

*Ambitieuze ondernemen
in de ICT*

Ambitieuze ondernemen in de ICT | Fabian Dekker | Claire Aussems

Fabian Dekker
Claire Aussems

Ambitieuus ondernemen in de ICT

Fabian Dekker
Claire Aussems

Augustus 2013

'If you were lucky enough to be educated for a white-collar job, you became what William H. Whyte penned into infamy, the 'organization man'. Whether your collar was blue or white, one thing was the same: you were a cog in the machine of the large corporation (...) If the 1950s produced the organization man, the 1960s produced the young men and women who were the organization man's antithesis. When it was not the end of the organization man, it was the beginning of something else, something more important'.

David B. Audretsch (2007)

Inhoud

1	Achtergrond van de studie	5
1.1	Inleiding en probleemstelling	5
1.2	Onderzoeksaanpak	7
1.3	Leeswijzer	8
2	Determinanten van ambitieus ondernemerschap	9
2.1	Wat is ambitieus ondernemen?	9
2.2	Wat verklaart ambitieus ondernemerschap?	10
2.3	Conceptueel verklaringsmodel	12
3	Data en methode	13
3.1	Data	13
3.2	Methode	13
3.3	Variabelen	14
3.4	Resultaten	16
4	Focusgroep: Belemmeringen en Oplossingen in de ICT	22
5	Conclusies	28
	Literatuur	31
	Bijlage	34

1 *Achtergrond van de studie*

1.1 *Inleiding en probleemstelling*

Vorig jaar verscheen een opiniebijdrage van hoogleraar Erik Stam (2012) in het landelijke dagblad Trouw met de boodschap dat zelfstandigen zonder personeel¹ (zzp'ers) maar weinig innoverend zijn. Het zijn volgens Stam in ieder geval niet de 'innovatiemotors' waar velen op hopen. Ondernemend gedrag en de uiteindelijke groei van de onderneming laten volgens Stam te wensen over². Ook Dosker et al. (2011) berichten op basis van expertinterviews dat zzp'ers niet merkbaar bijdragen aan innovatie. De belangrijkste bijdrage van zzp'ers zit hem er vooral in dat ze flexibiliteit bieden aan het bedrijfsleven. Dit kwam eerder ook tot uiting in de relatief lage werkloosheidscijfers aan het begin van de economische crisis (Euwals, 2010). Maar het schort, zoals gezegd, aan groeiende en 'ambitieuze' ondernemingen in Nederland (Stam et al., 2012). Dit sluit aan bij eerdere onderzoeken waaruit blijkt dat ongeveer twee derde van alle zzp'ers niet de intentie heeft om personeel aan te nemen (Mevisen & Van den Berg, 2011)³ en bij internationaal onderzoek waaruit blijkt dat Nederlanders niet naar een snelle omzetgroei streven (Europese Commissie, 2010). Ondanks dat 'ambitieuze ondernemerschap' een actueel thema is, bestaat er nog veel onduidelijkheid over de factoren die ambitieus ondernemerschap beïnvloeden (vgl. Millan et al., 2010). Deze studie beoogt hieraan een bijdrage te leveren. Als we het hebben over ambitieus ondernemerschap, dan bedoelen we personen die over ondernemersvaardigheden beschikken met als doel om zo veel mogelijk groei te realiseren - tot uiting komend in de omzetontwikkeling en/of de intentie tot aanname van

-
- 1 Het begrip ondernemerschap is in de wetgeving slechts in algemene termen gedefinieerd. We hanteren voor het begrip zzp'er dezelfde definitie als het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS): een persoon met als (hoofd)baan het verrichten van arbeid voor eigen rekening of risico in een eigen bedrijf of praktijk, of in een zelfstandig uitgeoefend beroep en die daarbij geen personeel in dienst heeft.
 - 2 Zie voor een tegengesteld de studie van De Vries (2011). Op basis van de Monitor Determinanten Bedrijfsprestaties stelt hij dat van de innoverende MKB-bedrijven die externe partijen inschakelen, in een op de drie gevallen gebruik wordt gemaakt van een zzp'er.
 - 3 De Vries et al. (2013) schatten op basis van een enquête onder circa 800 zzp'ers, dat 'slechts' 4% (zeer) zeker van plan is om over vijf jaar personeel in dienst te hebben.

personeel. In de literatuur is nog relatief weinig bekend over welke factoren hieraan bijdragen. We komen hier in het tweede hoofdstuk uitgebreid op terug. Alvorens we dit doen moeten we echter eerst nog het onderzoeksveld afbakenen: in welke sector vindt deze studie plaats?

