot kunnen krijgen via hun zakelijk netwerk. Ik heb een onderscheid gemaakt tussen: informatie over de markt, klanten en concurrentie; informatie over technologie en ontwikkelingen over producten en diensten; informatie over ondernemerschap en organiseren; de organisatie van locatie, materieel en/of uitrusting; toegang tot potentiële klanten, toegang tot potentiële opdrachten; vertrouwen bij financiële instellingen; legitimiteit/reputatie bij klanten; en emotionele ondersteuning.

De ondervraagde zzp'ers gebruiken hun netwerk voornamelijk om aan informatie over de markt, klanten en concurrentie te komen. Vervolgens benutten zij hun relaties achtereenvolgens voor emotionele ondersteuning; informatie over ondernemerschap en organiseren; toegang tot nieuwe klanten en opdrachten; informatie over ontwikkelingen technologie, producten en diensten; en legitimiteit/een goede reputatie. Weinig van de ondervraagde zzp'ers geven aan hun relaties te gebruiken bij de organisatie van locatie, materieel en/of uitrusting of het opbouwen van vertrouwen bij financiële instellingen.

Uit de resultaten blijkt verder dat bepaalde actoren voornamelijk in bepaalde resources voorzien. De relatie met collega zzp'ers wordt in hoge mate benut voor bijna alle getypeerde resources, met uitzondering van hulp bij de organisatie van locatie, materieel en/of uitrusting en vertrouwen bij financiële instellingen.

De relatie met klanten/opdrachtgevers is vanzelfsprekend belangrijk voor de toegang tot nieuwe opdrachten en klanten, informatie over de markt, klanten en concurrentie, legitimiteit en een goede reputatie. Relaties met vrienden zijn voornamelijk van belang voor emotionele ondersteuning en worden daarnaast ook veel benut voor toegang tot nieuwe opdrachten en klanten en informatie over de markt, klanten en concurrentie. Op de vierde plaats in het zakelijk netwerk van de zzp'er, komt de levenspartner, die voornamelijk in de emotionele ondersteuning een belangrijke rol speelt. Relaties met investeerders/banken worden nauwelijks gebruikt voor de voorziening in de getypeerde resources. De resultaten voor de overige typen actoren zijn weinig opzienbarend. Veelal voorzien zij in die resources, die het meest voor de hand liggen.

Opvallend is dat relaties met accountants/boekhouders veel vaker voor informatie over ondernemerschap en organiseren worden benut dan de voor de hand liggende legitimiteit en een goede reputatie. Wat ook opvalt is dat bemiddelaars voor zzp'ers door minder ondervraagde zzp'ers wordt aangegeven als hulpbron voor de toegang tot nieuwe klanten en opdrachten dan collega zzp'ers, klanten/opdrachtgevers en vrienden.

Tot slot worden (belangen)verenigingen relatief weinig gebruikt voor hulp en ondersteuning, maar enkel voor informatie; en worden relaties met de Kamer van Koophandel, belangenverenigingen, bemiddelaars, accountants en investeerders/banken bijna niet gebruikt voor het verkrijgen van legitimiteit/een goede reputatie.

De resultaten duiden er op dat de meeste zzp'ers niet bewust en actief bouwen aan hun sociaal kapitaal. Zij maken voornamelijk gebruik van de resources van actoren die dicht bij hen staan en waar ze veel direct contact mee onderhouden. Het lijkt vooral om bestaande relaties te gaan, die zij aangingen voordat zij zzp'er werden. Dit komt overeen met de theorie van Hite & Hesterly (2001) waarin zij beweren dat startende ondernemers vooral gebruik maken van sterke relaties en dichte netwerken; en dat ondernemers met meer volgroeide ondernemingen meer waarde halen uit zwakke en losse relaties. Ook Larson en Starr (1993) stelden eerder dat netwerken in jonge ondernemingen vaak gebaseerd zijn op reeds bestaande relaties, die naar verloop van tijd complex worden en en meer verschillende functies vervullen. Volgens Green & Brown (1997) zullen dergelijke a priori persoonlijke netwerken overgaan in organisationele gestructureerde netwerken, naarmate de onderneming zich ontwikkelt.

Negatieve relaties

In dit onderzoek heb ik vier verschillende typen negatieve relaties onderscheiden die zich mogelijk in het zakelijk netwerk van zzp'ers zouden kunnen bevinden. Ik heb daarbij een onderscheid gemaakt tussen: relaties met freeriders (personen die veel nemen en weinig geven), zwarte gaten

(relaties die meer kosten dan ze opleveren), blokkeerders (relaties die de toegang tot nieuwe actoren en resources belemmeren) en rotte appels (relaties die de zzp'er een negatieve reputatie bezorgen).

Over het algemeen komen er niet heel veel negatieve relaties voor in de netwerken van de ondervraagde zzp'ers. Gemiddeld bevinden zich in het zakelijk netwerk van zzp'ers de meeste freeriders, gevolgd door zwarte gaten en in veel mindere mate ook blokkeerders en rotte appels.

De typen actoren waarbij negatieve relaties het meest voorkomen zijn: collega's zzp'ers, familie en bemiddelaars voor zzp'ers. Freeriders zijn voornamelijk collega zzp'ers en in mindere mate bemiddelaars voor zzp'ers en familieleden. Zwarte gaten blijken voornamelijk familieleden. Rote appels komen niet specifiek bij één type actor meer voor dan bij andere typen actoren. Blokkeerders zijn voornamelijk collega zzp'ers en in mindere mate familieleden en bemiddelaars voor zzp'ers. Het valt op dat zzp'ers heel afhankelijk zijn van hun relaties met collega zzp'ers en dat een vierde van hen daar ook de nadelen van ondervindt.

Omdat uit het onderzoek blijkt dat zzp'ers ten behoeve van hun zakelijk netwerk veel relaties onderhouden met collega zzp'ers en zeer weinig met bemiddelaars, kan men stellen dat de kans dan groter zou moeten zijn dat een negatieve relatie een collega zzp'er zou betreffen en zeer klein zou moeten zijn dat het een bemiddelaar betreft. Dit laatste is niet het geval. Hieruit is af te leiden dat zzp'ers hun relaties met bemiddelaars voor zzp'ers vaak als negatief ervaren.

3. Hoe kan sociaal kapitaal het succes van zzp'ers positief beïnvloeden?

Uit de correlatieanalyse en regressieanalyse blijkt het aantal actoren in het zakelijk netwerk van zzp'ers positief en significant te correleren met de innovativiteit van de zzp'er. Hoe meer actoren het zakelijk netwerk van een zzp'er bevat, hoe innovatiever de zzp'er is. Deze relatie verloopt op de lange termijn non-lineair. Het aantal actoren heeft dan geen invloed meer op de innovativiteit van de zzp'er en stagneert.

Ook de heterogeniteit in typen actoren beïnvloedt het succes van zzp'ers positief. Uit de correlatieanalyse en regressieanalyse blijkt de heterogeniteit in typen actoren een significante voorspeller van de innovativiteit van de zzp'er. Hoe hoger de heterogeniteit in typen actoren in het zakelijk netwerk van een zzp'er, hoe innovatiever de zzp'er is.

Tussen de heterogeniteit in typen resources en het succes van zzp'ers blijken op basis van de correlatie- en regressieanalyse ook verbanden te bestaan. De heterogeniteit in typen resources heeft zowel invloed op de omzet van de zzp'er als op zijn innovativiteit. Opvallend daarbij is dat het effect groter is op de omzet dan op de innovativiteit van de zzp'er. Aangezien innovativiteit een

significante voorspeller van de omzet van de zzp'er blijkt, is het dus waarschijnlijk dat de relatie tussen de heterogeniteit in resources en de omzet van de zzp'er hierdoor verklaard wordt en dat er nog een andere verklaring moet zijn. Op basis van deze bevindingen kan gesteld worden dat vaak geldt: hoe hoger de heterogeniteit in typen resources in het zakelijk netwerk van een zzp'er, hoe innovatiever de zzp'er is en hoe hoger zijn jaaromzet is. Daarnaast geldt dat innovatieve zzp'ers meer omzetten dan niet innovatieve zzp'ers.

Verworpen hypotheses

Uit de correlatieanalyses blijkt het aantal actoren in het zakelijk netwerk van zzp'ers positief en significant te correleren met het gemiddeld aantal opdrachten en opdrachtgevers per jaar. Na het uitvoeren van een regressieanalyse blijkt het aantal actoren geen significante voorspeller van het aantal opdrachten en opdrachtgevers. De gevonden samenhang in de correlatieanalyse tussen het aantal actoren en de overige succesindicatoren, wordt weg verklaard door het meenemen van controlevariabelen.

Ook voor de heterogeniteit in typen actoren in het zakelijk netwerk van zzp'ers geldt dat in de correlatieanalyse wel een positief en significant verband gevonden wordt met het gemiddeld aantal opdrachtgevers per jaar en in de regressieanalyse niet. De gevonden samenhang in de correlatieanalyse tussen de heterogeniteit in actoren en het gemiddeld aantal opdrachtgevers per jaar, wordt weg verklaard door het meenemen van controlevariabelen.

Relaties tussen enerzijds de heterogeniteit in resources en anderzijds het aantal opdrachten en opdrachtgevers zijn helemaal niet gevonden. Evenals relaties tussen enerzijds de heterogeniteit in actoren en anderzijds het aantal opdrachten en de omzet.

Een verklaring voor het verwerpen van de hypothesen met het aantal opdrachten en opdrachtgevers als afhankelijke variabele, ligt denk ik in het feit dat er een algemeen onderzoek is gedaan en de verschillen per sector zeer groot zijn. Mogelijke verklaringen voor het verwerpen van een verband tussen enerzijds het aantal actoren en de heterogeniteit in actoren; en anderzijds de omzet, liggen denk ik in het feit dat er gelijktijdig ook voor de heterogeniteit in resources gecontroleerd wordt.

4. Hoe kan sociaal kapitaal het succes van zzp'ers negatief beïnvloeden?

Op basis van de correlatie- en regressieanalyse heb ik een duidelijke negatieve significante relatie gevonden tussen de aanwezigheid van blokkeerders in het netwerk van de zzp'er en zijn omzet. Naarmate er zich in het netwerk van een zzp'er personen bevinden, die relaties met anderen

tegaan en die de zzp'er opzadelen met verplichtingen en verwachtingen, is de kans groot dat deze zzp'er een lagere omzet haalt, dan zzp'ers die zulke relaties niet hebben.

Verworpen hypotheses

De negatieve relatie tussen de aanwezigheid van blokkeerders in het sociaal kapitaal van de zzp'er en zijn omzet, is het enige verwachte verband dat ik ook daadwerkelijk heb kunnen vinden in de praktijk. Alle andere hypotheses over de invloed van de aanwezigheid van freeriders, zwarte gaten en rotte appels heb ik moeten verwerpen. Deze twee resultaten zijn met elkaar in strijd, omdat de hypotheses vrijwel uit dezelfde argumenten zijn opgebouwd. Ik heb geen enkele theoretische verklaring kunnen bedenken waarom er wel een relatie is tussen blokkeerders en de omzet van zzp'ers en niet tussen de overige negatieve relaties en succesindicatoren. Wat opvalt is dat, alhoewel niet significant, de invloed van de aanwezigheid van negatieve relaties soms zelfs positief is. Dit kan verklaard worden doordat negatieve typen relaties ook relaties met actoren zijn, die tot bepaalde resources kunnen leiden; ware het niet dat de invloed van deze relaties ook in de regressieanalyses, waarbij gecontroleerd is voor het aantal actoren, positief uitvalt.

Een andere mogelijke reden kan zijn dat er onvoldoende negatieve relaties gevonden zijn in het netwerk van de ondervraagde zzp'ers om zo'n verband vast te stellen. Hier valt op aan te merken dat er voor blokkeerders, die minder voorkomen dan freeriders wel een verband is gevonden.

Door de tegenstrijdige resultaten denk ik dat er sprake is van een meetfout in dit onderzoek. Omdat dit een vrij breed en oriënterend onderzoek is, waarin veel factoren zijn meegenomen, zijn de verschillende negatieve relaties enkel gemeten door één vraag te stellen, die heel erg beïnvloed wordt door de perceptie van de respondent. Ook heeft de vraag naar de aanwezigheid van negatieve relaties aan het eind van de enquête gestaan, waardoor bijvoorbeeld zaken als vermoeidheid van invloed geweest kunnen zijn op de respons van de respondent. Verder kunnen sociale wenselijkheid (negatieve relaties hebben is slecht), het niet bewustzijn van het bestaan van de relaties en het niet begrijpen van de vraag, er toe geleid hebben dat de verzamelde data geen goede afspiegeling van de werkelijkheid zijn. Daarnaast kan het ook zo zijn dat zzp'ers die zelf gedrag vertonen op basis waarvan de negatieve relaties getypeerd zijn, zulke relaties niet als negatief willen bestempelen.

6.2 Discussie beperkingen onderzoek

Het onderzoeksproces

In het theoretisch kader van dit onderzoek heb ik hulp bij het regelen van administratieve zaken zoals wetgeving en procedures als mogelijk belangrijk type resource onderscheiden voor zzp'ers. Omdat de dataverzameling voor dit onderzoek voor twee verschillende onderzoeken tegelijkertijd heeft plaatsgevonden, is dit type resource gewijzigd in deelcategorieën in de vragenlijst en bij de dataverwerking en –analyse uit het oog verloren. Voor de missende onderzoeksresultaten van dit type resource, kan het onderzoek van Bel (2009) geraadpleegd worden, daarin is deze resource uitgesplitst in hulp bij de boekhouding, overheidsdiensten en verzekeringen.

Omdat dit een explorerend en zeer vernieuwend onderzoek is, is het niet mogelijk geweest om voor alle begrippen gebruik te maken van eerder gevalideerde vragenlijsten en metingen. Bij gebrek aan eerder onderzoek en bestaande meetmethodes heb ik geëxperimenteerd met meetmethodes en geschikte indicatoren. Uit dit onderzoek blijken omzet en innovativiteit interessante succesindicatoren om te onderzoeken in relatie tot sociaal kapitaal. Het gemiddeld aantal opdrachten en opdrachtgevers daarentegen niet. Ik denk dat dit wel goede indicatoren zijn, wanneer er per sector onderzoek wordt gedaan. Verder heb ik de data voor de afhankelijke variabelen verzameld op basis van vragen met categorische antwoorden, maar in de analyse beschouwd als numerieke variabelen. Dit kan problemen hebben opgeleverd, waardoor resultaten niet juist zijn weergegeven. In vervolgonderzoek kan daarom overwogen worden open antwoorden te gebruiken of een meer complexe analysetechniek zoals multi-pele logistische regressie toe te passen.

Het aantal actoren en de heterogeniteit in typen actoren en resources blijken goede indicatoren om het sociaal kapitaal van zzp'ers te meten. Bij de berekening van het aantal actoren moeten twee kanttekeningen gemaakt worden. Allereerst konden er niet meer dan 10 relaties ingevuld worden (deze vielen onder de categorie 10 of meer) en ten tweede kan er overlap zitten in typen actoren. Een vriend kan ook een collega's zzp'er zijn en een levenspartner kan accountant zijn. Door deze twee beperkingen is het aantal actoren in het netwerk in de modellen waarschijnlijk niet helemaal gelijk aan het werkelijke aantal actoren. Daarnaast kan één en dezelfde actor natuurlijk in meerdere resources voorzien en daarmee van hogere waarde zijn dan verschillende actoren die in dezelfde resources voorzien, maar bijvoorbeeld moeilijk bereikbaar zijn. Hiervoor moet eigenlijk rekening gehouden worden met de kwaliteit van de relaties (Borgatti, Jones & Everett, 1998). Dit is wel

gedaan op het niveau van typen actoren, maar over de individuen die daar onder vallen, kan op basis van dit onderzoek niets gezegd worden.

Het is moeilijk om causale verbanden aan te tonen vanwege de crossectionele en niet experimentele aard van dit onderzoek. Dat er een verband is tussen het sociaal kapitaal en succes van zzp'ers is duidelijk, maar om aan te tonen dat de indicatoren voor sociaal kapitaal tot die van het succes van zzp'ers leiden en niet andersom, zou longitudinaal onderzoek gedaan moeten worden. Daarnaast worden zzp'ers in dit onderzoek als aparte groep ondernemers bestempeld, maar is er geen referentiecategorie zoals een ander type ondernemer of een werknemer meegenomen. Hierdoor kunnen geen uitspraken gedaan worden over zzp'ers ten opzichte van andere typen ondernemers of werknemers, dit is een echte beperking van dit onderzoek.

Ook zijn bij dit onderzoek enkel zzp'ers met een jonge onderneming betrokken geweest, maar is deze groep niet vergeleken met een groep zzp'ers die hun onderneming langer dan 11 jaar heeft. Vervolgonderzoek lijkt hier dan ook op zijn plaats om vergelijkingen te kunnen maken. Zeker omdat de bevindingen aansluiten bij de theorie van Green & Brown (1997); Hite & Hesterly (2002) en Larson & Starr (1993) over de vorm en het gebruik van sociaal kapitaal bij startende ondernemingen. Wellicht zijn zzp'ers die hun onderneming al wat langer hebben, zich meer bewust van de waarde van hun sociaal kapitaal en zijn zij meer berekenend in het aangaan en onderhouden van hun relaties.

Een beperking bij de steekproef is dat zzp'ers die de vragenlijst hebben ingevuld eerder succesvol dan niet succesvol zullen zijn, omdat ze nog steeds zzp'er zijn. Niet succesvolle zzp'ers, die gestopt zijn, hebben niet de gelegenheid gehad aan dit onderzoek deel te nemen, omdat ze niet te achterhalen en benaderen waren. Hier valt echter moeilijk voor te controleren.

Daarnaast levert dataverzameling via belangenorganisaties een vertekend beeld van de werkelijkheid op, omdat deze respondenten al aangesloten zijn bij een belangenorganisatie en daarom misschien socialer of succesvoller zijn dan zzp'ers die dit niet zijn.

Een laatste kanttekening bij het onderzoeksproces is dat er sprake is geweest van common method bias (Podsakoff & Organ, 2003), de afhankelijke en onafhankelijke variabelen zijn immers op basis van dezelfde vragenlijst gemeten. Bovendien zijn alle data verkregen op basis van de perceptie van respondenten, waardoor data minder representatief zouden kunnen zijn, omdat er bijvoorbeeld een idee van sociale wenselijkheid heeft gespeeld bij het invullen van de antwoorden. Om sociaal wenselijk gedrag te beperken, zijn de respondenten er in de introductie van de vragenlijst

nadrukkelijk op gewezen dat de gegevensverzameling anoniem is en dat er geen goede of foute antwoorden bestaan. (*Bijlage 2*)

Implicaties voor de wetenschap

Bij het schrijven van deze thesis is gebruik gemaakt van de sociaal kapitaal theorie, waarbij de onderliggende assumptie is dat personen via hun netwerk toegang krijgen tot resources, die zij zelf niet bezitten of waar zij zelf niet over beschikken. Ook is gebruik gemaakt van theorieën die raakvlakken hebben met de sociaal kapitaal theorie, waaronder bijvoorbeeld de resource-based view, waarbij wordt gedacht dat alleen door bepaalde unieke combinaties van resources een competitief voordeel te halen is; en waaronder bijvoorbeeld onderzoek verzameld onder de noemer van organisationele diversiteit, waarbij de waarde van heterogene kennis wordt geclaimd voor organisatiesucces. De resultaten van dit onderzoek zijn een bevestiging van de ideeën achter deze theorieën. Grote, diverse sociale netwerken hebben een positieve invloed op de omzet en innovativiteit van de zzp'er.

Vanwege het grote aantal variabelen en de verkennende fase waarin het onderzoek zich bevindt, heb ik geen rekening gehouden met mediatie- en interactie-effecten tussen de variabelen. Om te onderzoeken wat geschikte indicatoren voor het sociaal kapitaal en succes van zzp'ers zijn, heb ik meerdere onafhankelijke variabelen tegen meerdere afhankelijke variabelen afgezet. Dit onderzoek moet niet gezien worden als een onderzoek tot modelontwikkeling, maar als een verkennend en verdiepend onderzoek naar de relatie tussen sociaal kapitaal en het succes van zzp'ers, waarbij geprobeerd is meer detail en nuance aan te brengen, om zo een vertaalslag naar de praktijk te kunnen maken.

Helaas heb ik in dit onderzoek weinig significante bevindingen gedaan over negatieve effecten van sociaal kapitaal en slaagt dit onderzoek er niet geheel in de enkelzijdige literatuur over de positieve relatie tussen sociaal kapitaal en succes te doorbreken. Ook komen de kosten van het onderhouden van een netwerk minder duidelijk naar voren, dan verwacht. Toch toont dit onderzoek aan dat negatieve effecten van sociaal kapitaal de moeite waard zijn om te onderzoeken. Natuurlijk is er op conceptueel gebied nog veel aandacht te besteden aan een goede typering van negatieve typen relaties en kunnen op empirische gebied andere succesfactoren en analyses wellicht wel tot de verwachte resultaten leiden.

Tot slot heb ik H1e, die gesteld werd op basis van eerder onderzoek van Rodan en Galunic (2004), niet kunnen bevestigen. Waarom is het effect van de heterogeniteit in resources in het zakelijk netwerk van zzp'ers groter op de omzet, dan op de innovativiteit van de zzp'er? Wellicht heeft dit te maken met een doorwerkend effect van het belang van de aanwezigheid van resources om een hoge omzet te kunnen behalen. Op basis van dit onderzoek kan dat in ieder geval niet vastgesteld worden.

Implicaties voor praktijk

In eerste instantie lijkt de vergaarde kennis over de relatie tussen sociaal kapitaal en het succes van zzp'ers weinig toepasbaar in de praktijk. Dat het opbouwen en onderhouden van een zo'n groot en divers mogelijk netwerk in typen actoren en resources kan bijdragen aan de innovativiteit en omzet van zzp'ers, zal voor veel zzp'ers geen nieuws zijn. Velen van hen beschikken al over zo'n netwerk. Toch denk ik dat er maar weinig zzp'ers zijn die hun sociaal kapitaal ook daadwerkelijk managen en die bewust overwegen in welke resources anderen hen voorzien en wat zij voor die persoon kunnen betekenen. Omdat de behoeften en benodigde resources over de tijd kunnen wijzigen, moet een zzp'er kritisch naar zijn sociaal kapitaal kijken. Negatieve relaties met personen die niets bijdragen en alleen maar komen halen, kunnen beter verbroken worden. Daarnaast kunnen relaties ook ad hoc aangegaan worden. Te denken valt aan de vorming van een team bestaande uit verschillende zzp'ers. Dit kan bijvoorbeeld een bouwteam zijn, bestaande uit een timmerman, metselaar, loodgieter en installateur. Gezamenlijk kunnen zij kosten drukken, elkaar inspireren, grotere opdrachten aannemen, risico's delen en hun bereikbaarheid vergroten. In het bijeenbrengen van dergelijke teams en vraag en aanbod, kunnen bijvoorbeeld brancheorganisaties een grote rol spelen, die een rol krijgen in het scheppen van een betrouwbare omgeving en ondersteuning van samenwerkingsprocessen door bijvoorbeeld korte termijn contracten op te stellen. Virtuele omgevingen lijken mij hiervoor bij uitstek geschikt.

Tot slot kunnen zzp'ers zich met de beschrijvende resultaten van dit onderzoek op verschillende gebieden vergelijken met zzp'ers in het algemeen en zzp'ers uit de sector. Zo kunnen zij bijvoorbeeld zien hoe de omzet, het aantal opdrachtgevers en de tijdsbesteding aan netwerken van collega zzp'ers zich verhouden tot die van henzelf. Voor sommige sectoren ontstaat hierdoor misschien een vertekend beeld, omdat er weinig zzp'ers uit de sector aan het onderzoek deelnamen. Om die reden zijn in de beschrijvende statistieken dan ook het aantal respondenten en de minimale en maximale waarde aangegeven.

De bevinding dat ongeveer de meerderheid van de zzp'ers geen relatie onderhoudt met (belangen)verenigingen voor zzp'ers, brancheverenigingen, bemiddelaars voor zzp'ers en investeerders/banken, kan van grote invloed zijn op het beleid van deze organisaties. Op dit moment halen zzp'ers hun resources voornamelijk uit hun relaties met klanten/opdrachtgevers, collega zzp'ers en vrienden.

De motieven hiervoor zijn in dit onderzoek niet onderzocht, dus daar kan ook geen uitspraak over gedaan worden. Wat wel geconstateerd kan worden, is dat relaties met klanten/opdrachtgevers en vrienden vrij vanzelfsprekend zijn. Deze relaties ontstaan vanzelf gedurende het werk als zzp'er of bestonden waarschijnlijk al. Relaties met (belangen)verenigingen voor zzp'ers, brancheverenigingen, bemiddelaars voor zzp'ers en investeerders/banken moeten daarentegen echt vanuit het initiatief van de zzp'er komen. Het lijkt er op dat zzp'ers eerder onbewust dan bewust netwerken. Dit betekent niet dat dergelijke organisaties maar gewoon moeten zitten wachten tot zzp'ers vanzelf aankomen. Zij zullen actief aanwezig moeten zijn en zzp'ers moeten wijzen op de voordelen van deze relaties.

Uit de resultaten aangaande negatieve relaties kan vooral gehaald worden dat relaties met bemiddelaars en collega zzp'ers veelvuldig als negatieve relatie ervaren worden. Instanties zoals de overheid, belangenorganisaties en bemiddelaars kunnen hier op in spelen, door ruimtes te creëren waardoor het netwerken voor zzp'ers wordt geprofessionaliseerd en gestimuleerd. De taak van dergelijke organisaties zal vooral liggen in het bruggen slaan, stimuleren, het zorgdragen voor en verlenen van reguleringen en logistieke/technische functies. Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat zzp'ers voornamelijk relaties aangaan met collega's om aan hun resources te komen, maar dat die relaties ook negatieve effecten hebben. Bemiddellende organisaties kunnen deze negatieve effecten verminderen door een professionele omgeving aan te bieden, waarin overeenkomsten en voorwaarden gesteld worden. Dergelijke omgevingen beperken de vrijheid van de zzp'er deels, maar bieden ook de mogelijkheid tot transparantie, vertrouwen, gedeelde waarden en veiligheid. Wanneer freerider-effecten voorkomen kunnen worden, zijn zzp'ers wellicht eerder geneigd om kennis uit te wisselen met hun collega zzp'ers.

Voor bemiddelaars zijn de resultaten van dit onderzoek een goede aanleiding om een tevredenheidsonderzoek te starten onder aangesloten zzp'ers. Ook kunnen bemiddelaars de verwachtingen van zzp'ers in kaart brengen door een discussie te starten of kwalitatief onderzoek uit te voeren. Waarom is er sprake van wantrouwen en wat kan een bemiddelaar daar aan veranderen?

6.3 Conclusie

De hoofdvraag van dit onderzoek: *“In hoeverre en op welke wijze beïnvloedt het sociaal kapitaal van zzp’ers het succes van zzp’ers?”* kan samengevat als volgt beantwoord worden. Er kunnen verschillende indicatoren geformuleerd worden om het sociaal kapitaal en succes van zzp’ers te beschrijven en meten. Deze indicatoren verschillen van elkaar in resultaten wanneer verbanden getoetst worden. Voor sommige indicatoren zijn er geen significante verbanden gevonden, voor andere wel. Zo zijn er verbanden gevonden tussen de heterogeniteit in resources in het netwerk van zzp’ers en de innovativiteit en omzet van zzp’ers; en is er een relatie tussen enerzijds het aantal actoren en de heterogeniteit in actoren in het netwerk van zzp’ers en anderzijds de innovativiteit van de zzp’ers. Deze resultaten vormen grotendeels een bevestiging van eerdere theorieontwikkeling en onderzoeksbevindingen.

In Bijlage 5 is in tabel 51 en 52 is in één oog opslag te zien welke hypothesen op basis van de correlatieanalyse en regressieanalyse aangenomen of verworpen zijn. Uit de resultaten uit verschillende analysemethoden, kan men het belang van controlevariabelen afleiden. De sector blijkt een essentiële controlevariabele en vooral de omzet is afhankelijk van veel andere factoren, waarvoor gecontroleerd dient te worden.

Het is opvallend dat juist voor zzp’ers, die werken vanuit de motieven vrijheid, onafhankelijkheid en zelfstandigheid relaties zo belangrijk zijn. Gezamenlijk zijn zij alleen en alleen zijn zij op zoek naar gezamenlijkheid. Relaties met collega zzp’ers worden dan ook veelvuldig aangegaan en gebruikt om toegang te krijgen tot diverse resources, waar zij zelf niet over beschikken.

Het sociaal kapitaal van zzp’ers kan ook uit negatieve relaties bestaan. Er zijn verschillende typen negatieve relaties van elkaar te onderscheiden. Er zijn weinig zzp’ers die aangeven zulke negatieve relaties te ervaren. Een mogelijke oorzaak hiervan ligt waarschijnlijk in de meetmethode die in dit onderzoek gehanteerd is. Tussen de aanwezigheid van negatieve relaties en het succes van zzp’ers is slechts één significant verband gevonden tussen de aanwezigheid van blokkeerders (mensen die de uitbreiding en ontwikkeling van sociaal kapitaal tegengaan) en de omzet van zzp’ers. Dat dit het enige verband is dat in dit onderzoek gevonden is, zet vraagtekens bij de meetmethoden en argumentatie van de hypothesen. Hopelijk kunnen deze tegenstrijdige resultaten in vervolgonderzoek verklaard worden.

6.4 Aanbevelingen voor verder onderzoek

Verdere dataverzameling en vergelijkend onderzoek

Uit dit generieke onderzoek blijkt dat onderzoek naar sociaal kapitaal en succes van zzp'ers het beste per sector geanalyseerd kan worden om de representativiteit van de resultaten te kunnen waarborgen. De verschillen tussen sommige sectoren zijn zeer groot, maar komen niet goed in dit onderzoek naar voren, omdat de data geaggregeerd zijn en er hypothesen getoetst zijn over de gehele populatie zzp'ers. Bepaalde sectoren lijken interessanter om te bestuderen wanneer het gaat om innovativiteit en sociaal kapitaal dan andere sectoren. Vooral in kennisintensieve sectoren zijn zichtbare verbanden te ontdekken. Het voordeel van onderzoek per sector is dat het ook mogelijk is om innovativiteit aan de hand van een objectief criterium te onderzoeken. Zo kunnen common method bias en de gevolgen van zelfrapportage beperkt worden.

Omdat er tijdens dit onderzoeksproces al veel data zijn verzameld, zou het onnodig zijn opnieuw onderzoek per sector uit te voeren. Een goede aanbeveling voor vervolgonderzoek is het bestaande databestand uit te breiden met zzp'ers uit sectoren, die in dit onderzoek waren ondervertegenwoordigd. Daarvoor dient de vragenlijst opnieuw uitgezet te worden en zal benadrukt moeten worden dat zzp'ers die eerder deelnamen aan het onderzoek, de vragenlijst niet opnieuw hoeven in te vullen. Omdat er duidelijk zicht is op welke sectoren ondervertegenwoordigd waren, kan er voor gekozen worden de vragenlijst bewust uit te zetten op sectorgebonden communicatiekanalen zoals branchespecifieke websites.

Bepaalde sectoren kunnen zo geselecteerd worden en andere uitgesloten worden van deelname, totdat iedere sector op gelijke wijze vertegenwoordigd is in de steekproef. Vervolgens kunnen de data met elkaar vergeleken worden, wat nu nauwelijks mogelijk was, door de onder- en oververtegenwoordiging van bepaalde sectoren in de steekproef.

Het is niet alleen interessant om data te verzamelen zodat dit onderzoek op een representatieve wijze vergelijkingen kan maken tussen verschillende sectoren. Ook kan een soortgelijk onderzoek, met aanpassing van enkele vragen in de vragenlijst afgenomen worden onder andere typen ondernemers dan zzp'ers, onder werknemers en onder zzp'ers met een onderneming ouder dan 11 jaar. Op die manier kunnen uitspraken gedaan worden over zzp'ers ten opzichte van niet zzp'ers en van startende zzp'ers ten opzichte van zzp'ers die al langer een onderneming bezitten. Zo kan bijvoorbeeld inzicht gekregen worden in welke (combinaties van) typen actoren en typen resources belangrijk zijn in welke ondernemingsfase van de zzp'er. Hierbij kan goed gebruik gemaakt

worden van het onderzoek Gulati & Higgins (2003), waarin aangetoond werd dat verschillende typen netwerken in verschillende situaties belangrijk zijn.

Analyseren ongebruikte data

Het complete databestand dat aangemaakt is voor dit onderzoek, is rijker dan wat er in dit onderzoek is geanalyseerd om de hoofdvraag te beantwoorden. Op basis van de bestaande data, zou men nog dieper in kunnen gaan op vragen als: “Wat is het effect van de aan- of afwezigheid van een bepaald type actor of resource op verschillende succesindicatoren?”, of: “Wat is het effect van verschillende typen ervaring op verschillende succesfactoren van zzp’ers”, zonder dat daar opnieuw data voor verzameld hoeven te worden.

Kwalitatief onderzoek

Een beperking van dit onderzoek is dat de analyse van de resultaten wordt geformuleerd in termen van veronderstellingen, omdat vooral kwalitatieve data ontbreken. Een kwalitatief onderzoek zou de onderzoeksresultaten uit dit onderzoek kunnen bevestigen. Zo blijkt uit dit onderzoek dat zzp’ers voornamelijk relaties onderhouden met collega’s, klanten en vrienden en zeer weinig tot geen relaties onderhouden met bijvoorbeeld belangenverenigingen en investeerders/banken. Kwalitatief onderzoek zou inzicht kunnen bieden in mogelijke aanleidingen daarvoor. Gaan zzp’ers hun relaties bewust aan of niet? Moeten bemiddelaars, brancheverenigingen en belangenverenigingen voor zzp’ers nog groeien en zich professionaliseren? Wat zijn de beweegredenen om voor bepaalde resources juist wel of niet gebruik te maken van bepaalde typen actoren? Ook kan met behulp van kwalitatief onderzoek onderzocht worden of zzp’ers inderdaad een negatieve houding hebben ten aanzien van bepaalde typen actoren, zoals bijvoorbeeld bemiddelaars en waarin dat dan precies ligt. Mogelijke geschikte methodes voor dergelijk onderzoek kunnen interviews met zzp’ers, maar vooral ook discussies zijn.

Onderzoek naar negatieve effecten van sociaal kapitaal

Uit dit onderzoek komt duidelijk naar voren dat er verschillende typen negatieve relaties onderscheiden kunnen worden en dat er ook personen zijn die deze relaties herkennen. Deze studie kent diverse problemen in het onderzoeken van negatieve effecten van sociaal kapitaal. In vervolgonderzoek kan gebruik gemaakt worden van de verschillende typeringen van negatieve relaties en kunnen deze verder uitgewerkt worden. Aan het meten van de aanwezigheid van deze relaties zal meer aandacht besteed moeten worden. Dit kan door enkel onderzoek te doen naar de negatieve effecten van sociaal kapitaal en door de aanwezigheid van negatieve relaties te meten

door meerdere items in de survey op te nemen en bijvoorbeeld te werken met reversed items, om te controleren voor een respondent bias zoals gemakzucht bij het invullen.

Nieuwe onderzoeksdeelgebieden

Tijdens dit onderzoek ben ik tegen een aantal zaken aangelopen die mij interessant lijken om verder te bestuderen. Allereerst het begrip crowdsourcing. Crowdsourcing is een term gebruikt om een recente ontwikkeling aan te duiden, waarin organisaties (overheid, bedrijven, instituten) of personen gebruik maken van een grote groep niet vooraf gespecificeerde individuen (professionals, vrijwilligers, geïnteresseerden) voor consultancy, innovatie, beleidsvorming en onderzoek. Omdat zzp'ers afhankelijk zijn van anderen om hun resources te verkrijgen, zou crowdsourcing voor hun wel eens extra aantrekkelijk kunnen zijn. Wat zijn de positieve en negatieve effecten van crowdsourcing? Welke beweegredenen hebben mensen om deel te nemen aan open innovatie platforms? Ook kan er bijvoorbeeld onderzocht worden of personen/organisaties die gebruik maken van crowdsourcing innovatiever zijn dan personen/organisaties die dit niet doen.

Een tweede onderwerp dat interessant lijkt om verder onderzoek naar te doen is de relatie tussen vertrouwen, sociaal kapitaal en innovatie van zzp'ers. Om innovatie en kennisdeling te bevorderen tussen zzp'ers lijken vertrouwen, betrouwbaarheid en veiligheid nodig. Het invoeren van regels om een veilige omgeving te creëren lijkt echter loodrecht te staan op de ideeën van vrijheid en autonomie, op basis waarvan zzp'ers een onderneming starten. Hoe kan hier mee omgegaan worden en hoe verhouden deze concepten zich tot elkaar?

Tot slot blijkt uit dit onderzoek dat zzp'ers het verkrijgen van een goede reputatie vooral halen uit hun relaties met klanten/opdrachtgevers. Op basis van de percentages zzp'ers die deze resource via hun netwerk verkrijgen, lijkt het wel of het hebben van een goede reputatie door hen wordt onderschat. In het kader van dit onderzoek vond ik informatie over reputatie 2.0 (Van Bregt, 2009) ofwel het managen van een reputatie op het internet, vanuit de gedachte dat de zichtbaarheid en vindbaarheid op internet van grote invloed kunnen zijn op het succes van een onderneming. Een interessant en actueel vervolgonderzoek naar zzp'ers lijkt mij een onderzoek naar de relaties tussen online status/reputatie, sociaal kapitaal en prestatie.

LITERATUURLIJST

- Adler, P.S. & S.W. Kwon (2000). "Social Capital: The Good, the Bad, and the Ugly." In: E.L. Lesser, *Knowledge and Social Capital - Foundations and Applications*. Boston: Butterworth Heinemann, 89-110.
- Adler, P.S. & S.W. Kwon (2002). "Social capital: Prospects for a new concept." *Academy of Management Review*. 27(1): 17-40.
- Antoncic, B. & R.D. Hisrich (2001). "Intrapreneurship: constructive refinement and cross cultural validation." *Journal of Business Venturing*. 16: 495-527.
- Arthur, M.B., S.N. Khapova & C.P.M. Wilderom (2005). "Career success in a boundaryless career world." *Journal of Organizational Behavior*. 26: 177-205.
- Axelrod, R. (1984). *The Evolution of Cooperation*. New York: Basic Books.
- Barbieri, P. (2003). "Social Capital and Self-Employment A Network Analysis Experiment and Several Considerations." *International Sociology*. 18(4): 681-701.
- Barney, J.B. & P.M. Wright (1998). "On becoming a strategic partner: the role of human resources in gaining competitive advantage." *Human Resource Management*. 37(1): 31-46.
- Barney, J.B. (1991). "Firm resources and competitive advantage." *Journal of Management*. 17(1): 99-120.
- Batjargal, B. (2003). "Social Capital and Entrepreneurial Performance in Russia: A Longitudinal Study." *Organization Studies*. 24: 535-556.
- Baum, J., T. Calabrese & B. Silverman (2000). "Don't go it alone: alliance network composition and startups' performance in Canadian biotechnology." *Strategic Management Journal*. 21(3): 267-294.
- Belastingdienst (2009). "Omzet, btw en winst." URL: http://www.belastingdienst.nl/zakelijk/omzet_btw_winst.html, (14 maart 2009).
- Bijnen, A. van (2008). "ZZP'ers zijn geen ondernemers." Sprout, URL: <http://www.sprout.nl/artikel.jsp?id=1462020>, (04 maart 2009).
- Birley, S. (1985). "The role of networks in the entrepreneurial process." *Journal of Business Venturing*. 1: 107-117.
- Borgatti S.P., C. Jones & M.G. Everett (1998). "Network measures of social capital." *Connections*. 21: 27-36.