Inmiddels zijn er eind 2012 ongeveer 760.000 zzp'ers in Nederland, oftewel ruim 10% van de werkzame beroepsbevolking tegen ruim 6% halverwege de jaren '90. Vaak gaat het om mannen, hogeropgeleiden en gemiddeld wat oudere personen die de stap (vaak vanuit loondienst) naar het zzp-schap maken. Ze zijn actief in uiteenlopende sectoren, maar ze zijn bovengemiddeld aanwezig in de zakelijke dienstverlening. Uit een enquête van het onderzoeksbureau Intelligence Group blijkt dat veel zzp'ers in de ICT werkzaam zijn (Schop, 2012). Alleen coaching en training (buiten de ICT) zijn als werkdom-einen meer in trek bij zzp'ers. In de ICT-sector is een grote verscheidenheid aan ondernemingen te ontdekken, van webdesigners en internethosters tot ICT-architecten, ontwikkelaars en ICT-projectmanagers (Bouwman, 2008). Onder de ICT-sector verstaan we het vakgebied dat gericht is op informatiesyste-men, telecommunicatie en computers. De sector behelst zowel de ICT-industrie als de ICT-diensten (CBS, 2012). Grotendeels gedreven door het motief om liever eigen baas te zijn starten mensen hun eigen bedrijf. Daarnaast kan het lucratief zijn om in de ICT aan de slag te gaan als zzp'er, omdat geen grote kapitaalinvesteringen vereist zijn. Volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS, 2012) is het aandeel zelfstandig werkende ICT'ers gestegen van 8 tot 14% van het totaal aantal werkende personen in de ICT in de periode 2000-2010. Hieruit is echter niet op te maken of het om zelfstandigen met of zonder personeel gaat. Wel is duidelijk dat het aandeel zelfstandigen in de ICT, mede door processen van digitalisering, alleen maar lijkt toe te nemen. Waar relatief grote bedrijven als Getronics en Capgemini werknemers vandaag de dag moeten ontslaan omdat orders teruglopen, signaleert de beroepsvereniging voor ICT-professionals (Ngi) een steeds groter aanbod van zzp'ers die tegen vaak lagere tarieven kunnen concurreren. Uit de ICT-Marktmonitor 2012 komt eveneens het grote aandeel zzp'ers naar voren: van de 28.375 ICT-bedrijven in Nederland, zijn er 19.475 eenmansbedrijven te noteren (Nederland ICT, 2012). Zij baseert zich hierbij op de Enquête Beroepsbevolking (EBB) van het CBS. Het gaat hierbij om bedrijven met één werknemer. Van deze eenpersoonsbedrijven zijn ongetwijfeld veel zzp'er, maar zeker is dit niet (zie ook Nederland ICT, 2011). Hiermee ontbreekt een perfecte omschrijving van de onderzoekspopulatie; we komen hier in de methodische sectie op terug.

Samenvattend zijn er in ieder geval voldoende signalen die wijzen op een substantiële omvang van zzp'ers in de ICT. Voor onze studie naar ambitieus ondernemerschap is het daarom een relevante casus. Bovendien is de ICT exemplarisch voor de groei van de postindustriële diensteneconomie, waarvan ook in Nederland sprake is. Steeds minder mensen zijn werkzaam in de

traditioneel industriële sector. Waar de industrie ruim 25% van de werkgelegenheid voor haar rekening nam eind jaren '60, is dit aandeel inmiddels geslonken tot circa 11% in 2010 (De Koning, 2012). Onze aandacht richt zich ook daarom op de ICT-sector. De ICT-sector past in de transformatie van de Nederlandse economie, waarbij steeds meer arbeid wordt verricht voor eigen rekening en risico. De volgende vraagstelling staat in ons onderzoek centraal:

Welke factoren zijn van invloed op ambitieus ondernemerschap in de ICT-sector, wat zijn knelpunten waar zzp'ers in deze sector tegenaan lopen en wat kan worden gedaan om deze problemen op te lossen?

Met deze studie denken we bij te dragen aan zowel de wetenschappelijke kennis, als aan de toekomstige beleidsvorming inzake zzp'ers. De redenen hiervoor zijn dat er nog maar betrekkelijk weinig bekend is over (oorzaken van) ambitieus ondernemerschap en dat de ICT-sector in dit kader nog niet betrokken is als onderzoekscaus. Bovendien willen we op zoek gaan naar manieren om het ambitieuze ondernemen in Nederland te vergroten.

1.2 Onderzoeksaanpak

Om de centrale vraag te kunnen beantwoorden gaan we als volgt te werk. Allereerst achterhalen we welke variabelen van invloed zijn op ambitieus ondernemerschap. Op basis van een scan van de bestaande literatuur operationaliseren we deze begrippen en gaan we op zoek naar determinanten van ambitieus ondernemerschap. We doorzoeken hierbij diverse wetenschappelijke en praktijkgerichte bronnen, met zoektermen zoals: 'ambitious entrepreneurship', 'ambitieuus ondernemerschap', 'succesful entrepreneurship', 'entrepreneurial skills', 'self-employment survival', 'self-employment AND success', 'prestaties AND zzp' en 'succes AND zzp'. Vervolgens maken we gebruik van een steekproef onder zzp'ers. We maken gebruik van een extern ingekocht databestand van het bureau Marktselect (een werkmaatschappij van Graydon Holding). Marktselect beschikt over een up-to-date adressenbestand van bedrijven zonder personeel (exclusief bedrijven die expliciet hebben aangegeven dat zij niet door derden benaderd mogen worden). Volgens onze contactpersonen van Marktselect wordt het bestand enkele keren per jaar opgeschoond. Het betreft dan ook een beter onderhouden adressenbestand dan het handelsregister van de Kamer van Koophandel. In totaal gaat het om 27.734 adressen⁴. Hieruit trokken we een aselechte steekproef van 8.000 adressen. Een nadeel van deze aanpak is dat personen die zich niet bij de

4 Hieronder vallen bedrijven die zich bezighouden met de ontwikkeling en/of productie van software, hardware en software consultancy, organisaties die zich bezighouden met het beheer van computerfaciliteiten, het implementeren van software, gegevensverwerkende bedrijven, webhosting en overige dienstverlenende activiteiten op het gebied van ICT.

Kamer van Koophandel hebben ingeschreven als zelfstandige (de personen die belasting betalen over inkomen uit overige arbeid), buiten ons onderzoek vallen. De potentiële respondenten kregen schriftelijk een uitnodiging om (anoniem) deel te nemen aan een digitale enquête over hun positie als zzp'er in de ICT. Er is hierbij de mogelijkheid geboden om gedurende het onderzoek, bij onduidelijkheden, vragen te stellen aan de onderzoekers. Ook is na twee weken een reminder verstuurd. Het vragenlijstonderzoek is uitgevoerd in de periode april-mei 2013.

Tot slot van het onderzoek presenteerden we onze bevindingen, inclusief mogelijke oplossingsstrategieën voor ervaren knelpunten, in een afsluitende onderzoeksfase aan verschillende belanghebbenden in de ICT-sector. Dit gebeurde via een focusgroepbijeenkomst van maximaal twaalf deelnemers⁵. Het doel van deze bijeenkomst was validering van de onderzoeksbevindingen en het verder uitdenken van de aangedragen verbeterpunten.