- Born, J.A. van den (2009). "The drivers of career success of the job-hopping professional in the new networked economy - The challenges of being an entrepreneur and an employee." Proefschrift. URL: <http://www.hetisdeventnietdetent.nl/>, (29 juni 2009).
- Bourdieu, P. (1980). "Le capital social. Notes provisoires." *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. 31: 2-3.
- Brajkovich, L.F. (1994). "Sources of social structure in a start-up organization: work networks, work activities, and job status." *Social Networks*. 16(3): 191-212.
- Bregt, A. van (2009). Reputatie 2.0. URL: <http://www.vanbregt.nl/blog/2009/02/11/reputatie-20-in-de-praktijk-met-mijzelf-als-onderwerp/>.
- Broek, M., van den & L. Withagen (2007). "ZZP-ers en interim werken: Een onderzoek onder zzp-ers die werkzaam zijn als interimmer." Intelligence Group, URL: <http://www.ininterim.nl>, (8 april 2009).
- Brüderl, J. & P. Preisendörfer (1998). "Network Support and the Success of Newly Founded Business." *Small Business Economics*. 10: 213-225.
- Brush, C.G., P.G. Greene & M.M. Hart (2001). "From initial idea to unique advantage: The entrepreneurial challenge of constructing a resource base." *Academy of Management Executive*. (15)1: 64-78.
- Burt, R. (1992). *Structural Holes*. Chicago: University Chicago Press.
- Burt, R. (1997). "A note on social capital and network content." *Social Networks*. 19: 355-373.
- CBS Statline (2009). "Inkomenskloof tussen mannen en vrouwen is de afgelopen jaren niet kleiner geworden." URL: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/vrouwen-en-mannen/publicaties/artikelen/archief/2009/2009-2742-wm.htm>, (16 juni 2009).
- Chen, M. & M. Wang (2008). "Social Networks and a new venture's innovative capability: the role of trust within entrepreneurial teams." *R&D Management*. 38(3): 253-264.
- Chiesi, A.M. (2007). "Measuring Social Capital and its Effectiveness. The Case of Small Entrepreneurs in Italy." *European Sociological Review*. 23(4): 437-453.
- Coleman, J.S. (1988). "Social capital in the creation of human capital." *American Journal of Sociology*. 94: 95-120.
- Cook, K.S. & J.M. Whitmeijer (1992). "Two approaches to social structure: exchange theory and network analysis." *Annual Review Sociology*. 18: 109-127.

- Covin, J., D. Slevin & T. Covin (1990). “Content and performance of growth-seeking strategies: a comparison of small firms in high- and low-technology industries.” *Journal of Business Venturing*, 5: 391-412.
- Dasselaar, A. (2009). *Handboek voor de zzp'er*. Zutphen: Van Duuren Media B.V.
- Deeds, D. & C. Hill (1996). “Strategic alliances and the rate of new product development: an empirical study of entrepreneurial biotechnology firms.” *Journal of Business Venturing*, 11: 41-55.
- Deeds, D., P. Mang & M. Frandsen (2004). “The influence of firms’ and industries’ legitimacy on the flow of capital into high-tech ventures.” *Strategic Organization*, 2/1: 9-34.
- Dollinger, M. (1985). “Environmental contacts and financial performance of the small firm.” *Journal of Small Business Management*, 23(1): 24-30.
- Dubini, P. & H.E. Aldrich (1991). “Personal and extended networks are central to the entrepreneurial process.” *Journal of Business Venturing*, 6: 305-313.
- Elfring, T. & W. Hulsink (2003a). “Networking by entrepreneurs: Patterns of Tie-Formation in Emerging Organizations.” *Organization Studies*, 28(12): 1849-1872.
- Elfring, T. & W. Hulsink (2003b). “Networks in entrepreneurship: The case of high-technology firms.” *Small Business Economics*, 21: 409-422.
- Evers, G.E., J.A. de Muijnck & M.J. Overweel (2002). *ZZP'ers in de tijd gevolgd*. Zoetermeer: EIM en TNO Arbeid.
- Flap, H.D. (1991). “Social capital in the production of inequality. A review.” *Comparative Sociology of Family, Health, and Education*, 20: 6179-6202.
- Flap, H.D. (1999). “Creation and returns of social capital: a new research program.” *La Revue Tocqueville*, 20: 5-26.
- Flap, H.D. (2002). “No man is an island: the research programme of a social capital theory.” In: O. Favereau & E. Lazega, *Conventions and Structures. Markets, Networks and Hierarchies*. Cheltenham: Edward Elgar. 29-59.
- FNV (2007). *De Dynamische Driehoek Zzp'ers en de FNV*.
- FNV Zelfstandigen (2008). “Bedrijven gebruiken vaak pool van zzp'ers.” *Eigen Baas tijdschrift voor de zelfstandige zonder personeel*. Negende jaargang, nr.5, december 2008.
- Fombrun, C. (1982). “Strategies for network research in organizations.” *Academy of Management Review*, 7: 280-291.

- Fried, A., M. Knoll & S. Duschek (2006). “Networks of Entrepreneurs Revisited – Dilemmatic Settings and Dysfunctional Effects during Company Foundation Processes.” Paper gepresenteerd op de vierde Interdisciplinary European Conference on Entrepreneurship Research (IECER) 2006 in Regensburg, Duitsland.
- Fukuyama, F. (1997). “Social capital and the modern capitalist economy: Creating a high trust workplace.” *Stern Business Magazine*. 4(1).
- Gaag, M. van der & M. Webber (2007). “Measurement of Individual Social Capital”. In: I. Kawachi, S.V. Subramanian & D. Kim (2007). *Social capital and health* (eds.): Springer-Verlag: New York. 29-49.
- Gaag, M. van der & T. Snijders (2004). “Measurement proposals of individual social capital.” Paper onderdeel van een geïntegreerd onderzoeksprogramma gesponsord door NWO (project 510-05-0200) ‘Creation and Returns of Social Capital: Social Networks in Education and Labor Markets’ (SCALE). 197-218.
- Gargiulo, M. & M. Benassi (1999). “The dark side of social capital.” In: R. Leenders & S. Gabby, *Corporate social capital liability*. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Gartner, W.B. (1988). ““Who is the entrepreneur?” is the wrong question.” *American Journal of Small Business*. 12(4): 11-32.
- Goedemorgen Nederland (2009). “Begin een eigen bedrijf”. Uitzending woensdag 11 maart 2009.
- Granovetter, M.S. (1973). “The strength of weak ties.” *American Journal of Sociology*. 78: 1360-1380.
- Green, P. & T. Brown (1997). “Resource needs and the dynamic capitalism typology.” *Journal of Business Venturing*. 12: 161-173.
- Greve, A. (1995). “Networks and Entrepreneurship - An analysis of social relations and occupational background, and use of contacts during the establishment process.” *Scandinavian Journal of Management*. (11)1: 1-24
- Groen, A.J. (1994). “Milieu en MKB: kennis en kennissen. Milieu-innovatie in de grafische industrie: modelmatig verklaard.” Proefschrift. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Gulati, R. & J. Westphal (1999). “Cooperative or controlling? The effects of CEO-board relations and the content of interlocks on the formation of joint ventures.” *Administrative Science Quarterly*. 44: 82-111.

- Gulati, R. & M. Higgins (2003). "Which ties matter when? The contingent effects of interorganizational partnerships on IPO success." *Strategic Management Journal*. 24(2): 127-144.
- Gulati, R. & M.C. Higgins (2003). "Which ties matters when? The contingent effect of interorganizational partnerships on IPO success." *Strategic Management Journal*. 24: 127-144.
- Gulati, R. (2007). *Managing Network Resources, Alliances, Affiliations, and Other Relational Assets*. Oxford: Oxford University Press.
- Hansen, M.T. (1999). "The search-transfer problem: The role of weak ties in sharing knowledge across organization subunits." *Administrative Science Quarterly*. 44: 82-111.
- Heemstra, M. van (2006). "Laat miljoenen internetters wereldwijd meedenken over je product." *Trouw de Verdieping*, 24 oktober 2006.
- Helm, R. & O. Mauroner (2007). "Success of research-based spin-offs. State of the art and guidelines for further research." *Review of Managerial Sciences*. 1(3): 237-270.
- Heslin, P.A. (2005). "Conceptualizing and evaluating career success." *Journal of Organizational Behavior*. 26: 113-136.
- Hessels, S.J.A. & P.J.M. Vroonhof (2003). "Zelden Zo Populair: het zzp-schap Zelfstandigen zonder personeel in de literatuur. Onderzoek in opdracht van de Raad voor Werk en Inkomen." Zoetermeer: onderzoeksrapport EIM.
- Hite, J.M. & W.S. Hesterly (2001). "The evolution of firm networks: from emergence to early growth of the firm." *Strategic Management Journal*. 22: 275-286.
- Hoang, H. & B. Antoncic (2003). "Network-based research in entrepreneurship: A critical review." *Journal of Business Venturing*. (17)1: 1-23.
- Hult, G.T.M., R.F. Hurley & G.A Knight (2003). "Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance." *Industrial Marketing Management*. 33(5): 429-438.
- Hurt, H.Y., K. Joseph & C.D. Cook (1977). "Scales for the measurement of innovativeness." *Human Communication Research*. 4: 58-65.
- Janssen, J.I. & A. Greve (2002). "Does the degree of redundancy in social networks influence the success of business start-ups?" *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. 8(5): 254-267.
- Johannisson, B. (1990). "Economies of overview-guiding the external growth of small firms." *International Small Business Journal*. 9(1): 32-44.

- Johannisson, B. (1996). "The dynamics of entrepreneurial networks." *Frontiers of Entrepreneurship Research*. 253-267.
- Johannisson, B. (2000). "Networking and entrepreneurial growth." In: Sexton, D. & H. Landström (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship*. Oxford: Blackwell, 368-386.
- Johannisson, B., O. Alexanderson, K. Nowicki & K. Senneseth (1994). "Beyond anarchy and organization: entrepreneurs in contextual networks." *Entrepreneurship and regional Development*. 6: 329-356.
- Kamer van Koophandel (2009a). "Wetten en regels." URL: http://www.kvk.nl/wettenenregels/110_Rechtsvormen/freelancersenzppers/default.asp, (15 maart 2009).
- Kamer van Koophandel (2009b). "Kerncijfers." URL: http://www.kvk.nl/Branches/020_Conjunctuurenquête_Nederland/startersenbestaandebedrijven/040kerncijfersstartendeondernemers.asp, (15 maart 2009).
- Klaverstijn, R. (2008). "ZZP-ers zijn geen ondernemers, of toch wel?" Werkwijzer, URL: <http://werkwijzer.blog.nl/freelancen-zzp/2008/06/22/zzp-ers-zijn-geen-ondernemers-of-toch-wel>, (04 maart 2009).
- Krackhardt, D. (1995). "Entrepreneurial opportunities in an entrepreneurial firm: a structural approach." *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 19: 53-69.
- Lancelots, (2009). URL: <http://www.lancelots.nl/starten/vellgestelde-vragen/freelancer-versus-eenmanszaak>, (15 maart 2009).
- Larson, A. & J. Starr (1993). "A network model of organization formation." *Entrepreneurship Theory and Practice*. 17(2): 5-15.
- Larson, A. (1992). "Network dyads in entrepreneurial settings: a study of the governance of exchange relationships." *Administrative Science Quarterly*. 37: 76-104.
- Lechner, C., M. Dowling & I. Welpé (2006). "Firm networks and firm development: The role of the relational mix." *Journal of Business Venturing*. 21: 514-540.
- Lin, N. (1999). "Building a network theory of social capital." *Connections*. 22: 28-51.
- Lin, N. (2001). *Social capital: a theory of social structure and action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Low, M.B. & I.C. MacMillan (1988). "Entrepreneurship: Past research and future challenges." *Journal of Management*. (14)2: 139-161.
- Lumpkin, G.T. & G.G. Dess (1996). "Clarifying entrepreneurial orientation construct and linking it to performance." *Academy of Management Review*. 21(1): 135-172.

- Marcati, A., G. Guido & A.M. Peluso (2008). “The role of SME entrepreneurs’ innovativeness and personality in the adoption of innovations”. *Research Policy*. 37: 1579-1590.
- McGee, J. & M. Dowling (1994). “Using R&D cooperative arrangements to leverage managerial experience: a study of technology-intensive ventures.” *Journal of Business Venturing*. 9: 33-48.
- Meijer, P.C.A., C.A.C. de Waard & P.J.M. Vroonhof (1999). *ZZP’er: ondernemer of werknemer. Discussienota over het ondernemerschap*. Zoetermeer: EIM, Economisch Bureau ING en Raad voor het Zelfstandig Ondernemerschap (RZO).
- Miles, J. & M. Shevlin (2008). *Applying regression & correlation. A guide for students and researchers*. (Achtste druk, eerste druk in 2001) Londen: Sage Publications.
- Moerbeek, H.H.S. & A. Need (2003). “Enemies at word: can they hinder your career?” *Social Networks*. 25: 67-82.
- Murphy, G.B., J.W. Trailer & R.C. Hill (1996). “Measuring performance in entrepreneurship research.” *Journal of Business Research*. (36)1: 15-23.
- Nahapiet, J. & S. Ghoshal (1998). “Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage.” *Academy of Management Review*. 23(2): 242-266.
- Nooteboom, B. & E. Stam (2007). “Het gaat juist heel slecht met innovatie.” NRC Handelsblad, 21 september 2007.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric Theory*. (Tweede druk) New York: McGraw-Hill.
- Ostgaard, T.A. & S. Birley (1996) “New Venture Growth and Personal Networks.” *Journal of Business Research*. 36: 37-50.
- Padula, G. (2008). “Enhancing the Innovation Performance of Firms by Balancing Cohesiveness and Bridging Ties.” *Long Range Planning*. 41(4): 395-419.
- Penrose, E.G. (1959). “*The theory of the growth of the firm*.” New York: Wiley.
- Pfeffer, J. & G.R. Salancik (1978). “*The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*.” New York: Harper & Row.
- Pihkala, T., E. Varamäki & J. Vesalainen (1999). “Virtual organization and the SMEs: a review and model development.” *Entrepreneurship and Regional Development*. 11: 335-349.
- Platform Zelfstandige Ondernemers (2009). URL: <http://www.pzo.nl/> (10 januari 2009).
- Pleijster, F. & P. van der Valk (2007). Van onbemind tot onmisbaar, de economische betekenis van ZZP'ers nu en in de toekomst. Zoetermeer: onderzoeksrapport EIM.

- Podolny, J.M. & J.N. Baron (1997). “Resources and relationships: Social networks and mobility in the workplace.” *American Sociological Review*. 62: 673-693.
- Podsakoff, P.M. & D.W. Organ (2003). “Self-Reports in Organizational Research: Problems and Prospects.” *Journal of Management*. 12(4): 531-544.
- Putnam, R.D. (1995). “Bowling Alone: America’s Declining Social Capital.” *Journal of Democracy*. 6(1): 65-78.
- Reagans, R. & E.W. Zuckerman (2001). “Networks, Diversity, and Productivity: The Social Capital of Corporate R&D Teams.” *Organization Science*. 12(4): 502-517.
- Regeerakkoord kabinet-Balkenende IV (2007). *Coalitieakkoord tussen de Tweede Kamerfracties van CDA, PvdA en ChristenUnie*. 7 februari 2007.
- Rijswijk, E. van (2007). “Zzp’ers zijn geen ondernemers.” Management Scope, URL: <http://managementscope.nl/scopist/1-bedrijven/zzp-geen-ondernemer>, (04 maart 2009).
- Roberts, S.G.B., R.I.M. Dunbar, T.V. Pollet & T. Kuppens (2009). “Exploring variation in active network size: Constraints and ego characteristics.” *Social Networks*. 31(2) : 138-146.
- Rodan, S. & C. Galunic (2004). “More than network structure: how knowledge heterogeneity influences managerial performance and innovativeness.” *Strategic Management Journal*. 25: 541-562.
- Roelofsma, P.H.M.P., C.W. Bottema & J.E.M. Smeets (2005). “Examine: a websurvey and internet research tool.” Amsterdam, SLA Press. URL: <http://www.examine.nl/>, (11 mei 2009).
- Rogers, E.M. & F.F. Shoemaker (1971). *Communication of innovations*. 2nd ed. New York: The Free Press.
- Rothaermel, F. (2001). “Complementary assets, strategic alliances, and the incumbent’s advantage: an empirical study of industry and firm effects in the biopharmaceutical industry.” *Research Policy*. 30: 1235-1251.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Seibert, S.E., M.L. Kraimer & R.C. Liden (2001). “A social capital theory of career success.” *Academy of Management Journal*. 44(2): 219-237.
- Shane, S. & S. Venkataraman (2000). “The promise of entrepreneurship as a field of research.” *Academy of Management Review*. 25(1): 217-236.

- Shapero, A. & L. Sokol (1982). "The social dimensions of entrepreneurship." In: C. Kent, D. Sexton & K. H. Vesper (eds.) *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, New York: Prentice-Hall. 72-90.
- Sparrowe, R.T., R.C. Liden, S.J. Wayne & M.L. Kraimer (2001). "Social networks and the performance of individuals and groups." *Academy of Management Journal*. 44(2): 316-325.
- Stam, W. & T. Elfring (2008). "Entrepreneurial orientation and new venture performance: the moderating role of intra- and extra industry social capital." *Academy of Management Journal*. 51(1): 97-111.
- Starr, J. & I. MacMillan (1990). "Resource cooptation via social contracting: resource acquisition strategies for new ventures." *Strategic Management Journal*. 11: 79-92.
- Steekproefcalculator (2009). URL: <http://www.allesovermarktonderzoek.nl/extra/steekproef.aspx>, (23 april 2009).
- Stevenson, H. H. & J.C. Jarillo (1990). "A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management." *Strategic Management Journal*. 11(7): 17-27.
- Stuart, T.E, H. Hoang & R. Hybels (1999). "Interorganizational endorsements and the performance of entrepreneurial ventures." *Administrative Science Quarterly*. 44(2): 315-349.
- Stuart, T.E. (2000). "Interorganizational alliances and the performance of firms: A study of growth and innovation rates in a high-technology industry." *Strategic Management Journal*. 21(8): 791-811 .
- Stull, M.G. (2005). "Intrapreneurship in non-profit organizations: examining the factors that facilitate entrepreneurial behavior among employees." Paper Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements for the Third Year of the Executive Doctor of Management Program.
- Swaans, Y. (2007) in: "Rolmodel ambitieuze ondernemer tegen wil en dank." Leidsch Dagblad, URL: <http://www.leidschdagblad.nl/nieuws/bijlagen/plus/article2726271.ece>, (04 maart 2009).
- Thomas, C.Y. (1996). "Capital Markets, Financial Markets and Social Capital." *Social and Economic Studies*. 45(2-3): 1-23.
- Uzzi, B. (1996). "The sources and consequences of embeddedness for the economic performance of organizations: the network effect." *American Sociological Review*. 61: 674-698.

- Vroonhof, P., H. Tissing, M. Swaters, A. Bruins & E. Davelaar (2008). *Zelfstandigen zonder personeel*. Zoetermeer: onderzoeksrapport EIM en Bureau Bartels.
- Vroonhof, P.J.M., M.J. Overweel & J.A. de Muijnck (2001). *Zelfstandigen Zonder Personeel: Waarheden en Mythes*. Zoetermeer: onderzoeksrapport EIM.
- Witt, P. & A. Schroeter (2006). "The costs and benefits of entrepreneurial information networks: an empirical study." Paper for the Chair for Entrepreneurship 2006.
- Witt, P. (2004). "Entrepreneurs' networks and the success of start-ups." *Entrepreneurship and Regional Development*. 16: 391-412.
- Wright, K.B. (2005). "Researching Internet-based populations: Advantages and disadvantages of online survey research, online questionnaire authoring software packages, and web survey services." *Journal of Computer-Mediated Communication*. 10 (3).
- Wu, W., M. Chang & C. Chen (2008). "Promoting innovation through the accumulator of intellectual capital, social capital, and entrepreneurial orientation." *R&D Management*. 38(3): 265-277.

BIJLAGE 1: HYPOTHESENOVERZICHT

- H1a. De heterogeniteit in typen resources in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op het aantal opdrachten dat de zzp'er per jaar uitvoert.
- H1b. De heterogeniteit in typen resources in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op het aantal opdrachtgevers dat de zzp'er per jaar verwerft.
- H1c. De heterogeniteit aan typen resources in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op de mate waarin de zzp'er innovatief is.
- H1d. De heterogeniteit aan typen resources in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op de gemiddelde jaarlijkse omzet van de zzp'er.
- H1e. Het effect van heterogeniteit in typen resources in het sociaal kapitaal van de zzp'ers is groter op de innovativiteit, dan op de jaarlijkse omzet van de zzp'ers en hun gemiddeld aantal opdrachten en opdrachtgevers per jaar.

- H2a. Het aantal actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een curvilineair effect op het aantal opdrachten dat de zzp'er per jaar uitvoert.
- H2b. Het aantal actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een curvilineair effect op het aantal opdrachtgevers dat de zzp'er per jaar verwerft.
- H2c. Het aantal actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een curvilineair effect op de mate waarin de zzp'er innovatief is.
- H2d. Het aantal actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op de gemiddelde jaarlijkse omzet van de zzp'er.

- H3a. De heterogeniteit in typen actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op het aantal opdrachten dat de zzp'er per jaar uitvoert.
- H3b. De heterogeniteit in typen actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op het aantal opdrachtgevers dat de zzp'er per jaar verwerft.
- H3c. De heterogeniteit in typen actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op de mate waarin de zzp'er innovatief is.
- H3d. De heterogeniteit in typen actoren in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een positieve invloed op de gemiddelde jaarlijkse omzet van de zzp'er.

- H4a. De aanwezigheid van freeriders in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een negatieve invloed op de mate waarin een zzp'er innovatief is.
- H4b. De aanwezigheid van zwarte gaten in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een negatieve invloed op het aantal opdrachten dat de zzp'er per jaar uitvoert.
- H4c. De aanwezigheid van zwarte gaten in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een negatieve invloed op de gemiddelde jaarlijkse omzet van de zzp'er.
- H4d. De aanwezigheid van rotte appels in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een negatieve invloed op het aantal opdrachtgevers dat de zzp'er per jaar verwerft.
- H4e. De aanwezigheid van blokkeerders in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een negatieve invloed op de mate waarin de zzp'er innovatief is.
- H4f. De aanwezigheid van blokkeerders in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een negatieve invloed op het aantal opdrachtgevers dat de zzp'er per jaar verwerft.
- H4g. De aanwezigheid van blokkeerders in het sociaal kapitaal van de zzp'er heeft een negatieve invloed op de gemiddelde jaarlijkse omzet van de zzp'er.

BIJLAGE 2: VRAGENLIJST

De vragenlijst bestaat uit negen schermen, waaronder een begin- en een eindscherm en werd gemaakt met Examine. Via de knoppen [vorige] en [volgende], kon de respondent tijdens het invullen tussen het ene scherm en het andere scherm schakelen. Via de knop [stoppen] kon de vragenlijst voortijdig beëindigd worden. Via een oranje balk onderin het scherm konden de respondenten zien hoe ver zij gevorderd waren met het invullen van de vragenlijst.

Figuur 3: Vragenscherm 1 uit de enquête



eXamine

contact


vrije Universiteit amsterdam

stoppen ✕

Onderzoek ondernemerschap en sociaal netwerk zzp'ers

Fijn dat u mee wilt werken aan dit onderzoek van de Vrije Universiteit Amsterdam. Deze vragenlijst is bestemd voor zzp'ers, die minder dan 10 jaar geleden voor zich zelf zijn begonnen of die minder dan 10 jaar geleden hun laatste bedrijf zijn gestart. Is uw huidige onderneming ouder dan 10 jaar of bent u geen zzp'er, dan is deze vragenlijst niet voor u bestemd.


Deze vragenlijst wordt via meerdere kanalen verspreid. Uiteraard hoeft u deze vragenlijst slechts één keer in te vullen. Het invullen bestaat uit het beantwoorden van 16 vragen. Uw antwoorden worden geanonimiseerd, digitaal verwerkt en uitsluitend voor wetenschappelijk onderzoek gebruikt. Er bestaan geen goede of foute antwoorden. Uw eerste indruk geeft vaak het beste uw visie weer.

Bij voorbaat dank voor uw medewerking.

Het onderzoeksteam,
Mandy van Tilborg & Melisa Bel
Afdeling Organisatiewetenschap
Vrije Universiteit Amsterdam

volgende ▶

Figuur 4: Vragenscherm 2 uit de enquête

eXamine	 vrije Universiteit amsterdam
contact	stoppen ✕
Persoonlijke kenmerken	
Hieronder volgen zes vragen over uw persoonlijke kenmerken. U kunt per vraag één antwoord geven. Bij de vragen 4, 5 en 6 wordt uw ervaring gevraagd voordat u uw huidige onderneming oprichtte. Wanneer u geen ervaring heeft, vul dan 0 in.	
■ 1	Uw geslacht: <input type="radio"/> man <input type="radio"/> vrouw
■ 2	Uw geboortejaar: <input type="text"/>
■ 3	Uw hoogstgenoten (of afgeronde) opleiding: <input type="radio"/> middelbaar onderwijs <input type="radio"/> MBO <input type="radio"/> HBO <input type="radio"/> WO <input type="radio"/> anders, namelijk <input type="text"/>
■ 4	Aantal jaar ervaring met zelfstandig ondernemerschap: <input type="text"/>
■ 5	Aantal jaar ervaring met het type werkzaamheden: <input type="text"/>
■ 6	Aantal jaar ervaring in de industrie: <input type="text"/>
scherm	
◀ vorige volgende ▶	

Figuur 5: Vragenscherf 3 uit de enquête

eXamine	 vrije Universiteit amsterdam
contact	stoppen ✕
	Algemene kenmerken onderneming
	Hieronder volgen vijf vragen over de kenmerken van uw onderneming. U kunt per vraag één antwoord geven.
	<p>■ 7 Sector waarin uw onderneming zich bevindt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> landbouw, bosbouw en visserij <input type="radio"/> industrie <input type="radio"/> bouw en installatie <input type="radio"/> horeca <input type="radio"/> vervoer en opslag <input type="radio"/> handel en reparatie <input type="radio"/> gezondheid- en verzorging <input type="radio"/> ICT dienstverlening <input type="radio"/> financiële dienstverlening <input type="radio"/> overige zakelijke dienstverlening <input type="radio"/> overige dienstverlening (zoals kappers en schoonheidsspecialisten) <input type="radio"/> anders, namelijk <input style="width: 100px;" type="text"/>
	<p>■ 8 Oprichtingsjaar onderneming:</p> <input style="width: 80px;" type="text"/>
	<p>■ 9 Het gemiddeld aantal opdrachtgevers per jaar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> minder dan 3 <input type="radio"/> 3 tot 6 <input type="radio"/> 6 tot 9 <input type="radio"/> 9 tot 12 <input type="radio"/> 12 tot 15 <input type="radio"/> 15 of meer
	<p>■ 10 Het gemiddeld aantal verschillende opdrachten per jaar (ongeacht het aantal opdrachtgevers):</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> minder dan 3 <input type="radio"/> 3 tot 6 <input type="radio"/> 6 tot 9 <input type="radio"/> 9 tot 12 <input type="radio"/> 12 tot 15 <input type="radio"/> 15 of meer
	<p>■ 11 De gemiddelde omzet in euro's per jaar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> minder dan 25.000 <input type="radio"/> 25.000 tot 50.000 <input type="radio"/> 50.000 tot 75.000 <input type="radio"/> 75.000 tot 100.000 <input type="radio"/> 100.000 tot 125.000 <input type="radio"/> 125.000 tot 150.000 <input type="radio"/> 150.000 tot 175.000 <input type="radio"/> 175.000 tot 200.000 <input type="radio"/> meer dan 200.000
	scherm
	< vorige volgende >

Figuur 6: Vragenscherm 4 uit de enquête

eXamine


contact
stoppen ✕

Ondernemend gedrag

Vraag 12

Hieronder volgt een aantal stellingen. Geef per stelling aan in hoeverre deze van toepassing is op uw manier van werken als zzp'er.

		zeer mee oneens	mee oneens	neutraal	mee eens	zeer mee eens
■	Ik kom met nuttige ideeën	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
■	Ik ontwikkel nieuwe processen, services of producten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
■	Ik benader mijn werktaken op een innovatieve manier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
■	Ik vind nieuwe manieren uit om mijn taken zo goed mogelijk uit te voeren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
■	Ik doe dingen vaak op een unieke manier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
■	Ik pak nieuwe projecten of activiteiten op een voorzichtige manier aan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
■	Ik doe geen dingen die kans hebben te mislukken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
■	Ik vermijd vooraf bekende risico's	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
■	Ik neem deel aan activiteiten die een kans hebben te mislukken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
■	Ik neem vooraf bekende risico's ondanks de mogelijkheid dat ze mislukken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
■	Ik blijf voor op veranderingen in plaats van op veranderingen te moeten reageren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
■	Ik verbeter direct als zaken mij niet aanstaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
■	Ik anticipeer bij toekomstige problemen, behoeften en veranderingen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
■	Ik neem initiatief om nieuwe projecten te starten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
■	Ik neem me voor om veranderingen al door te voeren voordat ze daadwerkelijk nodig zijn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

scherm
◀ vorige
volgende ▶

Figuur 7: Vragenscherm 5 uit de enquête

eXamine



vrije Universiteit amsterdam

contact

stoppen ✕

Werkgerelateerde relaties

Vraag 13

Met welk van onderstaande partijen heeft u de afgelopen zes maanden minimaal één keer persoonlijk contact gehad ten behoeve van uw onderneming? Wilt u achter de relaties aangeven om hoeveel verschillende personen / organisaties het gaat. Als u geen relatie met een bepaalde partij onderhoudt, vult u dan 0 in.

Werkgerelateerde relatie met:

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 of meer
<input type="checkbox"/> (belangen)verenigingen voor ZZP'ers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="checkbox"/> bemiddelaars voor ZZP'ers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="checkbox"/> brancheverenigingen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="checkbox"/> collega ZZP'ers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="checkbox"/> Kamer van Koophandel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="checkbox"/> een accountant/boekhouder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="checkbox"/> investeerders/banken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="checkbox"/> klanten/opdrachtgevers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="checkbox"/> leveranciers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="checkbox"/> familie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="checkbox"/> levenspartner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="checkbox"/> vrienden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

scherm

◀ vorige
volgende ▶

Figuur 8: Vragenscherm 6 uit de enquête

Hulpbronnen

Vraag 14

Welk van onderstaande hulpmiddelen heeft u het afgelopen half jaar via de eerder ingevulde partijen verkregen? Plaats een vinkje wanneer een bepaalde partij toegang gaf tot dit hulpmiddel. Wanneer u geen relatie hebt ingevuld bij een partij in de vorige vraag, blijft die kolom dus leeg. Er kunnen meerdere vinkjes per rij en kolom ingevuld worden.

	belangen verenigingen	bemiddelaars	branche verenigingen	collega zzp'ers	Kamer van Koophandel	accountant	investeerdere	opdrachtgevers	leveranciers	familie	levenspartner	vrienden
informatie over de markt, klanten en concurrentie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
informatie over ontwikkelingen technologie, producten en diensten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
informatie over ondernemerschap en organiseren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
hulp bij de organisatie van locatie, materieel en/of uitrusting	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
toegang tot nieuwe klanten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
toegang tot nieuwe opdrachten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vertrouwen bij financiële instellingen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
legitimiteit en een goede reputatie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
emotionele ondersteuning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
hulp bij de boekhouding	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
hulp bij overheidsdiensten (bijv. aanvraag VAR)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
hulp bij verzekeringen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Figuur 9: Vragenscherm 7 uit de enquête

Negatieve relaties

Vraag 15

Netwerken zijn vaak nuttig voor u als ondernemer, maar niet altijd! Veel ondernemers hebben mensen in hun netwerk die soms of vaker op negatieve wijze invloed hebben op uw activiteiten als ondernemer. Hieronder worden vier typen negatieve relaties beschreven, die het leven van een zzp'er behoorlijk lastig kunnen maken. Geef u aan of u dergelijke relaties in uw zakelijke netwerk heeft en wat voor soort partij dit betreft. Plaats een vinkje wanneer één of meer personen of organisaties van deze soort partij aan het beschreven profiel voldoen. Wanneer u geen relatie heeft met een bepaalde partij, blijft die kolom dus leeg. Er kunnen meerdere vinkjes per rij en kolom ingevuld worden. Wanneer u geen van onderstaande profielen herkent, blijven alle velden dus leeg.

	belangen verenigingen	bemiddelaars	branche verenigingen	collega zzp'ers	Kamer van Koophandel	accountant	investeerdere	opdrachtgevers	leveranciers	familie	levenspartner	vrienden
Personen die gebruikmaken van uw relatie en de voordelen daarvan, maar zelf weinig toevoegen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personen die zeer veel tijd en energie kosten, maar waarmee u het contact niet kunt verbreken.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personen met een slechte reputatie of die u in een minder gunstig daglicht plaatsen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personen die verdere uitbreiding en ontwikkeling van uw relaties tegengaan, omdat ze u bijvoorbeeld opzadelen met gevoelens van verplichtingen en verwachtingen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Figuur 10: Vragenscherf 8 uit de enquête

eXamine	 vrije Universiteit amsterdam stoppen ✕
contact	
	Netwerken Hieronder volgen de laatste twee vragen van deze vragenlijst.
	■ 16 Hoeveel uur besteedt u gemiddeld per week aan het onderhouden van uw zakelijke netwerk (daadwerkelijke samenwerking of transacties uitgezonderd)? Denk aan borrels, lunches, telefoontjes ed. <input type="text"/>
	■ 17 Hoe bent u bij deze vragenlijst gekomen? <input type="radio"/> via FNV <input type="radio"/> via PZO <input type="radio"/> via een forum op internet <input type="radio"/> via collega zzp'ers <input type="radio"/> via familie / vrienden / kennissen <input type="radio"/> anders, namelijk <input type="text"/>
	scherm
	< vorige volgende >

Figuur 11: Vragenscherf 9 uit de enquête

eXamine	 vrije Universiteit amsterdam stoppen ✕
contact	
	Eindscherf Dit is het einde van deze vragenlijst. Hartelijk dank voor het invullen. Bent u geïnteresseerd in de resultaten van het onderzoek, mail dit dan voor 1 juni 2009 naar m.van.tilborg@fsw.vu.nl en u ontvangt het onderzoeksrapport rond augustus 2009 in uw mailbox. LET OP: om de vragenlijst te versturen, klikt u rechtsboven op stoppen.
	< vorige

BIJLAGE 3: VERSPREIDING ENQUÊTE

Tabel 18: verspreiding enquête

Organisatie	Contact	Medewerking/actie	Actiedatum
B2Bcontact, online ondernemersnetwerk www.b2bcontact.nl	Aangemeld via de website	Bericht geplaatst op forum en LinkedIn	20-04-09
De Communicatiewinkel platform voor zelfstandige communicatieprofessionals www.communicatiewinkel.nl	Persoonlijk Email	Oproep op eigen LinkedIn group	22-04-09
De Zaak kennisnetwerk voor ondernemers www.dezaak.nl	Persoonlijk Email	X	X
FNV Zelfstandigen vereniging van 16 vakbonden (bouw, diensten, groen, handel, ict, industrie, vervoer, zorg, kunsten en media, mooi, sport, journalisten) waarvan er 2 zich specifiek richten op zzp'ers 30.000 leden www.fnvzzp.nl	Email Telefonisch	Bericht digitale nieuwsbrief Banner op website Oproep op eigen LinkedIn group	28-04-09
Kamer van Koophandel www.kvk.nl	Email Telefonisch	X	X
Lancelots, platform voor en door freelancers www.lancelots.nl	Aangemeld via de website	Bericht geplaatst op forum	20-04-09
Onebizz Onderdeel van Reed Business gefocusst op zzp'ers	Email	Bericht digitale nieuwsbrief Oproep op	23-04-09

www.onebizz.nl		nieuwsonderdeel website	
Platform Zelfstandige Ondernemers 20.000 leden www.pzo.nl	Email Persoonlijk Telefonisch	Bericht digitale nieuwsbrief Oproep op eigen LinkedIn group	20-04-09
Vereniging van Zelfstandigen Zonder Personeel	Telefonisch	X	X
www.zzpnodig.nl	Bericht via de website	Oproep op nieuwsonderdeel website Banner op website	12-05-09
ZZP Nederland	Telefonisch	X	X
Zzpeiland, platform voor zzp en mkb www.zzpeiland.nl	Aangemeld via de website	Bericht geplaatst op forum	20-04-09
ZZPweb platform voor zelfstandige ondernemers in de zorg www.zzpweb.com	Email Telefonisch	Oproep op website bij laatste nieuws	22-04-09

Naast bovenstaande organisaties is ook het eigen netwerk van de onderzoekers via diverse kanalen op de hoogte gesteld van het onderzoek. Het netwerk werd benaderd met de vraag om deelname indien men een zzp'er was en het doorsturen van een e-mail met informatie en link naar de enquête, indien men zzp'ers kende.

BIJLAGE 4: OPERATIONALISATIESCHEMA

Itemcode 1 staat voor de in SPSS gebruikte codes en waarden voor beschrijvende statistieken en itemcode 2 staat voor de in SPSS gebruikte codes en waarden voor de regressie analyse. Het vraagnummer verwijst naar de vraag in de vragenlijst, aan de hand waarvan de data verkregen is.