1.3 *Leeswijzer*

De bestudering van de bestaande literatuur komt aan bod in het tweede hoofdstuk, gevolgd door de presentatie van de analysemethodiek en rapportage van de resultaten uit het steekproefonderzoek in hoofdstuk 3. De uitkomsten van de focusgroepbijeenkomst staan centraal in het vierde hoofdstuk, gevolgd door een bespreking van de belangrijkste conclusies in hoofdstuk 5.

5 Een grotere omvang staat in de praktijk een constructieve uitwisseling van gedachten tussen deelnemers in de weg.

2 *Determinanten van ambitieus ondernemerschap*

2.1 *Wat is ambitieus ondernemen?*

Verschillende auteurs benadrukken dat het in ons land ontbreekt aan ambitieus ondernemerschap. Maar wat is dat eigenlijk, ambitieus ondernemen? In de literatuur zien we dat er veel is gepubliceerd over het verwante onderwerp 'succesvol ondernemen'. Van Praag (2005) heeft het in een overzichtsstudie rond dit thema over ondernemers die personeel in dienst hebben, de leeftijd van de onderneming, omzet en de hoogte van de gehanteerde uurtarieven. Dit zijn volgens haar indicatoren die 'succes' indiceren. Het is hierbij wel de vraag of de overlevingskansen van een onderneming beschouwd kunnen worden als uiting van succesvol ondernemen. Zzp'ers die (bijna) geen winst maken maar er niet voor kiezen om de onderneming te beëindigen, kunnen vanuit economisch perspectief moeilijk beschouwd worden als succesvol. Stam et al. (2012: 25-26) benaderen het vraagstuk breder en definiëren ambitieus ondernemerschap als volgt: 'One who identifies and exploits opportunities to create new products, services, processes and organizations with high aspirations to achieve entrepreneurial success -i.e., to maximizing value creation (beyond self-sufficiency)'. Ofwel: *ambitieuze ondernemers zijn ondernemers die ondernemende activiteiten ontplooiën met als doel om zoveel mogelijke waarde te creëren* (vgl. Stam & Bosma, 2012). Het gaat in deze omschrijving om twee centrale karakteristieken van waarde-ontwikkeling: omzetgroei en groei via de aanname van personeel. Hiermee verliezen we overigens niet uit het oog dat het 'eigen baas' zijn op zich al een succesvolle uitkomst is vanuit het perspectief van de individuele zzp'er (Walker & Brown, 2004). Op basis van de bovenstaande meer 'harde' afbakening gaan we op zoek naar factoren die aan waarde-ontwikkeling van het bedrijf ten grondslag liggen. In paragraaf 3 verwerken we onze bevindingen vervolgens in een conceptueel onderzoeksmodel.

2.2 *Wat verklaart ambitieus ondernemerschap?*

Eerdere studies laten over het algemeen zien dat ondernemende vaardigheden (of: entrepreneur competencies) bijdragen aan ondernemerssucces, zoals continuïteit en groei van de onderneming (Bird, 1995; Chandler & Jansen, 1992). We beschouwen deze ondernemende vaardigheden, of competenties, als individuele persoonskenmerken die bijdragen aan de realisatie van gewenste doelen (Boyatzis, 1982). Onder ondernemende vaardigheden vallen in de meeste gevallen deelaspecten zoals: self-efficacy (het vertrouwen in eigen kunnen), prestatiegerichtheid, creativiteit, doorzettingsvermogen, risicobereidheid en pro-activiteit (vgl. Huber et al, 2012; De Vries et al., 2012; Stam & Bosma, 2012). Daarnaast wijst eerder onderzoek uit dat persoonlijke kenmerken als opleidingsniveau⁶, leeftijd en ervaring in de sector eveneens van belang zijn voor groei en ontwikkeling (Stam & Bosma, 2012; Bosma et al., 2000). Het totaal aan opleidingsniveau, kennis, vaardigheden en ervaring beschouwen we als uitingen van het menselijk kapitaal waarover iemand beschikt (Becker, 1985). Een hoger opleidingsniveau en eerdere ervaringen in de sector dragen bij aan een hogere omzetontwikkeling, terwijl leeftijd een negatieve associatie heeft (Bosma et al., 2000). Verder zijn er indicaties dat mannen meer succesvolle ondernemers zijn dan vrouwen (Cooper et al., 1994).

Er is weinig bekend over de netwerkinbedding van zzp'ers. Dit betekent niet dat er helemaal geen onderzoekers zijn die ingaan op de vraag op welke wijze het gebruik van, bijvoorbeeld, professionele netwerken gerelateerd is aan ambitieus ondernemerschap. Om verschillende redenen is het aantrekkelijk om zakelijke netwerken in te schakelen. Zo zijn er de schaal- en kennisvoordelen van een netwerk (bijvoorbeeld om samen opdrachten binnen te kunnen halen of gemakkelijker aan externe financiering te komen). Koster & De Vries (2011) laten in dit verband zien dat samenwerking gericht op het waarborgen van expertise inderdaad bijdraagt aan een hogere omzetontwikkeling. Ze hebben in hun studie daarentegen geen aandacht voor de mogelijke relatie met de intentie om door te groeien naar een onderneming met personeel. Bosma et al. (2002) geven aan dat frequent contact met andere ondernemers en zakelijke contacten (zoals bankiers) positief bijdragen aan de continuïteit, omzetontwikkeling en aannahme van personeel. Ze analyseren de verschillende variabelen echter niet in onderlinge samenhang, terwijl het goed denkbaar is dat omzetontwikkeling en de (intentie tot) aannahme van personeel op elkaar van invloed zijn. De invloed van het sociale netwerk is nog minder uitvoerig onderzocht (vgl. Bosma et al., 2002). Een van de

6 Millan et al. (2010) tonen aan dat een hoog opleidingsniveau niet hoeft bij te dragen aan meer succesvol ondernemerschap; ondernemerscompetenties worden immers niet per definitie eigen gemaakt tijdens de onderwijsloopbaan.