Tabel 19: Operationalisatieschema

Concept/variabele	Dimensies/antwoordmogelijkheden	Itemcode1	Itemcode2	Vraagnr.
Innovativiteit van de zzp'ers	Stellingen schaal 1-5 (1 weinig van toepassing, 5 zeer van toepassing): (1 keuzemogelijkheid) Ik kom met nuttige ideeën Ik ontwikkel nieuwe processen, services of producten Ik benader mijn werktaken op een innovatieve manier Ik vind nieuwe manieren uit om mijn taken zo goed mogelijk uit te voeren Ik doe dingen vaak op een unieke manier.	AVIN01 AVIN02 AVIN03 AVIN04 AVIN05 Mogelijke waarden: x=1, 2, 3, 4, 5	AVING = (AVIN01 + AVIN02 + AVIN03 + AVIN04 + AVIN05) / 5 Mogelijke waarden: 1≤x≤5	12
Gemiddeld aantal verschillende opdrachten per jaar (ongeacht het aantal	Antwoordcategorieën (1 keuzemogelijkheid): minder dan 3	AVOD Mogelijke waarden: x=1, 2,	AVOD Mogelijke	10

opdrachtgevers)	3 tot 6 6 tot 9 9 tot 12 12 tot 15 15 of meer.	3, 4, 5, 6	waarden: x=1, 2, 3, 4, 5, 6	
Gemiddeld aantal opdrachtgevers per jaar	Antwoordcategorieën (1 keuzemogelijkheid): minder dan 3 3 tot 6 6 tot 9 9 tot 12 12 tot 15 15 of meer.	AVOV Mogelijke waarden: x=1, 2, 3, 4, 5, 6	AVOV Mogelijke waarden: x=1, 2, 3, 4, 5, 6	9
Gemiddelde omzet in euro's per jaar	Antwoordcategorieën (1 keuzemogelijkheid): minder dan 25.000 25.000 tot 50.000 50.000 tot 75.000 75.000 tot 100.000 100.000 tot 125.000 125.000 tot 150.000	AVOM Mogelijke waarden: x=1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	AVOM Mogelijke waarden: x=1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	11

	150.000 tot 175.000 175.000 tot 200.000 meer dan 200.000.			
Aantal actoren waarmee zzp'ers de afgelopen zes maanden minimaal één keer persoonlijk contact gehad hebben ten behoeve van hun onderneming	Invulveld in aantallen voor: (belangen)verenigingen voor zzp'ers bemiddelaars voor zzp'ers brancheverenigingen collega zzp'ers Kamer van Koophandel een accountant/boekhouder investeerders/banken klanten/opdrachtgevers leveranciers familie levenspartner vrienden	OVA01 OVA02 OVA03 OVA04 OVA05 OVA06 OVA07 OVA08 OVA09 OVA10 OVA11 OVA12 Mogelijke waarden per variabele: x= 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	OVAT = OVA01 + OVA02 + OVA03 + OVA04 + OVA05 + OVA06 + OVA07 + OVA08 + OVA09 + OVA10 + OVA11 + OVA12 Mogelijke waarden: x≥0 Verwachting	13

			kwadratisch verband $OVAT^2=OVAT*OV$ AT	
Heterogeniteit in het aantal actoren waarmee zzp'ers de afgelopen zes maanden minimaal één keer persoonlijk contact gehad hebben ten behoeve van hun onderneming	OVA's omcoderen naar OVAB's door binair te maken waarbij de waardes $x=0$ de code 0 krijgen en $x \geq 1$ de code 1 krijgen.	OVAB01 OVAB02 OVAB03 OVAB04 OVAB05 OVAB06 OVAB07 OVAB08 OVAB09 OVAB10 OVAB11 OVAB12 Mogelijke waarden: $x = 0$ of $x = 1$	$OVAD = (OVAB01 + OVAB02 + OVAB03 + OVAB04 + OVAB05 + OVAB06 + OVAB07 + OVAB08 + OVAB09 + OVAB10 + OVAB11 + OVAB12) / 12$ Mogelijke waarden: $0 \leq x \leq 1$	13
Hulpmiddelen die de zzp'ers	Invulveld in aantallen voor:	OVR0101t/m OVR0112	OVR01T	14

<p>hebben verkregen middels actoren uit hun netwerk</p>	<p>informatie over de markt, klanten en concurrentie informatie over ontwikkelingen technologie, producten en diensten informatie over ondernemerschap en organiseren hulp bij de organisatie van locatie, materieel en/of uitrusting toegang tot nieuwe klanten toegang tot nieuwe opdrachten vertrouwen bij financiële instellingen legitimiteit en een goede reputatie emotionele ondersteuning</p>	<p>OVR0201 t/m OVR0212 OVR0301 t/m OVR0312 OVR0401 t/m OVR0412 OVR0501 t/m OVR0512 OVR0601 t/m OVR0612 OVR0701 t/m OVR0712 OVR0801 t/m OVR0812 OVR0901 t/m OVR0912</p> <p>Mogelijke waarden: $x = 0$ en $x = 1$</p>	<p>OVR02T OVR03T OVR04T OVR05T OVR06T OVR07T OVR08T OVR09T</p> <p>Mogelijke waarden: $x \leq x \leq 12$.</p>	
<p>Heterogeniteit in het aantal hulpmiddelen dat de zzp'ers hebben verkregen middels actoren uit hun netwerk</p>	<p>OVRT's omcoderen naar OVRTB's door binair te maken waarbij de waardes $x=0$ de code 0 krijgen en $x \geq 1$ de code 1 krijgen.</p>	<p>OVR01TB OVR02TB OVR03TB OVR04TB OVR05TB OVR06TB OVR07TB OVR08TB OVR09TB</p>	<p>OVRD = (OVR01TB + OVR02TB + OVR03TB + OVR04TB + OVR05TB + OVR06TB + OVR07TB + OVR08TB + OVR09TB +</p>	<p>14</p>

		Mogelijke waarden: $x = 0$ of $x = 1$	$\} / 9$ Mogelijke waarden: $0 \leq x \leq 1$	
Aanwezigheid feeriders in het netwerk van de zzp'ers	Personen die gebruikmaken van uw relatie en de voordelen daarvan, maar zelf weinig toevoegen.	OVN0102 t/m OVN0112 Mogelijke waarden: $x = 0$ of $x=1$	OVN01 = SUM(OVN0102 t/m OVN0112) Mogelijke waarden: $x \geq 0$	15
Aanwezigheid zwarte gaten in het netwerk van de zzp'ers	Personen die zeer veel tijd en energie kosten, maar waarmee u het contact niet kunt verbreken. Deze relaties brengen u weinig op of brengen zelf alleen maar kosten met zich mee.	OVN0201 t/m OVN0212 Mogelijke waarden: $x = 0$ of $x=1$	OVN02 = SUM(OVN0202 t/m OVN0212) Mogelijke waarden: $x \geq 0$	15
Aanwezigheid rotte appels in het netwerk van de zzp'ers	Personen met een slechte reputatie of die u en uw bezigheden in een minder gunstig daglicht plaatsen als anderen horen over de contacten die u heeft met deze personen.	OVN0301 t/m OVN0312 Mogelijke waarden: $x = 0$ of $x=1$	OVN03 = SUM(OVN0302 t/m OVN0312) Mogelijke waarden: $x \geq 0$	15
Aanwezigheid blokkeerders in het netwerk van de zzp'ers	Personen die verdere uitbreiding en ontwikkeling van uw relaties tegengaan, omdat ze u bijvoorbeeld opzadelen met gevoelens van	OVN0401 t/m OVN0412 Mogelijke waarden: $x = 0$ of	OVN04= SUM(OVN0402	15

	verplichtingen en verwachtingen.	x=1	t/m OVN0412) Mogelijke waarden: $x \geq 0$	
Geslacht van de zzp'ers	Antwoordcategorieën (man = 0 en vrouw = 1) (1 keuzemogelijkheid): man vrouw	CVPKG Mogelijke waarden: $x = 0$ of $x = 1$	CVPKG Mogelijke waarden: $x = 0$ of $x = 1$	1
Geboortjaar van de zzp'ers	Invulveld in jaartallen	CVPKL Mogelijke waarden: $x \geq 1900$	CVPKLJ = 2009-CVPKL Mogelijke waarden: $0 \leq x \leq 100$ Verwachting kwadratisch verband CVPKLJ 2 = CVPKLJ * CVPKLJ	2
Hoogstgenoten (of afgeronde) opleiding van de zzp'ers	Antwoordcategorieën (1 keuzemogelijkheid): middelbaar onderwijs	CVPKO Mogelijke waarden $x = 1, x$	OMO OMB OHB	3

	MBO HBO WO Anders, namelijk	=2, x=3, x=4, x=5 Wanneer bij anders: LTS -> 1 Master -> 4 Phd -> 4 Havo -> 1 MBO + cursussen -> 2 MULO -> 1 Post hbo -> 5 HBO+ -> 5 VO -> 1	OWO OAN Ref categorie OMO Omcoderen Mogelijke waarden: x = 0 of x=1	
Aantal jaar ervaring van de zzp'ers met zelfstandig ondernemerschap	Invulveld in jaren	CVPKEO Mogelijke waarden: $0 \leq x \leq 60$	CVPKEO Mogelijke waarden: $0 \leq x \leq 60$	4
Aantal jaar ervaring van de zzp'ers met het type werkzaamheden	Invulveld in jaren	CVPKEW Mogelijke waarden: $0 \leq x \leq 60$	CVPKEW Mogelijke waarden: $0 \leq x \leq 60$	5
Aantal jaar ervaring van de	Invulveld in jaren	CVPKEI	CVPKEI	6

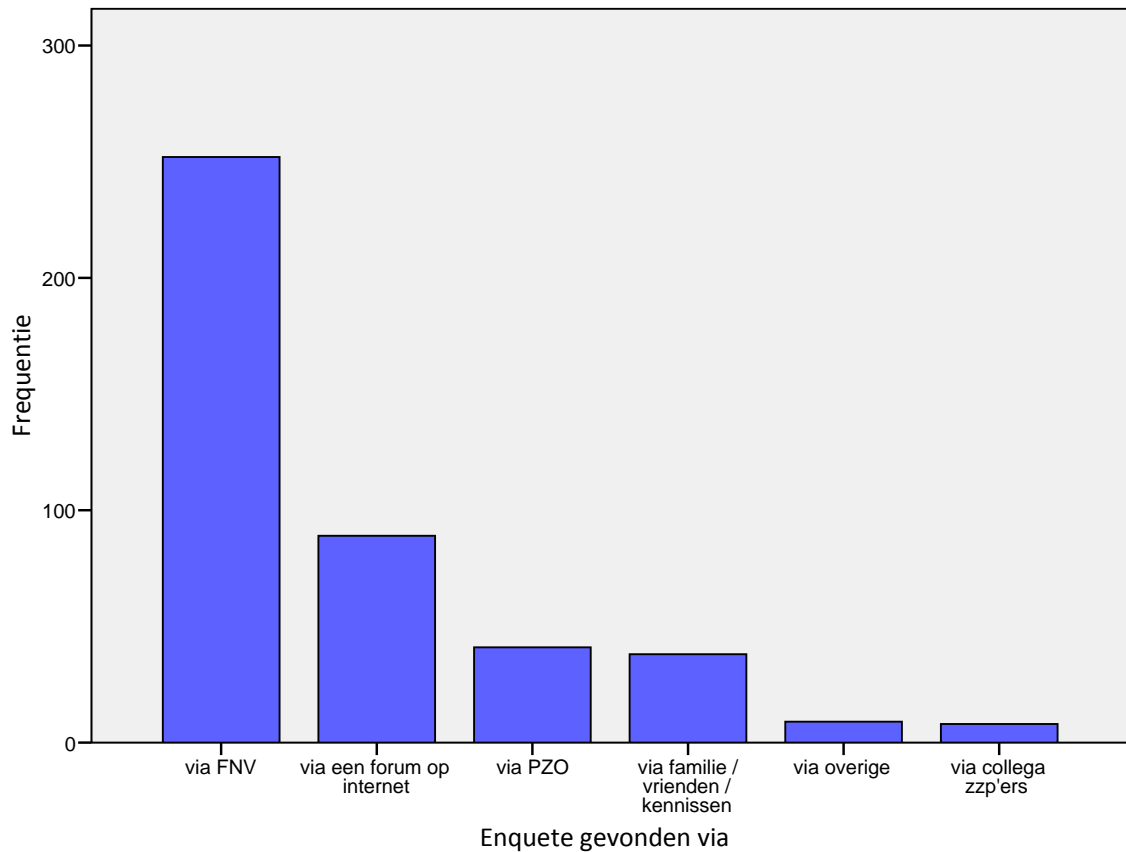
zzp'ers in de industrie		Mogelijke waarden: $0 \leq x \leq 60$	Mogelijke waarden: $0 \leq x \leq 60$	
Tijdsbesteding van de zzp'ers in gemiddeld aantal uren per week aan het onderhouden van hun zakelijk netwerk	Invulveld in uren per week	CVPKT Mogelijke waarden: $0 \leq x \leq 40$	CVPKT Mogelijke waarden: $0 \leq x \leq 40$ Verwachting kwadratisch verband CVPKT $2 = \text{CVPKT}$ $* \text{CVPKT}$	16
Sector van de onderneming	Antwoordcategorieën (1 keuzemogelijkheid): landbouw, bosbouw en visserij industrie bouw en installatie horeca vervoer en opslag handel en reparatie	CVAKS Mogelijke waarden: $x = 1, x = 2, x = 3, x = 4, x = 5, x = 6, x = 7, x = 8, x = 9, x = 10, x = 11, x = 12$ Wanneer bij anders: Opleiding, training,	SLAN SIND SBOU SHOR SVER SHAN SGEZ SICT	7

	<p>gezondheid- en welzijnszorg</p> <p>ICT dienstverlening</p> <p>financiële dienstverlening</p> <p>overige zakelijke dienstverlening</p> <p>overige dienstverlening (zoals kappers en schoonheidsspecialisten)</p> <p>anders, namelijk _____</p>	<p>coaching -> 13</p> <p>Uitgeverij, vertalen -> 14</p>	<p>SFIN</p> <p>SOVZ</p> <p>SOVE</p> <p>SOTC</p> <p>SUIV</p> <p>SAND</p> <p>Ref categorie</p> <p>SLAN</p> <p>Omcoderen</p> <p>Mogelijke waarden: x = 0 of x=1</p>	
Oprichtingsjaar onderneming	Invulveld in jaartallen	<p>CVAKO</p> <p>Mogelijke waarden: x≥1999</p>	<p>CVAKOJ = 2009 -</p> <p>CVAKO</p> <p>Mogelijke waarden: 0≤x≤11</p>	8
Enquête gevonden via...	<p>Antwoordcategorieën</p> <p>(1 keuzemogelijkheid):</p> <p>Via FNV</p> <p>Via pzo</p>	<p>BRON</p> <p>Mogelijke waarden: x = 1, x=2, x=3, x=4, x=5, x=6</p>	<p>Omcoderen</p> <p>CVBRF</p> <p>CVBRP</p> <p>CVBRI</p>	17

	<p>Via een forum op internet</p> <p>Via collega zzp'ers</p> <p>Via familie / vrienden / kennissen</p> <p>Anders namelijk...</p>	<p>Wanneer bij anders:</p> <p>Internet -> 3</p> <p>Namen -> 5</p> <p>FNV -> 1</p>	<p>CVBRC</p> <p>CVBRV</p> <p>CVBRA</p> <p>Mogelijke waarden: x = 0 of x=1</p> <p>Ref categorie</p> <p>CVBRA</p>	
--	---	--	---	--

BIJLAGE 5: TABELLEN EN FIGUREN

Figuur 12: Frequentie gebruikte verwijzingen naar enquête



Tabel 20: Gebruikte verwijzingen naar enquête

bron	frequentie	percentage
via FNV	252	57,7%
via een forum op internet	89	20,4%
via PZO	41	9,4%
via familie / vrienden / kennissen	38	8,7%
via anders, namelijk... (twitter, oude werkgever)	9	2,1%
via collega zzp'ers	8	1,8%
totaal	437	100,0%

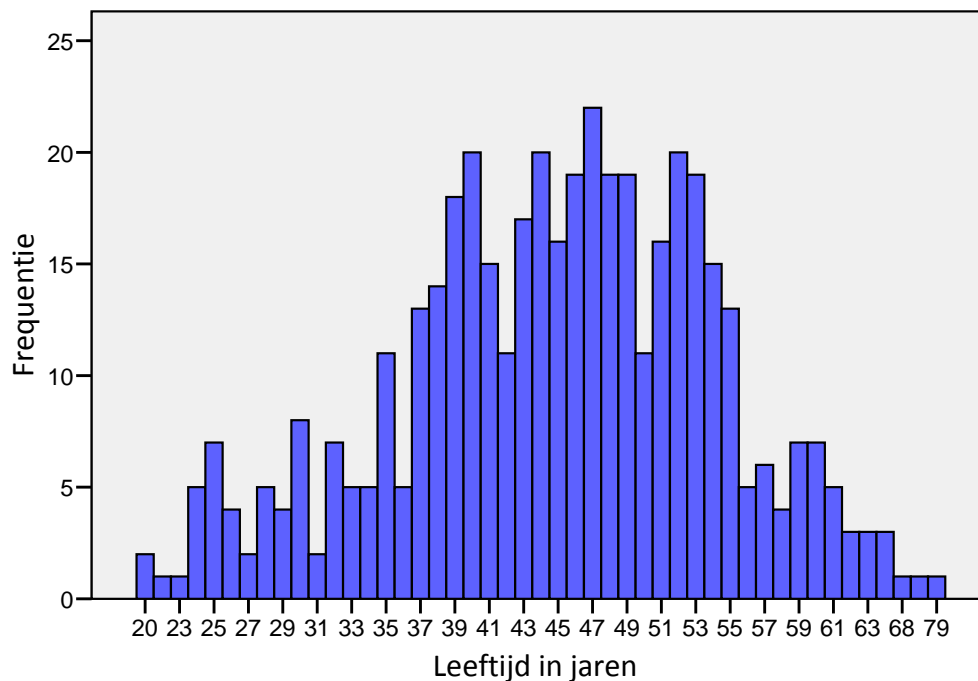
Tabel 21: Frequentie geslacht

	frequentie	percentage
vrouw	200	45,8%
man	237	54,2%
totaal	437	100,0%

Tabel 22: Leeftijd

minimum	20
maximum	79
modus	47
gemiddelde	44,9
standaarddeviatie	9,5
variantie	89,6

Figuur 13: Frequentie leeftijd



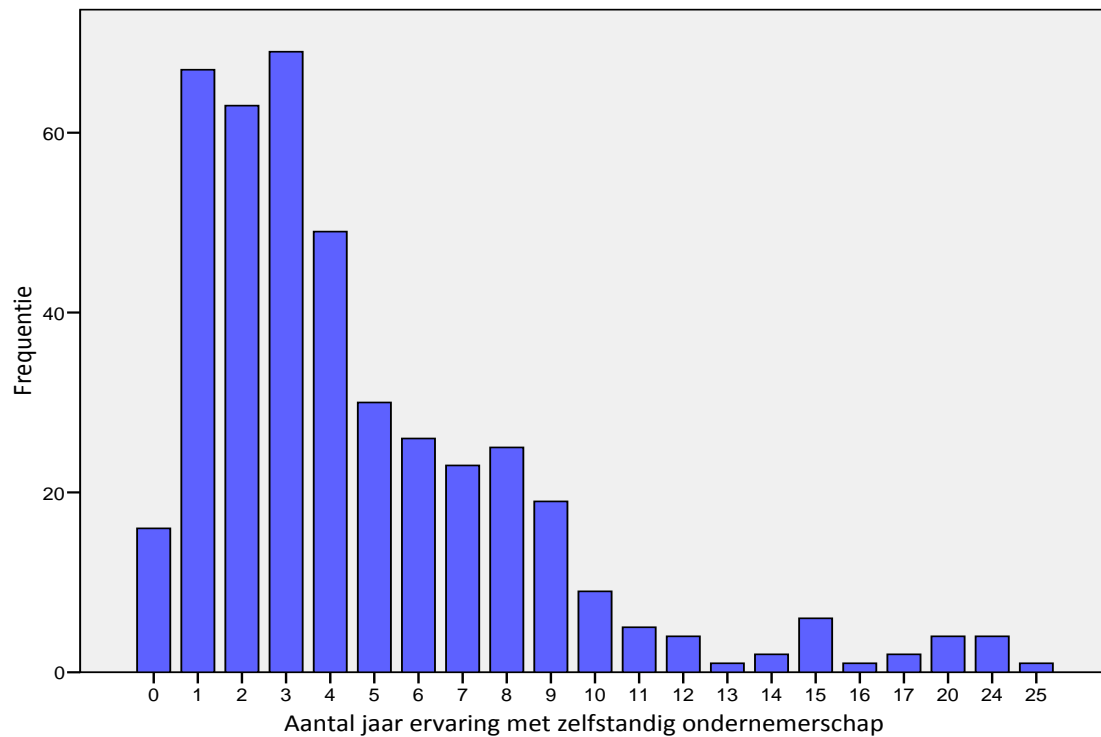
Tabel 23: Frequentie hoogst genoten afgeronde opleiding

	frequentie	percentage
anders, namelijk...(post hbo/hbo+)	6	1,4%
middelbaar onderwijs	30	6,9%
mbo	61	14,0%
hbo	169	38,7%
wo/phd	171	39,1%
totaal	437	100,0%

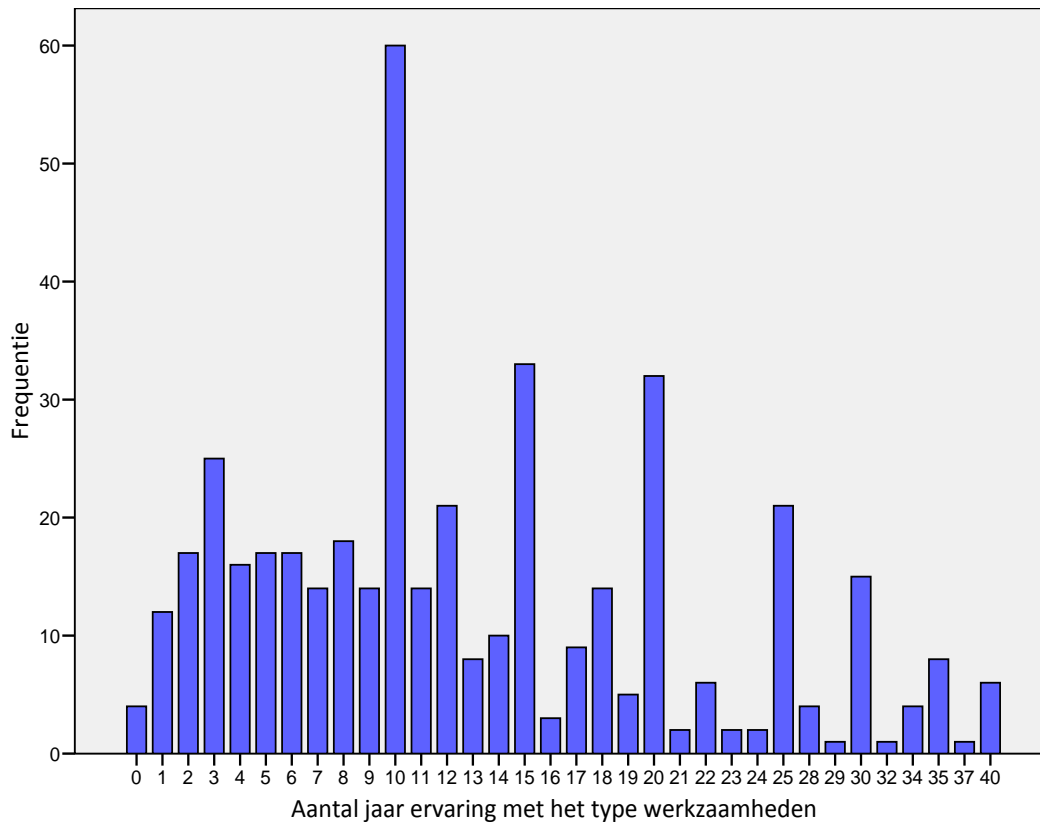
Tabel 24: Aantal jaar ervaring

	ervaring zelfstandig ondernemerschap in jaren	ervaring type werkzaamheden in jaren	ervaring in industrie in jaren
minimum	0	0	0
maximum	25	40	40
modus	3	10	0
gemiddelde	4,6	13,2	10,1
standaarddeviatie	4,2	9,0	9,7
variantie	17,6	80,3	94,1

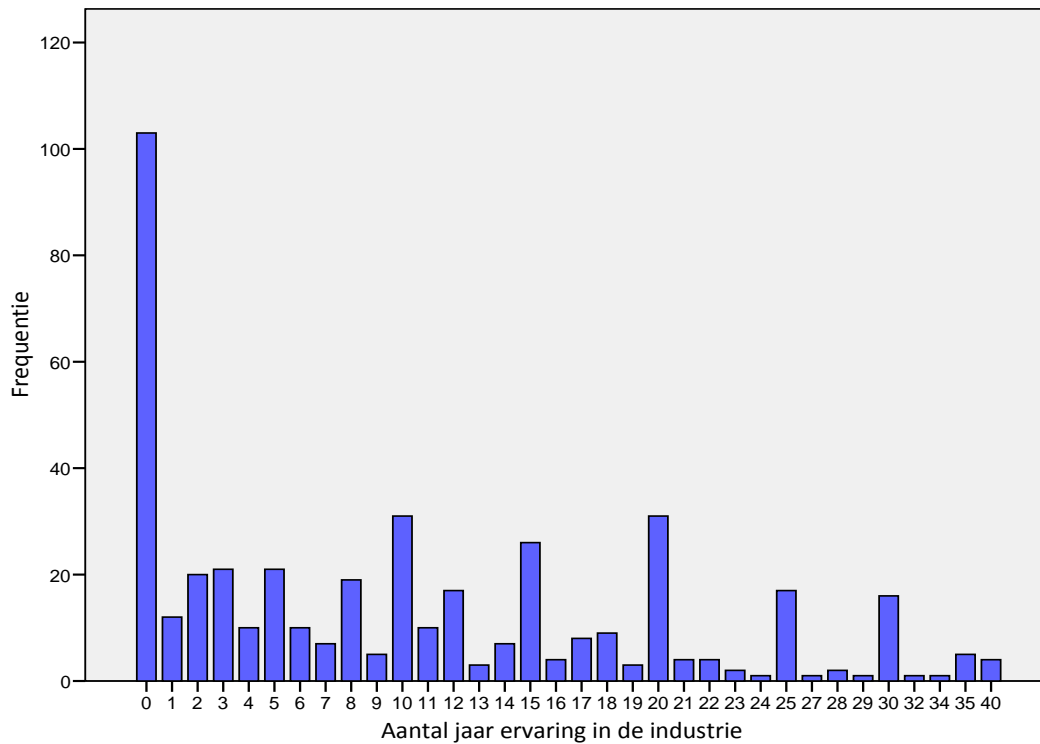
Figuur 14: Frequentie aantal jaar ervaring zelfstandig ondernemerschap



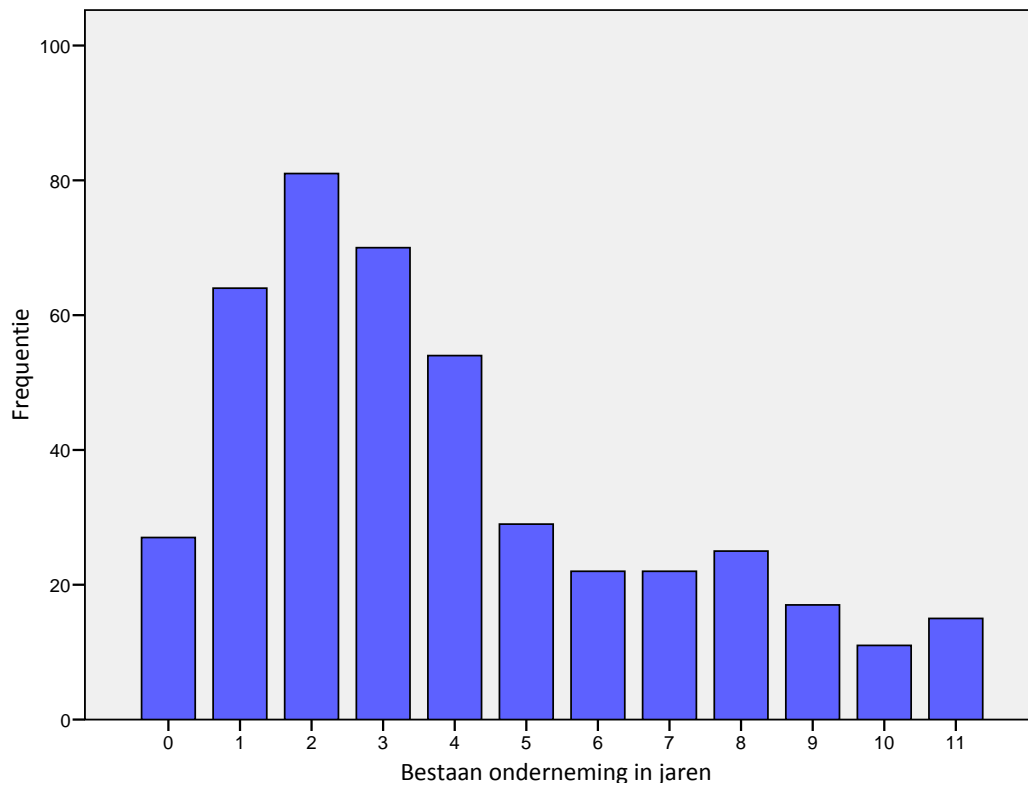
Figuur 15: Frequentie aantal jaar ervaring type werkzaamheden



Figuur 16: Frequentie aantal jaar ervaring in de industrie



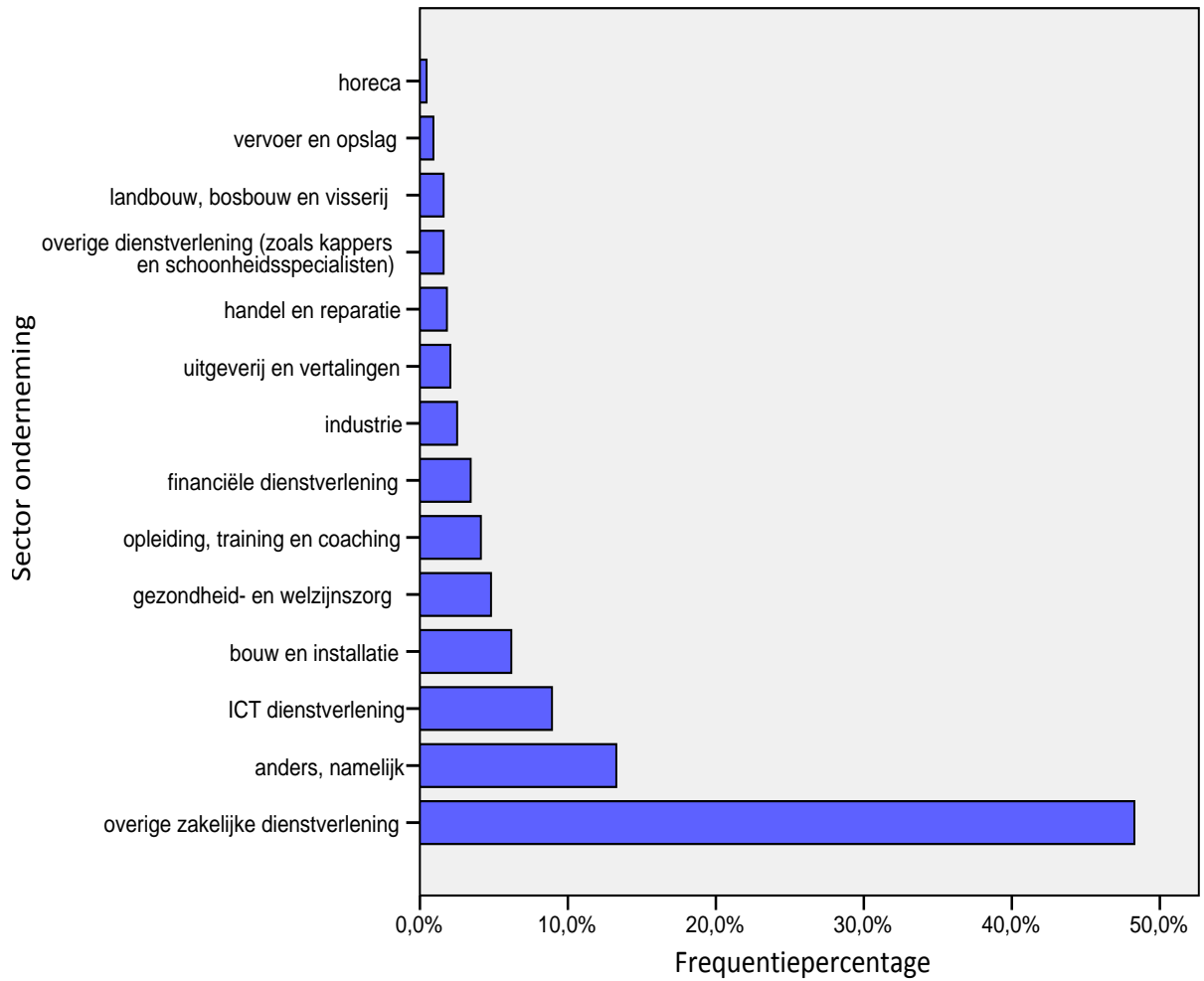
Figuur 17: Frequentie bestaan onderneming in jaren



Tabel 25: Bestaan onderneming in jaren

minimum	0
maximum	11
modus	2
gemiddelde	3,9
standaarddeviatie	2,9
variantie	8,4

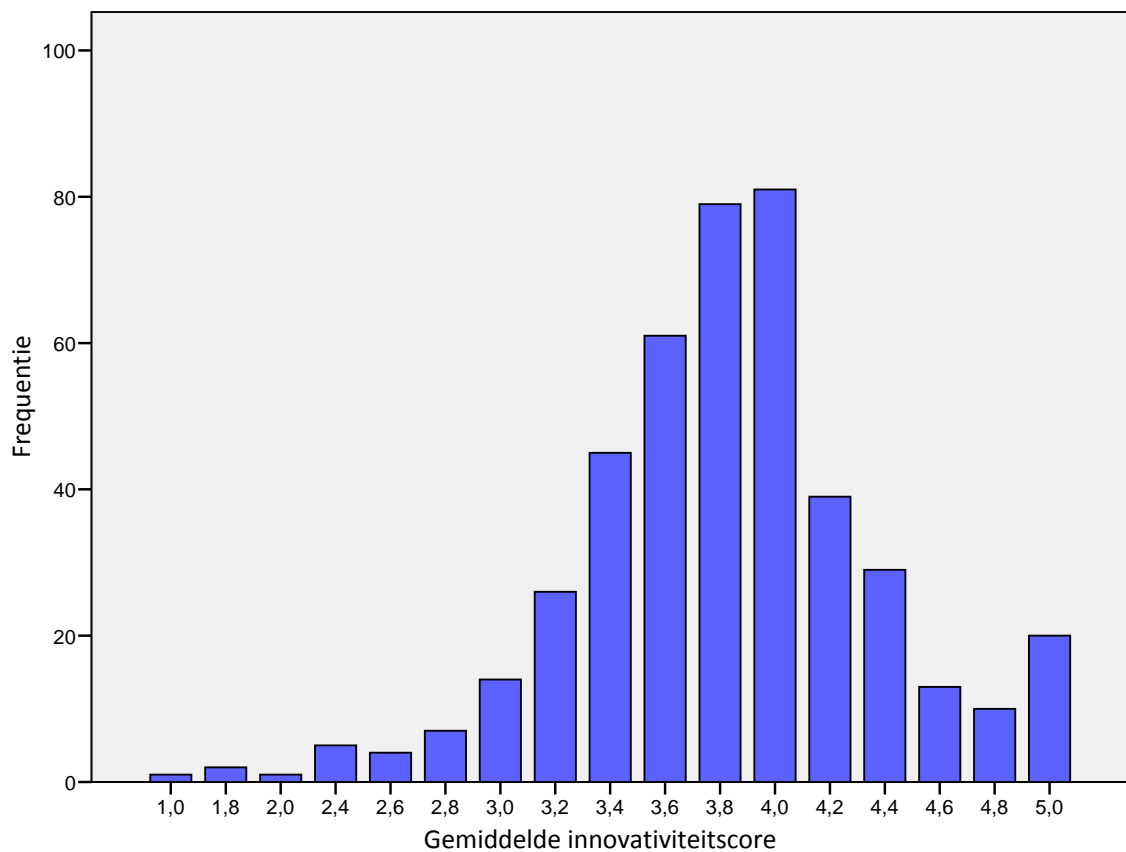
Figuur 18: Frequentiepercentages sector waarin zzp'er onderneming heeft



Tabel 26: Gemiddelde innovativiteitsscore zzp'ers

	gemiddelde innovativiteitsscore
minimum	1,0
maximum	5,0
modus	4,0
gemiddelde	3,8
standaarddeviatie	0,6
variantie	0,3

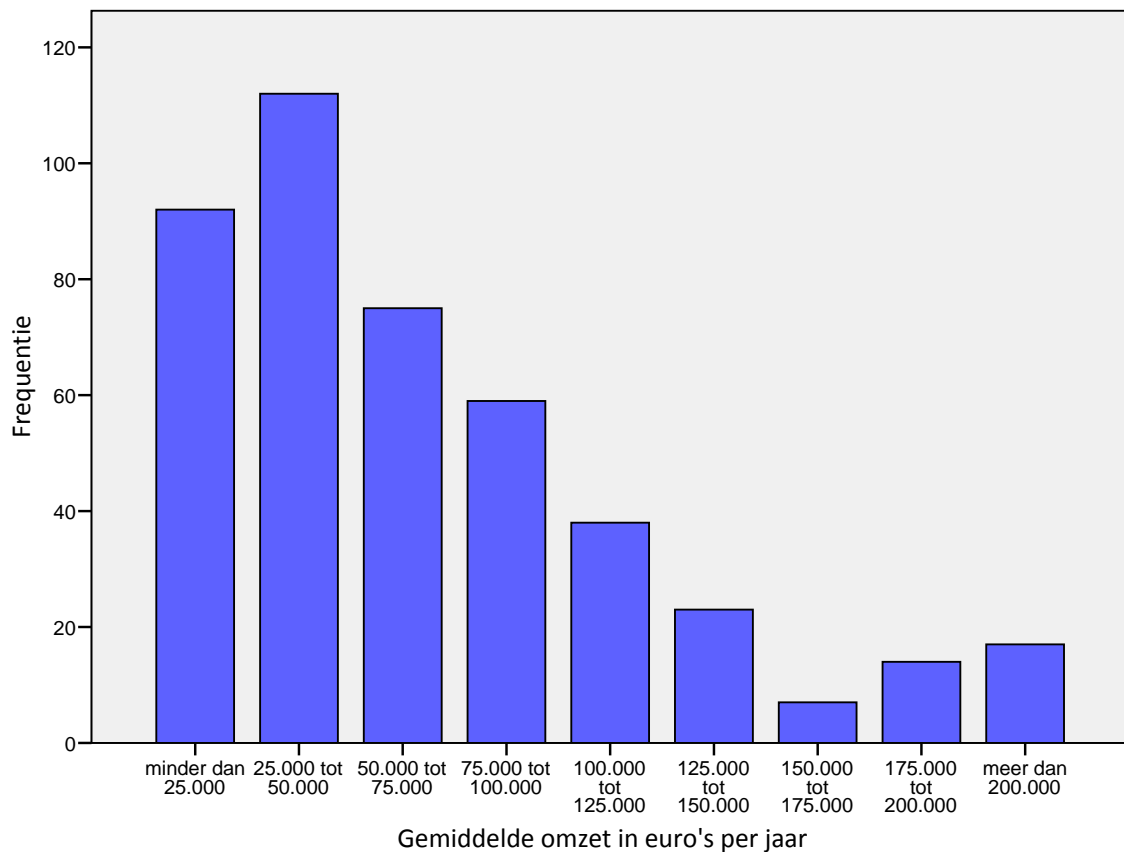
Figuur 19: Frequentie gemiddelde innovativiteitsscore zzp'ers



Tabel 27: Frequentie gemiddeld aantal opdrachtgevers en opdrachten per jaar

	frequentie opdrachtgevers	percentage opdrachtgevers	frequentie opdrachten	percentage opdrachten
minder dan 3	81	18,5%	72	16,5%
3 tot 6	166	38,0%	113	25,9%
6 tot 9	64	14,6%	62	14,2%
9 tot 12	32	7,3%	34	7,8%
12 tot 15	16	3,7%	22	5,0%
15 of meer	78	17,8%	134	30,7%
totaal	437	100,0%	437	100,0%