mogelijke redenen is dat er relatief weinig consensus bestaat over een betrouwbare meting van dit begrip. Tegelijkertijd is wel bekend dat het hebben van een partner (emotionele) steun kan bieden en op deze wijze bij kan dragen aan een hogere omzet (Bosma et al., 2000). Westlund & Adam (2010) stellen dat sociaal kapitaal over het algemeen positief bijdraagt aan de economische prestaties van bedrijven, maar hier betreft het analyseniveau niet de individuele zelfstandige zonder personeel⁷. Koster & De Vries (2011) concluderen mede daarom dat onderzoekers in toekomstige studies hun blik, veel meer dan nu het geval is, (ook) moeten richten op de rol van het sociale netwerk in relatie tot ambitieus ondernemen. Daarnaast is het nog altijd de vraag hoe de causale paden lopen als we de relaties tussen de verschillende factoren beter willen begrijpen. Bestaande studies hebben weliswaar aandacht voor omzetontwikkeling of de aannahme van personeel als afhankelijke variabele, maar gaan voorbij aan de mogelijke samenhang tussen meerdere afhankelijke factoren (zie voor een goed overzicht van indicatoren voor ondernemerssucces in de bestaande onderzoeksliteratuur; Stam et al., 2012).

Zo lang bestaande studies relatief weinig aandacht besteden aan de doelgroep zelfstandigen zonder personeel (veelal gaat het om zelfstandig ondernemers in het algemeen), er geen duidelijkheid is op welke wijze verschillende factoren met elkaar samenhangen (zoals omzetontwikkeling en de (intentie tot) aannahme van personeel) en de rol van (met name) de sociale netwerkinbedding onderbelicht blijft, is er alle reden om onze inzichten via onderzoek te vergroten. De kennis is nu onvoldoende of versnipperd aanwezig. Samenvattend willen we in deze studie op twee manieren bijdragen aan de bestaande onderzoeksliteratuur en discussie over ambitieus ondernemerschap:

- We construeren een volledig causaal verklaringsmodel waarin de nadruk ligt op ambitieus ondernemerschap onder zelfstandigen zonder personeel ('welke factoren hangen hiermee samen en op welke wijze').
- We doordenken mogelijkheden om de omzetontwikkeling en doorgroei naar een onderneming met personeel in de toekomst te stimuleren.

In de volgende paragraaf verwerken we de besproken determinanten in een verklaringsmodel.

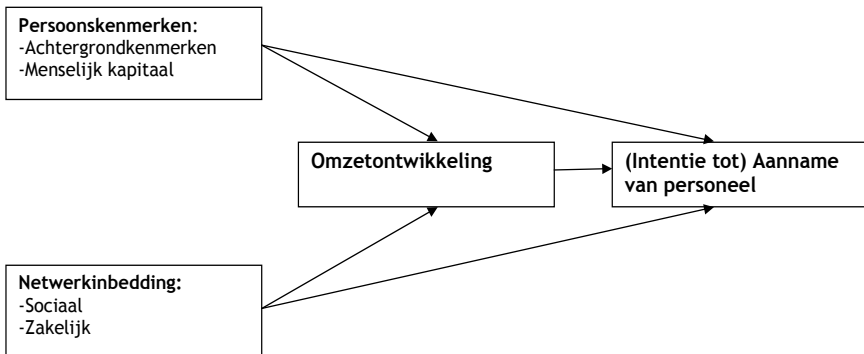
7 De meeste studies richten zich op macro- en/of regionaal analyseniveau.

2.3 Conceptueel verklaringsmodel

Hieronder geven we een overzicht van de uitkomsten van de hierboven besproken literatuur⁸. We verwachten op basis van de literatuur een samenhang tussen persoonskenmerken en ondernemerssucces. Daarnaast veronderstellen we aan de hand van inzichten vanuit een resource-based perspectief dat personen die over voldoende hulpbronnen beschikken, eerder doorgroeien in omzet en uiteindelijk de stap maken naar een onderneming met personeel. De (intentie tot) aanname van personeel beschouwen wij, macro-economisch, als centraal aspect van ondernemerssucces, aangezien ze bijdraagt aan verhoogde werkgelegenheid. We richten onze methodische aandacht hierbij zowel op een model waarbij omzetontwikkeling een voorspellende variabele is als een model waarbij omzetontwikkeling de relaties tussen de voorspellende variabelen en (intentie tot) aanname van personeel beïnvloedt. De uit te voeren analyses op data uit de steekproef moet uitwijzen op welke wijze er sprake is van dergelijke associaties. Onderstaand figuur 2.1 laat zien welk model we als uitgangspunt hanteren. Zoals is te zien gaat het hierbij om de vraag hoe we de (intentie tot) aanname van personeel kunnen verklaren en de vraag of omzetontwikkeling hierbij al dan niet een tussenliggende schakel vormt.

De door ons gekozen onderzoeksaanpak en operationalisering komen aan bod in het volgende hoofdstuk.

Figuur 2.1 Conceptueel verklaringsmodel



8 We nemen 'financieel (start)kapitaal' niet expliciet op als een verklarende variabele in ons model, aangezien aspecten van menselijk kapitaal (onderwijsloopbaan, ondernemersvaardigheden en eerdere ervaring in de sector) in belangrijke mate samenhangen met de mogelijkheden om financiering aan te trekken (vgl. Brush et al., 2001).

3 *Data en methode*

3.1 *Data*

We baseren de studie op een steekproef. We maken hiervoor gebruik van een extern ingekocht databestand (N=8,000). Onder de potentiële respondenten vallen onder andere ontwikkelaars en producenten van software, ICT-consultants (hardware en software), webhosters en andere dienstverleners op het gebied van ICT. De personen die deel uitmaken van de steekproef ontvangen een brief waarin het doel van het onderzoek wordt aangekondigd en waarin een link naar de digitale vragenlijst is opgenomen. De lengte van de vragenlijst is beperkt tot een invulduur van 15 minuten, om respondenten zo min mogelijk te belasten. De deelnemers krijgen eerste enkele filtervragen voorgelegd zodat duidelijk wordt of zij echt zzp'ers zijn (denk hierbij aan algemene criteria als 'bent u in loondienst', 'heeft u een eigen onderneming' en 'heeft u personeel in dienst'). Zoals eerder aangegeven is een probleem het ontbreken van een referentiebestand met daarin alle zzp'ers in de ICT-sector (en hun achtergrondkenmerken). Hier lopen we ook nu tegenaan. De bedrijven die we hebben aangeschreven hebben geen werknemers of één werkzame persoon in dienst. Van een eenduidig omschreven doelgroep zzp'ers in de ICT is geen sprake. Ook is het mogelijk dat (recente) 'stoppers' zich in het databestand bevinden en zijn zelfstandigen die zich niet bij de Kamer van Koophandel hebben ingeschreven buiten beeld. Dit alles maakt het moeilijk om de representativiteit van de data vast te stellen. Desalniettemin biedt de database van Marktselect, waar ook wij gebruik van maken, op dit moment nog het meest omvattende steekproefkader.

3.2 *Methode*

We passen als analysemethodiek Structural Equation Modelling (SEM) toe om een nauwkeurig zicht te krijgen in de mate waarin het model bij de data past (we hebben het dan over de zogenaamde 'fit' van het model). Bovendien kunnen we op een meer betrouwbare wijze dan bij meervoudige regressieanalyses het geval is, meerdere afhankelijke variabelen tegelijkertijd verklaren.

Het belangrijkste argument voor het toepassen van een structureelanalytisch model is dat we beter in staat zijn om de causale paden tussen variabelen vast te stellen. We gebruiken het programma Mplus6 voor de analyses, aangezien dit programma om kan gaan met uitkomstvariabelen die categorisch en continue zijn binnen een model.

3.3 Variabelen

Welke variabelen staan in de studie centraal en op welke wijze kunnen ze worden gemeten? Allereerst wordt gekeken naar de afhankelijke variabele ambitieus ondernemerschap. Onder dit concept scharen we zowel de intentie tot doorgroei als de omzetontwikkeling. Eerder hebben we al vastgesteld dat het hebben van ondernemerscompetenties voorafgaat aan (de intentie tot) doorgroei en omzetontwikkeling. De *omzetontwikkeling* is gemeten door de respondenten te bevragen naar de mate waarin in de afgelopen 6 maanden meer omzet via de ZZP-organisatie is gerealiseerd in vergelijking met de 6 maanden ervoor (de schaal loopt van 1=veel minder tot 5=veel meer). De *intentie tot aanname van personeel* wordt bepaald aan de hand van de vraag of de zzp'er van plan is om in de komende 12 maanden personeel in dienst te nemen (de schaal varieert hierbij van 1=zeker niet tot 5=zeker wel). In dit onderzoek wordt daarnaast gekeken naar drie typen *ondernemende vaardigheden*, te weten: self-efficacy, creativiteit en risicobereidheid. *Self-efficacy* (het vertrouwen in eigen kunnen) is gebaseerd op de vragenlijst van Teeuw et al. (1994) en meten we via de volgende vijf items: 'Als iemand mij tegenwerkt, vind ik toch manieren om te krijgen wat ik wil', 'Ik vertrouw erop dat ik onverwachte gebeurtenissen doeltreffend aanpak', 'Als ik geconfronteerd word met een probleem, heb ik meestal meerdere oplossingen', 'Als ik in een benaderde situatie zit, weet ik meestal wat ik moet doen' en 'Wat er ook gebeurt, ik kom er wel uit' (de schaal loopt van 1=helemaal mee oneens tot 5=helemaal mee eens). De betrouwbaarheid van de schaal is in orde (0,71). De operationalisering van creativiteit baseren we op een vragenlijst van het Ministerie van Economische Zaken (2001). *Creativiteit* baseren we op de vragen 'Ik bekijk zaken graag vanuit nieuwe invalshoeken', 'Ik bedenk graag nieuwe dingen' en 'Andere mensen vinden mij creatief' (1=helemaal mee oneens; 5=helemaal mee eens). De drie items vormen samen een betrouwbare schaal (0,73). Risicobereidheid meten we in navolging van De Vries et al. (2012) via de vragen: 'Ik neem graag risico's' en 'Ik neem deel aan activiteiten die een kans hebben te mislukken' (1=helemaal mee oneens; 5=helemaal mee eens). Een schaal is op basis van deze twee items niet te maken. We gebruiken daarom het oordeel van de respondent of hij/zij 'graag risico's neemt'.

We verzamelen ook informatie over de professionele en sociale netwerkinbedding van zzp'ers. Zoals eerder aangegeven kan met name de sociale netwerkinbedding op uiteenlopende manieren worden gemeten. *Professioneel netwerkgebruik* meten we via de volgende drie vragen: 'Ik werk vaak samen met andere zzp'ers om opdrachten binnen te kunnen halen', 'Ik werk vaak samen met andere zzp'ers om mee te sparren' en 'Ik maak vaak gebruik van de diensten van ZZP-belangenorganisaties (zoals FNVZZP, CNV Zelfstandigen, PZO, ZZP Nederland etc.)'. De twee vragen die ingaan op de samenwerking met andere zzp'ers vormen een betrouwbare schaal (0,75). Daarnaast worden gegevens verzameld rondom het *sociaal netwerkgebruik* via de vragen: 'Als het met mijn onderneming minder goed gaat heb ik veel steun van mijn partner', 'Als het met mijn onderneming minder goed gaat heb ik veel steun van familieleden' en 'Als het met mijn onderneming minder goed gaat heb ik veel steun van vrienden en/of goede kennissen' (1=helemaal mee oneens; 5=helemaal mee eens). In al deze gevallen beschouwen we het sociale contact met anderen (buiten de professionele omgeving) die hulp kunnen bieden in het geval van problemen, als uitingsvormen van sociaal kapitaal (vgl. CBS, 2011). De twee vragen die ingaan op steun van familieleden, vrienden en/of goede kennissen vormen een acceptabele schaal (0,71).