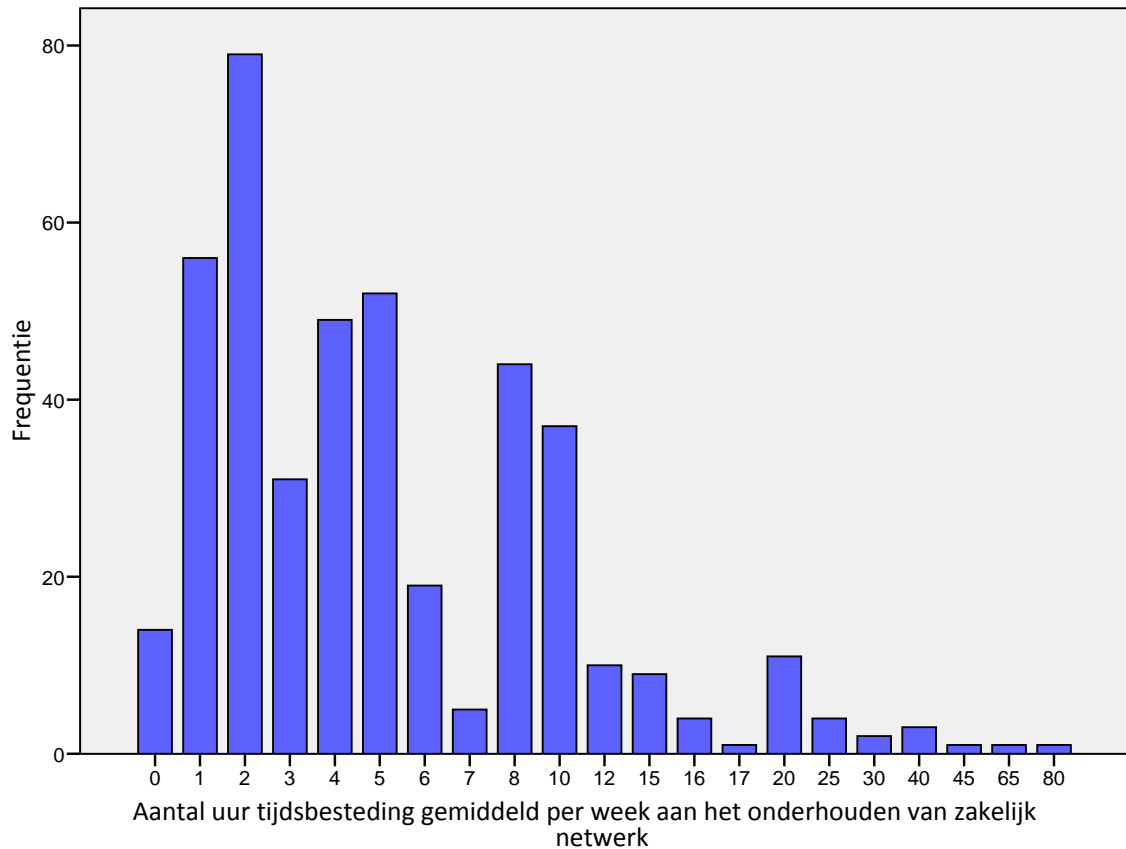
Figuur 20: Frequentie gemiddelde omzet in euro's per jaar



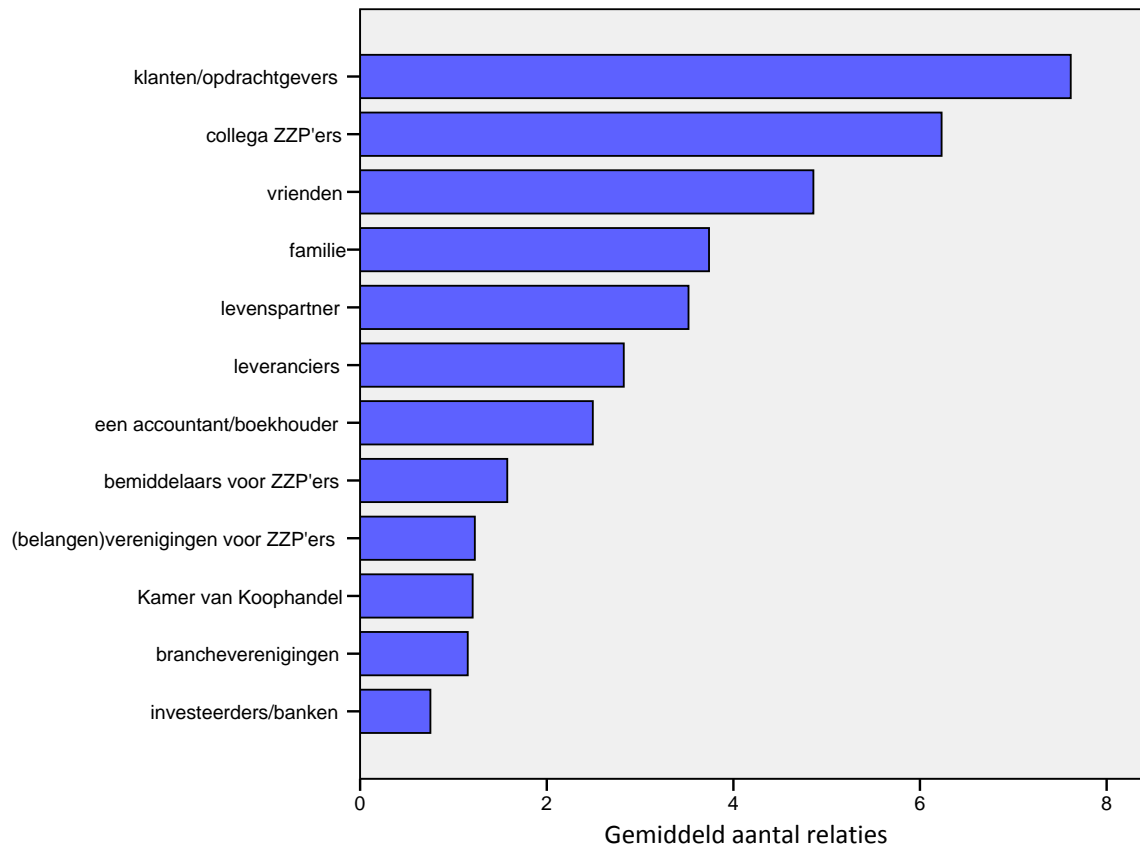
Tabel 28: Aantal uur tijdsbesteding gemiddeld per week aan het van zakelijk netwerk

minimum	0
maximum	80
modus	2
gemiddelde	6,1
standaarddeviatie	7,6
variantie	57,1

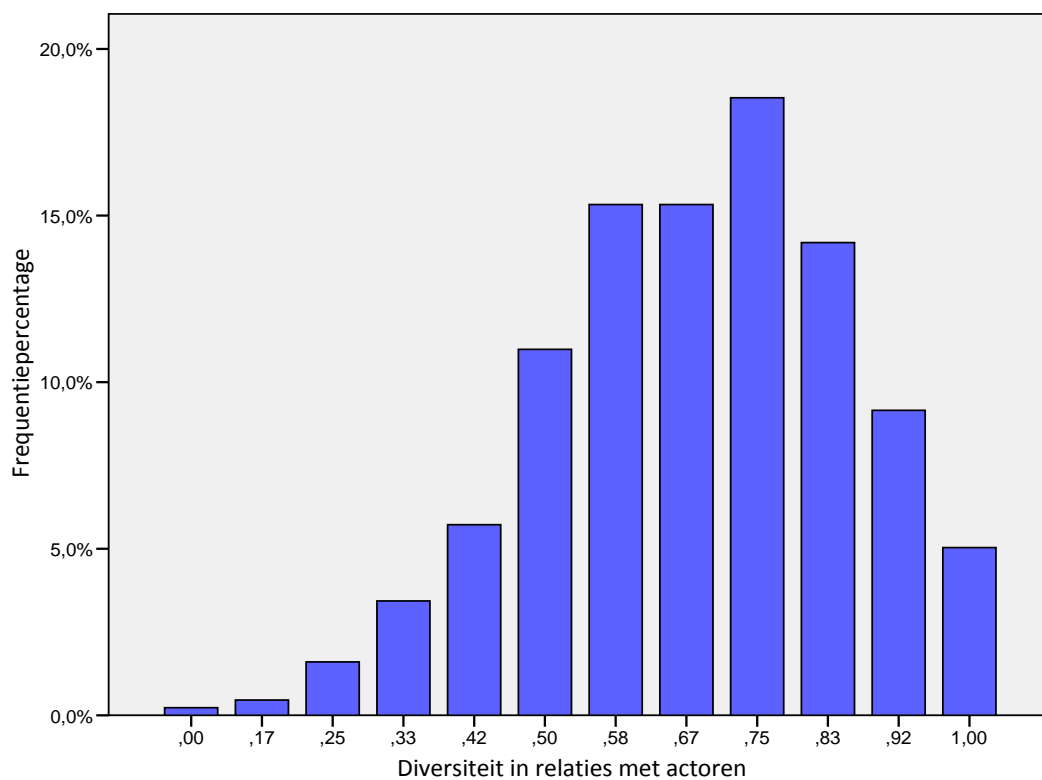
Figuur 21: Frequentie aantal uur tijdsbesteding gemiddeld per week aan het zakelijk netwerk



Figuur 22: Frequentie gemiddeld aantal relaties per type actor in zakelijk netwerk zzp'er



Figuur 23: Frequentiepercentage heterogeniteit in relaties met typen actoren



Tabel 29: Frequentiepercentages aantal relaties met typen actoren in zakelijk netwerk zzp'er

	collega zzp'ers	klanten/opdrachtgevers	vrienden	levenspartner	familie	brancheverenigingen	(belangen)verenigingen voor zzp'ers	leveranciers	bemiddelaars voor zzp'ers	Kamer van Koophandel	accountants/boekhouders	investeers/banken
0	6,9	0,9	11,4	37,7	30,2	52,6	49,2	33,2	60,2	42,6	11,9	60,9
1	5,3	1,8	8,5	47,2	11,9	22,4	25,4	10,3	10,3	33,6	38,7	23,3
2	6,4	3,2	15,1	3,9	10,3	10,3	10,3	15,1	6,2	11,0	16,0	9,4
3	9,6	5,0	10,3	0,5	6,4	6,4	5,9	8,5	6,9	4,6	9,2	1,1
4	7,1	8,2	7,1	1,1	4,8	2,5	2,1	7,3	2,5	2,3	6,2	1,1
5	11,0	8,7	11,0	1,8	6,6	1,1	1,6	8,5	4,8	2,1	6,9	2,5
6	5,9	7,3	3,9	1,1	3,7	1,4	1,6	4,8	1,6	0,9	2,3	0,5
7	3,7	3,7	3,9	1,6	2,1	0,5	1,6	1,1	0,9	0,5	2,3	0,2
8	3,9	8,0	2,3	1,4	2,7	0,7	0,5	1,6	0,9	0,9	1,8	0,5
9	2,3	2,7	1,4	1,1	1,4	0,2	0,0	0,7	0,2	0,2	0,2	0,0
≥10	38,0	50,3	25,2	2,5	19,9	1,8	1,8	8,9	5,5	1,4	4,6	0,5

Aantallen in %

Tabel 30: Frequenties typen actoren en resources

		informatie over de markt, klanten en concurrentie	emotionele ondersteuning	informatie over ondernemerschap en organiseren	toegang tot nieuwe klanten	toegang tot nieuwe opdrachten	informatie over ontwikkelingen technologie, etc.	legitimiteit en een goede reputatie	hulp bij de org. van locatie, materieel etc.	vertrouwen bij financiële instellingen	Totaal
1	collega zzp'ers	301	137	199	218	216	218	165	94	13	1561
2	klanten/opdrachtgevers	218	28	45	193	235	129	189	41	11	1089
3	vrienden	143	256	102	148	132	79	115	60	7	1042
4	levenspartner	85	291	73	51	47	50	67	68	8	740
5	familie	76	201	42	59	46	23	59	36	10	552
6	brancheverenigingen	115	9	101	44	37	112	39	26	11	494
7	(belangen)verenigingen voor zzp'ers	124	12	127	25	22	71	26	10	8	425
8	leveranciers	70	12	21	41	37	102	43	69	6	401
9	bemiddelaars voor zzp'ers	93	9	26	94	97	24	42	4	3	392
10	Kamer van Koophandel	80	3	131	15	11	33	29	13	10	325
11	een accountant/boekhouder	38	10	94	17	13	16	29	24	66	307
12	investeerdere/banken	9	1	5	7	6	4	7	4	20	63

Tabel 31: Frequentiepercentages typen actoren en resources

		informatie over de markt, klanten en concurrentie	emotionele ondersteuning	informatie over ondernemerschap en organiseren	toegang tot nieuwe klanten	toegang tot nieuwe opdrachten	informatie over ontwikkelingen technologie, etc.	legitimitieit en een goede reputatie	hulp bij de org. van locatie, materieel etc.	vertrouwen bij financiële instellingen
1	collega zzp'ers	68,9%	31,4%	45,5%	49,9%	49,4%	49,9%	37,8%	21,5%	3,0%
2	klanten/opdrachtgevers	49,9%	6,4%	10,3%	44,2%	53,8%	29,5%	43,2%	9,4%	2,5%
3	vrienden	32,7%	58,6%	23,3%	33,9%	30,2%	18,1%	26,3%	13,7%	1,6%
4	levenspartner	19,5%	66,6%	16,7%	11,7%	10,8%	11,4%	15,3%	15,6%	1,8%
5	familie	17,4%	46,0%	10,8%	13,5%	10,5%	5,3%	13,5%	8,2%	2,3%
6	brancheverenigingen	26,3%	2,1%	23,1%	10,1%	8,5%	25,6%	8,9%	5,9%	2,5%
7	(belangen)verenigingen voor zzp'ers	28,4%	2,7%	23,1%	5,7%	5,0%	16,2%	5,9%	2,3%	1,8%
8	leveranciers	16,0%	2,7%	4,8%	9,4%	8,5%	23,3%	9,8%	15,8%	1,4%
9	bemiddelaars voor zzp'ers	21,3%	2,1%	5,9%	21,5%	22,2%	5,5%	9,6%	0,9%	0,7%
10	Kamer van Koophandel	18,3%	0,7%	30,0%	3,4%	2,5%	7,6%	6,6%	3,0%	2,3%
11	een accountant/boekhouder	8,7%	2,3%	21,5%	3,9%	3,0%	3,7%	6,6%	5,5%	15,1%
12	investeerders/banken	2,1%	0,2%	1,1%	1,6%	1,4%	0,9%	1,6%	0,9%	4,6%

Tabel 32: Frequenties typen actoren en negatieve relaties in aantallen en percentages

		Freeriders		Zwarte gaten		Rotte appels		Blokkeerders		Totaal
		<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	<i>N</i>
1	collega zzp'ers	109	24,9	36	8,2	18	4,1	41	9,4	204
2	familie	40	9,2	73	16,7	21	4,8	18	4,1	142
3	bemiddelaars voor zzp'ers	60	13,7	28	6,4	24	5,5	17	3,9	129
4	vrienden	27	6,2	21	4,8	14	3,2	7	1,6	69
5	klanten/opdrachtgevers	13	3,0	25	5,7	20	4,6	2	0,5	60
6	investeerders/banken	23	5,3	23	5,3	4	0,9	4	0,9	54
7	Kamer van Koophandel	28	6,4	9	2,1	1	0,2	3	0,7	41
8	(belangen)verenigingen voor zzp'ers	13	3,0	6	1,4	2	0,5	3	0,7	33
9	brancheverenigingen	13	3,0	8	1,8	4	0,9	4	0,9	29
10	een accountant/boekhouder	7	1,6	9	2,1	2	0,5	2	0,5	20
11	leveranciers	7	1,6	6	1,4	1	0,2	1	0,2	15
12	levenspartner	1	0,2	3	0,7	11	2,5	0	0,0	15
Totaal		341		247		122		102		812

Tabel 33: Correlaties tussen de variabelen

		Correlatie is significant op het 0.01 level (2-tailed).							Correlatie is significant op het 0.05 level (2-tailed).								
	Heterogeniteit in resources	Totaal aantal actoren	Heterogeniteit in relaties met actoren	Aanwezigheid feeriders	Aanwezigheid zwarte gaten	Aanwezigheid rotte appels	Aanwezigheid blokkeerders	Gem. aantal opdrachtgevers	Gem. aantal opdrachten per jaar	Gem. jaaromzet	Gem. innovatieitscore	Geslacht	Leeftijd	Ervaring ondernemerschap	Ervaring type werkzaamheden	Ervaring industrie	Gem. tijdsbesteding zakelijk netwerk
Totaal aantal actoren	0,357																
Heterogeniteit in relaties met actoren	0,419	0,616															
Aanwezigheid feeriders	0,208	0,207	0,199														
Aanwezigheid zwarte gaten	0,211	0,196	0,188	0,457													
Aanwezigheid rotte appels	0,174	0,106	0,079	0,488	0,410												
Aanwezigheid blokkeerders	0,189	0,057	0,150	0,360	0,394	0,348											
Gem. aantal opdrachtgevers	0,029	0,181	0,099	0,023	0,114	-0,014	0,005										

Gem. aantal opdrachten	0,024	0,174	0,091	-0,003	0,074	-0,005	0,023	0,695									
Gem. jaaronzet	0,094	0,097	0,062	0,067	0,064	-0,032	-0,088	0,053	0,004								
Gem. innovativiteitscore	0,129	0,192	0,215	0,151	0,077	0,055	0,116	0,065	0,035	0,175							
Geslacht	0,016	-0,013	0,022	-0,017	-0,067	-0,029	0,001	-0,089	-0,057	-0,288	0,013						
Leeftijd	-0,029	-0,045	-0,070	-0,015	-0,053	-0,021	-0,038	-0,071	-0,053	0,056	0,043	-0,088					
Aantal jaar ervaring ondernemerschap	-0,071	-0,012	-0,056	0,012	0,014	0,053	-0,065	0,128	0,192	0,113	0,026	-0,090	0,370				
Aantal jaar ervaring type werkzaamheden	-0,023	-0,061	-0,068	-0,003	0,011	0,031	0,009	-0,042	-0,033	,104	0,023	-0,166	0,489	0,263			
Aantal jaar ervaring industrie	-0,051	-0,017	-0,042	0,019	0,017	0,030	-0,050	-0,043	-0,024	0,237	0,050	-0,173	0,240	0,143	0,277		
Gem. tijdsbesteding zakelijk netwerk	0,164	0,291	0,210	0,103	0,166	0,101	0,097	0,106	0,079	0,057	0,145	-0,074	0,055	0,021	0,002	-0,052	
Bestaan onderneming in jaren	-0,043	0,014	-0,036	0,088	0,015	0,087	-0,052	0,144	0,204	0,185	0,059	-0,098	0,332	0,721	0,259	0,161	0,044

Tabel 34: Regressietabel AV = AVOD

Afhankelijke variabele: het gemiddeld aantal verschillende opdrachten per jaar (ongeacht het aantal opdrachtgevers)		
	Ongest. Beta	Sign.
Constante	2,160	
Heterogeniteit in typen actoren in netwerk	-,023	,963
Heterogeniteit in resources via netwerk	-,127	,711
Aanwezigheid zwarte gaten	-,250	,754
Totaal aantal actoren in netwerk	,023	,132
Kwadratische term totaal aantal actoren in netwerk	,000	,263
Gemiddeld aantal opdrachtgevers per jaar	** ,728	** ,000
Gemiddelde jaaromzet	-,056	,119
Gemiddelde innovativiteitsscore	-,021	,871
Geslacht (man = 0)	-,055	,722
Leeftijd in jaren	-,060	,241
Kwadratische term leeftijd	,001	,363
Bestaan onderneming in jaren	,030	,390
Aantal jaar ervaring met zelfstandig ondernemerschap	** ,053	** ,032
Aantal jaar ervaring met het type werkzaamheden	-,004	,670
Aantal jaar ervaring in de industrie	,005	,536
Tijdsbesteding zakelijk netwerk	-,022	,265
Kwadratische term tijdsbesteding zakelijk netwerk	,000	,207
Dummy opleiding = mbo	,222	,494
Dummy opleiding = hbo	,121	,684
Dummy opleiding = wo en hoger	,085	,779

Dummy opleiding = anders	**1,483	** ,020
Dummy sector = industrie	,492	,472
Dummy sector = bouw	,681	,255
Dummy sector = horeca	-,059	,958
Dummy sector = vervoer	,375	,671
Dummy sector = handel	,514	,484
Dummy sector = gezondheid	,487	,435
Dummy sector = ict	,355	,546
Dummy sector = financiën	-,336	,608
Dummy sector = overige zakelijke diensten	,663	,234
Dummy sector = overige diensten	-,877	,247
Dummy sector = anders	,394	,489
Dummy sector = opleiding, training, coaching	*1,197	*,063
Dummy sector = uitgever, vertalen	*1,257	*,082
Dummy bron = fnv	-,101	,837
Dummy bron = pzo	-,476	,356
Dummy bron = internetplatforms	-,512	,309
Dummy bron = collega zzp'ers	-,088	,898
Dummy bron = vrienden, familie, kennissen	-,247	,651
R2	,743	
Referentiecategorieën: Opleiding = middelbaar onderwijs; Sector = landbouw; Bron = anders		
N=437 ** p<0.05 * p<0.1		