Verder controleren we voor een aantal relevante persoonskenmerken. *Opleidingsniveau* meten we via de vraag naar het hoogst behaalde opleidingsniveau (bestaande uit de categorieën 1=geen opleiding of lager onderwijs, 2=vmbo, 3=mbo/havo/vwo, 4=hbo, 5=wo). *Leeftijd* meten we via een open bevraging van de leeftijd, *sekse* via een dummyvariabele (0=man, 1=vrouw) en *ervaring in de ICT-sector als zzp'er* via een open bevraging naar het aantal jaren dat men als zzp'er in de ICT-sector actief is. Voor beschrijvende doeleinden informeren we ook naar het type groep binnen de zelfstandige ICT, waartoe de respondent behoort. We gebruiken hiervoor de indeling van Bouwman (2008), te weten: zelfstandige webdesigners en internethosters (1), zelfstandige ICT-architecten en -ontwikkelaars (2), zelfstandige ICT-(project) managers (3) en overige zelfstandigen in de ICT (4). Verder worden enkele achtergrondvragen voor meer beschrijvende doeleinden gesteld naar: het *aantal opdrachtgevers* in de afgelopen twaalf maanden, het gemiddelde *uurtarief* en de *bedrijfslocatie* (in alle gevallen via open bevraging).

Ten slotte bevragen we alle respondenten naar ervaren knelpunten voor zzp'ers in de ICT. Hiervoor presenteren we een lijst met thema's, die gepaard gaat met een open antwoordcategorie voor suggesties om de ervaren knelpunten tegen te gaan. Dit zijn: (a) 'uurtarieven in de ICT staan onder druk' (ja/nee) en 'wat kan hiertegen worden gedaan?' (open); (b) de invloed van bemiddelingsbureau's wordt te groot' (ja/nee) en 'wat kan hiertegen worden gedaan?' (open); (c) 'de algemene voorwaarden van opdrachtgevers zijn vaak te strak en/of te onduidelijk' en 'wat kan hiertegen worden gedaan?' (open); (d) 'de afspraken in een concurrentiebeding maken het werken in deze sector

bijzonder lastig' (ja/nee) en 'wat kan hiertegen worden gedaan?' (open); en (e) 'overige problemen: het belangrijkste probleem in de ICT is: (open) en 'wat kan hiertegen worden gedaan?' (open).

De onderzoeksresultaten en responsoverzicht beschrijven we in de volgende paragraaf.

3.4 Resultaten

Hieronder bespreken we de resultaten. Wat verklaart 'ondernemers succes' (of: 'ambitieuze ondernemerschap') in de ICT? We beschrijven eerst de respons en kenmerken van de respondenten.

Respons en reden(en) voor non-respons

We constateren dat helaas maar een klein deel van de potentiële deelnemers de vragenlijst heeft ingevuld (N=406). Hiervan behoren 349 respondenten tot onze doelgroep (in een aantal gevallen zijn de respondenten bijvoorbeeld ondernemers met personeel). Het probleem van non-respons is een groeiend probleem bij enquêteonderzoek dat zich uitstrekt over meerdere landen (Groves, 2006) en waar ook nationale instanties als het CBS tegenaan lopen (Te Riele, 2002). Bovendien zijn ondernemers niet de meest bereidwillige doelgroep om te onderzoeken (TNO/CBS, 2013). Een andere verklaring die we hebben voor de lage respons is de weerslag van de economische crisis. Steeds meer zzp'ers in de ICT en zakelijke dienstverlening krijgen te maken met dalende uurtarieven en een kleiner aantal opdrachtgevers. Uit een recente meting van het onderzoeksbureau Myler komt naar voren dat zeven op de tien zelfstandigen in de zakelijke dienstverlening en ICT direct last hebben van de economische recessie (De Jager, 2013). Dit draagt hoogstwaarschijnlijk bij aan een hoger non-responspercentage; verbetering van de bedrijfsomzet krijgt meer aandacht in vergelijking met het invullen van een vragenlijst. Om meer zicht te krijgen op de reden(en) voor non-respons, heeft op de niet-deelnemers een klein vervolgonderzoek plaatsgevonden. Aan vijftig personen is telefonisch gevraagd naar de reden(en) voor niet-deelname. Uit deze korte non-responsanalyse komt naar voren dat vijfendertig personen aangeven geen tijd/interesse te hebben voor vragenlijstonderzoek. Daarnaast zien we dat bij vijftien andere non-respondenten een deel niet meer zzp'er is, men in het buitenland actief is en/of dat men niet (langer) in de ICT werkzaam is. Dit impliceert dat het steekproefkader de nodige 'vervuiling' bevat. Hoe groot deze steekproefvervuiling is, is moeilijk te schatten maar ook andere onderzoekers hebben met een vergelijkbaar probleem te maken zodra onderzoek wordt gedaan naar zzp'ers (TNO/CBS, 2013). Mensen zijn op het moment van meting geen zelfstandige (meer), ondernemer met personeel of niet (langer) actief in de sector die in de studie centraal staat. Een definitief

responspercentage is daarom niet te geven. Vormen onze respondenten dan nog wel een juiste afspiegeling van de populatie? Aangezien de gegeven antwoorden in ons non-responsonderzoek niet verschillen naar werkdomein (we hebben bijvoorbeeld zowel webdesigners, softwareontwikkelaars als ICT-consultants nagebeld), hebben we vooralsnog geen reden om aan te nemen dat er sprake is van een selectieve non-respons. Ook als we CBS-data van alle werkenden in de ICT naast onze sample leggen, zijn geen opvallende verschillen te ontdekken. Er bevinden zich wel duidelijk meer hoogopgeleiden in onze steekproef, maar van zzp'ers is bekend dat ze over het algemeen hoger zijn opgeleid in vergelijking met werkenden in loondienst (Mevissen et al., 2013). Uit het bovenstaande kan geconcludeerd worden dat de sample een goed beeld lijkt te geven van zzp'ers in de ICT, maar enige voorzichtigheid blijft geboden als het gaat om de generaliseerbaarheid van de resultaten.