Tabel 35: Regressietabel AV = AVOV

Afhankelijke variabele: het gemiddeld aantal opdrachtgevers per jaar		
	Ongest. Beta	Sign.
Constante	,085	
Heterogeniteit in typen actoren in netwerk	-,098	,829
Heterogeniteit in resources via netwerk	-,036	,909
Aanwezigheid rotte appels	-,046	,725
Aanwezigheid blokkeerders	,040	,753
Totaal aantal actoren in netwerk	,004	,774
Kwadratische term totaal aantal actoren in netwerk	,000	,948
Gemiddeld aantal opdrachten per jaar	** ,601	** ,000
Gemiddelde jaaromzet	* ,059	* ,070
Gemiddelde innovativiteitsscore	,080	,490
Geslacht (man = 0)	-,053	,703
Leeftijd in jaren	-,018	,701
Kwadratische term leeftijd	,000	,739
Bestaan onderneming in jaren	,037	,244
Aantal jaar ervaring met zelfstandig ondernemerschap	-,020	,364
Aantal jaar ervaring met het type werkzaamheden	-,001	,877
Aantal jaar ervaring in de industrie	-,008	,268
Tijdsbesteding zakelijk netwerk	,026	,141
Kwadratische term tijdsbesteding zakelijk netwerk	,000	,154
Dummy opleiding = mbo	,041	,889
Dummy opleiding = hbo	-,050	,852
Dummy opleiding = wo en hoger	-,277	,314

Dummy opleiding = anders	**,-1,198	**,039
Dummy sector = industrie	-,511	,411
Dummy sector = bouw	-,370	,496
Dummy sector = horeca	,307	,767
Dummy sector = vervoer	-,370	,645
Dummy sector = handel	,866	,194
Dummy sector = gezondheid	-,056	,922
Dummy sector = ict	-,268	,616
Dummy sector = financiën	,551	,354
Dummy sector = overige zakelijke diensten	-,333	,511
Dummy sector = overige diensten	,519	,452
Dummy sector = anders	,001	,998
Dummy sector = opleiding, training, coaching	-,459	,434
Dummy sector = uitgever, vertalen	-,097	,883
Dummy bron = fnv	*,869	*,051
Dummy bron = pzo	**,954	**,041
Dummy bron = internetplatforms	**,949	**,037
Dummy bron = collega zzp'ers	,482	,441
Dummy bron = vrienden, familie, kennissen	*,903	*,068
R2	,732	
Referentiecategorieën: Opleiding = middelbaar onderwijs; Sector = landbouw; Bron = anders		
N=437 ** p<0.05 * p<0.1		

Tabel 36: Regressietabel AV = AVING

Afhankelijke variabele: de gemiddelde innovativiteitsscore		
	Ongest. Beta	Sign.
Constante	2,667	
Heterogeniteit in typen actoren in netwerk	** ,390	** ,049
Heterogeniteit in resources via netwerk	* ,047	* ,079
Aanwezigheid feeriders	,037	,159
Aanwezigheid blokkeerders	,048	,275
Totaal aantal actoren in netwerk	* ,011	* ,086
Kwadratische term totaal aantal actoren in netwerk	* ,000	* ,089
Gemiddeld aantal opdrachtgevers per jaar	,015	,490
Gemiddelde jaaronzet	** ,038	** ,008
Gemiddeld aantal opdrachten per jaar	-,003	,871
Geslacht (man = 0)	,049	,418
Leeftijd in jaren	,011	,584
Kwadratische term leeftijd	,000	,612
Bestaan onderneming in jaren	,007	,626
Aantal jaar ervaring met zelfstandig ondernemerschap	-,002	,841
Aantal jaar ervaring met het type werkzaamheden	,003	,469
Aantal jaar ervaring in de industrie	,001	,646
Tijdsbesteding zakelijk netwerk	* ,014	* ,063
Kwadratische term tijdsbesteding zakelijk netwerk	,000	,256
Dummy opleiding = mbo	-,012	,928
Dummy opleiding = hbo	,022	,849
Dummy opleiding = wo en hoger	-,021	,859

Dummy opleiding = anders	,149	,557
Dummy sector = industrie	*,481	*,076
Dummy sector = bouw	-,193	,416
Dummy sector = horeca	-,426	,345
Dummy sector = vervoer	-,048	,890
Dummy sector = handel	,030	,919
Dummy sector = gezondheid	,366	,139
Dummy sector = ict	,165	,478
Dummy sector = financiën	,044	,864
Dummy sector = overige zakelijke diensten	,116	,600
Dummy sector = overige diensten	,202	,503
Dummy sector = anders	,151	,504
Dummy sector = opleiding, training, coaching	,153	,549
Dummy sector = uitgever, vertalen	-,221	,441
Dummy bron = fnv	-,017	,929
Dummy bron = pzo	-,031	,880
Dummy bron = internetplatforms	,018	,929
Dummy bron = collega zzp'ers	,082	,763
Dummy bron = vrienden, familie, kennissen	-,011	,961
R2	,409	
Referentiecategorieën: Opleiding = middelbaar onderwijs; Sector = landbouw; Bron = anders		
N=437 ** p<0.05 * p<0.1		

Tabel 37: Regressietabel AV = AVOM

Afhankelijke variabele: de gemiddelde omzet in euro's per jaar		
	Ongest. Beta	Sign.
Constante	-4,687	
Heterogeniteit in typen actoren in netwerk	-,615	,381
Heterogeniteit in resources via netwerk	**1,003	** ,036
Aanwezigheid zwarte gaten	,071	,542
Aanwezigheid blokkeerders	**-,352	** ,027
Totaal aantal actoren in netwerk	,026	,225
Kwadratische term totaal aantal actoren in netwerk	,000	,308
Gemiddeld aantal opdrachtgevers per jaar	*,140	*,070
Gemiddeld aantal opdrachten per jaar	-,110	,119
Gemiddelde innovativiteitsscore	** ,472	** ,008
Geslacht (man = 0)	**-,1,242	** ,000
Leeftijd in jaren	** ,185	** ,010
Kwadratische term leeftijd	**-,002	** ,005
Bestaan onderneming in jaren	*,090	*,068
Aantal jaar ervaring met zelfstandig ondernemerschap	,007	,844
Aantal jaar ervaring met het type werkzaamheden	,006	,659
Aantal jaar ervaring in de industrie	** ,038	** ,000
Tijdsbesteding zakelijk netwerk	-,033	,223
Kwadratische term tijdsbesteding zakelijk netwerk	*,001	*,059
Dummy opleiding = mbo	,388	,393
Dummy opleiding = hbo	*,787	*,058
Dummy opleiding = wo en hoger	** ,931	** ,028

Dummy opleiding = anders	**1,917	** ,032
Dummy sector = industrie	,379	,693
Dummy sector = bouw	1,032	,218
Dummy sector = horeca	,060	,970
Dummy sector = vervoer	1,961	,112
Dummy sector = handel	,150	,884
Dummy sector = gezondheid	,888	,310
Dummy sector = ict	*1,367	*,096
Dummy sector = financiën	1,333	,146
Dummy sector = overige zakelijke diensten	*1,368	*,080
Dummy sector = overige diensten	-,105	,922
Dummy sector = anders	,918	,250
Dummy sector = opleiding, training, coaching	,581	,521
Dummy sector = uitgever, vertalen	-,156	,878
Dummy bron = fnv	-,504	,463
Dummy bron = pzo	-,178	,806
Dummy bron = internetplatforms	-,531	,452
Dummy bron = collega zzp'ers	,141	,884
Dummy bron = vrienden, familie, kennissen	,411	,591
R2	,519	
Referentiecategorieën: Opleiding = middelbaar onderwijs; Sector = landbouw; Bron = anders		
N=437 ** p<0.05 * p<0.1		

Tabel 38: Geslachtsverdeling zzp'ers per sector

Sector	N	% mannen
gezondheids- en welzijnzorg	21	28,6
uitgeverij en vertalingen	9	33,3
overige zakelijke dienstverlening	211	40,8
overige dienstverlening	7	42,9
opleiding, training en coaching	18	55,6
landbouw, bosbouw en visserij	7	57,1
financiële dienstverlening	15	60,0
anders	58	65,5
ict dienstverlening	39	74,4
vervoer en opslag	4	75,0
handel en reparatie	8	87,5
industrie	11	90,9
horeca	2	100,0
bouw en installatie	27	100,0

Tabel 39: Leeftijd zzp'ers per sector

Sector	N	Min	Max	Gem.
horeca	2	50	64	57
vervoer en opslag	4	47	55	52
industrie	11	30	60	50
gezondheids- en welzijnzorg	21	30	64	47
opleiding, training en coaching	18	30	59	47
financiële dienstverlening	15	30	58	45
overige zakelijke dienstverlening	211	20	79	45

anders	58	24	64	45
bouw en installatie	27	26	74	44
handel en reparatie	8	25	61	44
uitgeverij en vertalingen	9	28	56	44
overige dienstverlening	7	20	51	43
ict dienstverlening	39	24	61	41
landbouw, bosbouw en visserij	7	22	46	37

Tabel 40: Hoogstgenoten (of afgeronde) opleiding zzp'ers per sector

Sector	N	Min	Max	Gem.
uitgeverij en vertalingen	9	3	4	3,78
overige zakelijke dienstverlening	211	1	5	3,39
opleiding, training en coaching	18	2	5	3,39
gezondheids- en welzijnzorg	21	1	5	3,29
financiële dienstverlening	15	2	4	3,07
ict dienstverlening	39	1	4	3,05
anders	58	1	5	2,97
overige dienstverlening	7	2	4	2,86
vervoer en opslag	4	2	4	2,75
industrie	11	1	4	2,55
horeca	2	2	3	2,50
landbouw, bosbouw en visserij	7	1	4	2,43
bouw en installatie	27	1	4	2,22
handel en reparatie	8	1	3	2,00

NB: 1= middelbaar onderwijs; 2= mbo; 3=hbo; 4=wo, 5=anders (hbo+, phd).

Tabel 41: Aantal jaar ervaring zzp'ers met zelfstandig ondernemerschap per sector

Sector	N	Min	Max	Gem.
horeca	2	7	9	8,00
handel en reparatie	8	1	24	7,63
uitgeverij en vertalingen	9	0	20	7,44
landbouw, bosbouw en visserij	7	1	15	6,43
industrie	11	1	17	6,26
financiële dienstverlening	15	1	25	5,43
anders	58	0	24	5,07
vervoer en opslag	4	1	9	4,75
overige zakelijke dienstverlening	211	0	24	4,66
bouw en installatie	27	1	10	3,80
ict dienstverlening	39	1	15	3,64
opleiding, training en coaching	18	0	10	3,64
gezondheids- en welzijnzorg	21	0	10	3,10
overige dienstverlening	7	0	5	2,43

NB: bestaan onderneming max. 11 jaar.

Tabel 42: Aantal jaar ervaring zzp'ers met het type werkzaamheden per sector

Sector	N	Min	Max	Gem.
horeca	2	9	32	20,50
bouw en installatie	27	1	40	19,85
landbouw, bosbouw en visserij	7	5	25	16,29
industrie	11	8	30	16,27
gezondheids- en welzijnzorg	21	2	35	14,76
financiële dienstverlening	15	2	30	14,63
anders	58	0	40	13,07

overige zakelijke dienstverlening	211	0	40	13,01
vervoer en opslag	4	1	30	13,00
ict dienstverlening	39	2	25	10,92
opleiding, training en coaching	18	0	35	10,61
uitgeverij en vertalingen	9	1	20	10,11
handel en reparatie	8	3	25	8,25
overige dienstverlening	7	0	28	7,71

NB: bestaan onderneming max. 11 jaar.

Tabel 43: Aantal jaar ervaring zzp'ers in de industrie per sector

Sector	N	Min	Max	Gem.
vervoer en opslag	4	1	30	21,50
horeca	2	9	32	20,50
industrie	11	10	35	19,55
handel en reparatie	8	1	25	13,25
bouw en installatie	27	0	34	12,07
ict dienstverlening	39	0	35	11,33
landbouw, bosbouw en visserij	7	0	25	11,14
financiële dienstverlening	15	0	35	10,67
overige zakelijke dienstverlening	211	0	40	10,28
uitgeverij en vertalingen	9	0	20	9,22
anders	58	0	40	8,03
gezondheids- en welzijnzorg	21	0	25	6,76
overige dienstverlening	7	0	13	4,43
opleiding, training en coaching	18	0	30	4,11

NB: bestaan onderneming max. 11 jaar.

Tabel 44: Gemiddeld aantal opdrachtgevers per jaar zzp'ers per sector

Sector	N	Min	Max	Gem.
handel en reparatie	8	1	6	5,13
horeca	2	2	6	4,00
uitgeverij en vertalingen	9	1	6	3,33
anders	58	1	6	3,29
opleiding, training en coaching	18	1	6	3,22
financiële dienstverlening	15	1	6	3,07
bouw en installatie	27	1	6	2,93
gezondheids- en welzijnzorg	21	1	6	2,86
overige dienstverlening	7	1	6	2,86
overige zakelijke dienstverlening	211	1	6	2,81
industrie	11	1	6	2,64
landbouw, bosbouw en visserij	7	2	6	2,57
ict dienstverlening	39	1	6	2,56
vervoer en opslag	4	1	4	2,25

NB: 1= minder dan 3; 2=3 tot 6; 3=6 tot 9; 4=9 tot 12; 5=12 tot 15; 6=15 of meer.

Tabel 45: Gemiddeld aantal verschillende opdrachten per jaar zzp'ers per sector

Sector	N	Min	Max	Gem.
handel en reparatie	8	2	6	5,50
opleiding, training en coaching	18	1	6	4,33
horeca	2	2	6	4,00
anders	58	1	6	3,76
bouw en installatie	27	1	6	3,67
overige zakelijke dienstverlening	211	1	6	3,49

industrie	11	2	6	3,36
gezondheids- en welzijnzorg	21	1	6	3,29
ict dienstverlening	39	1	6	3,00
landbouw, bosbouw en visserij	7	2	4	2,86
uitgeverij en vertalingen	7	2	4	2,86
vervoer en opslag	4	1	5	2,75
financiële dienstverlening	15	1	6	2,67
overige dienstverlening	7	1	6	2,14

NB: 1= minder dan 3; 2=3 tot 6; 3=6 tot 9; 4=9 tot 12; 5=12 tot 15; 6=15 of meer.

Tabel 46: Gemiddelde omzet in euro's per jaar zzp'ers per sector

Sector	N	Min	Max	Gem.
vervoer en opslag	4	1	8	4,25
ict dienstverlening	39	1	8	3,69
industrie	11	2	8	3,55
financiële dienstverlening	15	1	9	3,53
overige zakelijke dienstverlening	211	1	9	3,43
bouw en installatie	27	1	9	3,37
anders	58	1	9	3,12
gezondheids- en welzijnzorg	21	1	6	2,67
opleiding, training en coaching	18	1	5	2,67
horeca	2	1	4	2,50
handel en reparatie	8	1	9	2,38
landbouw, bosbouw en visserij	7	1	4	2,29
overige dienstverlening	7	1	5	1,71
uitgeverij en vertalingen	9	1	3	1,67

NB: 1= minder dan 25.000; 2= 25.000 tot 50.000; 3= 50.000 tot 75.000; 4= 75.000 tot 100.000; 5= 100.000 tot 125.000; 6= 125.000 tot 150.000; 7= 150.000 tot 175.000; 8= 175.000 tot 200.000; 9= meer dan 200.000.

Tabel 47: Gemiddelde innovativiteitsscore zzp'ers per sector

Sector	N	Min	Max	Gem.
industrie	11	3,4	5,0	4,164
gezondheids- en welzijnzorg	21	3,2	5,0	4,057
opleiding, training en coaching	18	1,0	5,0	3,867
overige zakelijke dienstverlening	211	2,4	5,0	3,860
anders	58	1,8	5,0	3,838
ict dienstverlening	39	3,0	5,0	3,836
overige dienstverlening	7	3,2	4,8	3,829
financiële dienstverlening	15	3,0	4,4	3,733
handel en reparatie	8	2,8	4,4	3,725
vervoer en opslag	4	3,0	4,0	3,650
landbouw, bosbouw en visserij	7	3,2	4,2	3,543
horeca	2	3,2	3,8	3,500
bouw en installatie	27	2,4	4,6	3,467
uitgeverij en vertalingen	9	2,4	4,0	3,333

NB: 1= zeer weinig innovatief; 2= weinig innovatief; 3=redelijk innovatief; 4=innovatief 5= zeer innovatief.

Tabel 48: Totaal aantal actoren in netwerk zzp'ers per sector

Sector	N	Min	Max	Gem.
overige dienstverlening	7	13	69	47
horeca	2	37	46	42
overige zakelijke dienstverlening	211	5	115	40
opleiding, training en coaching	18	0	66	38

handel en reparatie	8	21	65	37
anders	58	7	84	37
industrie	11	11	66	36
bouw en installatie	27	2	66	35
gezondheids- en welzijnzorg	21	14	60	35
ict dienstverlening	39	6	88	33
financiële dienstverlening	15	15	64	33
landbouw, bosbouw en visserij	7	12	47	26
vervoer en opslag	4	20	29	24
uitgeverij en vertalingen	9	15	41	24

NB: geeft niet werkelijke grootte netwerk aan, want laatste categorie 10 of meer.

Tabel 49: Totaal aantal negatieve relaties zzp'ers per sector

Sector	N	Min	Max	Gem.
horeca	2	0	12	7
industrie	11	0	4	2
bouw en installatie	27	1	6	2
vervoer en opslag	4	0	3	2
ict dienstverlening	39	0	10	2
overige zakelijke dienstverlening	211	0	20	2
anders	58	0	16	2
landbouw, bosbouw en visserij	7	0	4	1
handel en reparatie	8	0	4	1
gezondheids- en welzijnzorg	21	0	5	1
financiële dienstverlening	15	0	2	1
overige dienstverlening	7	0	3	1

opleiding, training en coaching	18	0	8	1
uitgeverij en vertalingen	9	0	3	1

Tabel 50: Tijdsbesteding zakelijk netwerk zzp'ers per sector in uren

Sector	N	Min	Max	Gem.
horeca	2	5	25	15
opleiding, training en coaching	18	2	40	11
handel en reparatie	8	1	30	9
anders	58	0	80	7
overige zakelijke dienstverlening	211	0	65	6
overige dienstverlening	7	2	20	6
industrie	11	1	15	5
gezondheids- en welzijnzorg	21	1	10	5
ict dienstverlening	39	0	25	5
financiële dienstverlening	15	1	16	5
vervoer en opslag	4	0	8	4
landbouw, bosbouw en visserij	7	1	5	3
bouw en installatie	27	0	20	3
uitgeverij en vertalingen	9	0	4	2

Tabel 51: Aangenomen hypothesen op basis van correlaties

	Heterogeniteit in resources	Totaal aantal actoren	Heterogeniteit in relaties met actoren	Aanwezigheid freeriders	Aanwezigheid zwarte gaten	Aanwezigheid rotte appels	Aanwezigheid blokkeerders
Gem. aantal opdrachten	H1a	H2a	H3a		H4b		
Gem. aantal opdrachtgevers	H1b	H2b	H3b			H4d	H4e
Gem. innovativiteitscore	H1c	H2c	H3c	H4a			H4f
Gem. jaarmzet	H1d	H2d	H3d		H4c		H4g

Tabel 52: Aangenomen hypothesen op basis van multiële regressie

	Heterogeniteit in resources	Totaal aantal actoren	Heterogeniteit in relaties met actoren	Aanwezigheid freeriders	Aanwezigheid zwarte gaten	Aanwezigheid rotte appels	Aanwezigheid blokkeerders
Gem. aantal opdrachten	H1a	H2a	H3a		H4b		
Gem. aantal opdrachtgevers	H1b	H2b	H3b			H4d	H4e
Gem. innovativiteitscore	H1c	H2c	H3c	H4a			H4f
Gem. jaarmzet	H1d	H2d	H3d		H4c		H4g