Tabel 3.1 Respons en populatie werkenden in ICT (in procenten)⁹

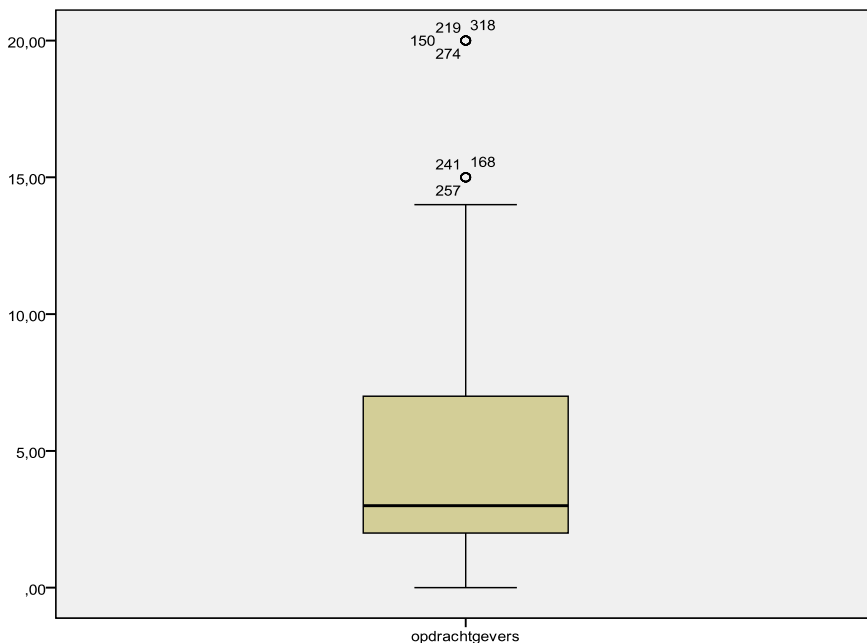
	Steekproef ZZP in ICT (2013)	Populatie werkenden in ICT (CBS, 2012)
Man	91	90
Vrouw	9	10
15 tot 25 jaar	5	5
25 tot 35 jaar	17	27
35 tot 45 jaar	34	34
45 tot 55 jaar	32	25
55 tot 65 jaar	12	9
Laag	3	7
Middelbaar	22	37
Hoog	75	56

Naast een aantal achtergrondkenmerken van onze responsgroep zzp'ers besteden we aandacht aan de werkzaamheden, uurtarieven en het gemiddelde aantal opdrachtgevers. We komen hier ook nog in het vierde hoofdstuk op terug. In onze steekproef zijn diverse ICT-domeinen terug te vinden. Ongeveer 40 procent houdt zich bezig met ICT-architectuur (van architecten van software en applicaties tot business-architects), een op de vijf richt zich op webdesign en internethosting, maar de sample bevat ook

⁹ In tabel 3.1 is een onderscheid gemaakt naar leeftijdsklassen tot 65 jaar. In het vervolg van onze studie nemen we ook mensen boven de 65 jaar mee in de analyses. De gemiddelde leeftijd van 'onze' zzp'er in de ICT is 43 jaar.

ICT-projectmanagers (10 procent), consultants, databasemanagers en game designers. De uurtarieven van de bevroegde personen variëren van 15 tot 165 euro per uur. Kijkend naar het aantal opdrachtgevers hebben we overduidelijke ‘outliers’ (>20 opdrachtgevers) uit de dataset verwijderd. Na ‘opschoning’ van de antwoorden op deze vraag zien we dat de respondenten gemiddeld vijf opdrachtgevers per jaar hebben (n=301). In totaal heeft ongeveer de helft van alle respondenten drie opdrachtgevers in de afgelopen twaalf maanden (zie voor een grafische weergave van de verdeling, figuur 3.1).

Figuur 3.1 Gemiddeld aantal opdrachtgevers in de afgelopen twaalf maanden



Scholingsdeelname zzp'ers

Een ander onderdeel van de enquête heeft betrekking op de scholingsdeelname van zzp'ers in de ICT. Recent is door het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP, 2013) vastgesteld dat zzp'ers duidelijk achterblijven in hun scholingsdeelname, in vergelijking met werkkenden in loondienst. Dit verzwakt, op termijn, niet alleen de concurrentiepositie van de individuele zzp'er maar ook de concurrentiekracht van de Nederlandse economie als geheel. In een breder kader spreekt Stam (2013) van een zogenaamde ‘ondernemersparadox’; ondanks dat het aantal nieuwe ondernemingen en het aantal zelfstandigen is toegenomen, stagneert het innovatieniveau. Hoe pakt dit uit voor de zzp'er in de ICT? We hebben hier twee indicatoren voor. Een eerste indicator is de

deelname aan vakinhoudelijke scholing in de afgelopen twaalf maanden. Een tweede indicator betreft de investering van tijd en geld in scholing rondom ondernemersvaardigheden in de afgelopen twaalf maanden. We zien dat het goed is om een onderscheid naar beide vormen van scholing te maken. De meerderheid van de geïnterviewde zzp'ers geeft aan vakinhoudelijke scholing (cursussen en opleidingen) te hebben gevolgd in de afgelopen twaalf maanden (55%). Deze score is op het eerste gezicht opvallend. Uit SCP-cijfers is bekend dat 46 procent van de werkenden in loondienst aan een vorm van scholing doet (in de afgelopen twee jaar). De zzp'ers in onze steekproef wijken hier in positieve zin vanaf. Dat ze een relatief hoge mate van scholing rapporteren is goed te begrijpen, tegen de achtergrond van het kennisintensieve karakter van de ICT waarbij kennisveroudering voortdurend dreigt. Tegelijkertijd tonen de resultaten aan dat 'slechts' 21% investeert in ondernemerscompetenties. Zzp'ers zijn dus bezig met de toekomst, maar dan vooral vakinhoudelijk. Aan cursussen en opleidingen die zich richten op het vergroten van ondernemerscompetenties zijn ze minder bereid om geld aan te besteden.

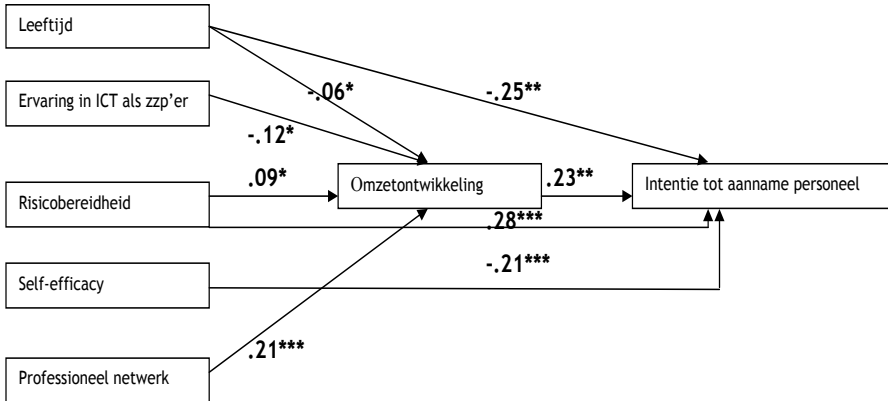
Op zoek naar een verklaring voor 'ambitieuw ondernemerschap'

In de volgende figuur geven we de resultaten weer van de SEM-analyses. We hebben gekozen voor de statistische software Mplus6. Aangezien we te maken hebben met een scheef verdeelde afhankelijke variabele¹⁰ (de intentie tot aanname van personeel), hebben we besloten om de variabele intentie tot aanname van personeel te hercoderen tot een dummyvariabele (referentiegroep= (zeker) geen intentie om personeel aan te nemen). In figuur 3 presenteren we ons best passende model. In een eerste model schatten we de directe effecten van de onafhankelijke variabelen naar de intentie tot aanname van personeel en de indirecte effecten via de factor omzetontwikkeling. Dit model met omzetontwikkeling als mediërende tussenstap heeft een goede fit (chi-kwadraat=5,765, $p=0,567$. RMSEA=0, $p=0,907$, CFI=1). Vervolgens is een model geschat waarbij de indirecte paden zijn weggelaten. We schatten dit model door de paden van de onafhankelijke variabelen naar omzetontwikkeling te fixeren op nul. Dit model past niet goed bij de data (chi-kwadraat=47,953, $p<0,000$). De chi-kwadraat verschiltoets geeft weer dat de nulhypothese dat het tweede model beter past moet worden verworpen (chi-kwadraat verschiltoets=44,338, $p<0,001$). Uit de resultaten is verder af te leiden dat de variabelen vakinhoudelijke en ondernemersspecifieke scholing geen effect hebben op de afhankelijke variabelen omzetontwikkeling en de intentie tot aanname van personeel. Het model wordt er niet beter van. Ook zijn niet alle typen ondernemerscompetenties meegenomen in de analyses, de factor creativiteit is bijvoorbeeld buiten beschouwing gelaten. In de onderstaande figuur presenteren we (alleen) de significante samenhangen tussen de

10 De zogenaamde 'skewness-maat' van deze variabele bedraagt 1,85 (SE=0,13).

verschillende variabelen. Het totale model verklaart 29,1% van de variantie in de intentie tot aanname van personeel.

Figuur 3.2 Resultaten structureel analytisch model (weergegeven zijn de significante, gestandaardiseerde effecten)



*** $p < .01$; ** $p < .05$; * $p < .10$

Een tussenbalans: ambitieus ondernemerschap nader bekeken

Uit de analyses komt allereerst naar voren dat geslacht en opleiding geen bepalende factoren zijn voor het verklaren van ambitieus ondernemerschap. Althans, niet in de sector die in deze studie centraal staat. Ook het sociale netwerk heeft geen effect. Een mogelijke verklaring voor het achterwege blijven van een relatie tussen de sociale netwerkinbedding en onze afhankelijke variabelen is dat de sociale inbedding eerder van invloed is op aspecten buiten het domein van het ondernemerschap, zoals de (ervaren) gezondheid, welzijn en het (sneller) kunnen vinden van een baan in loondienst. Sociale netwerkinbedding is dan van waarde, maar eerder buiten het speelveld van het zelfstandig ondernemerschap. Een andere verklaring is dat niet zozeer de zogenaamde ‘strong ties’ (zoals familiebanden en de vrienden- en kennissenkring) van belang zijn, maar eerder de ‘weak ties’ (of: de losse en kortstondige sociale contacten met anderen)¹¹. In deze studie is het sociale netwerk geoperationaliseerd in termen van ‘sterke’ sociale bindingen. Meer onderzoek is vanzelfsprekend nodig, maar onze bevinding plaatst in ieder geval de nodige vraagtekens bij een verondersteld positief effect van het sociale netwerk op ondernemerssucces. Om succes te boeken is eerder een dosis risicobereidheid en de inbedding in een professioneel netwerk van belang. Deze bevindingen vinden aansluiting bij de bestaande literatuur rondom ondernemerssucces

11 Zie voor een uiteenzetting van verschillende sociale verbanden, bijvoorbeeld, Granovetter (1973).

(vgl. Stam et al., 2012). Om ambities waar te kunnen maken moet je samenwerken met andere zzp'ers, gezien de positieve relatie met de te verklaren variabele omzetontwikkeling. Met het stijgen van de leeftijd en het aantal jaren ervaring als zzp'er neemt de omzetontwikkeling eerder af. Deze bevinding sluit aan bij onderzoek onder oudere ondernemers in het midden- en kleinbedrijf (MKB), waarbij eveneens een negatief verband is gevonden met de omzetontwikkeling en ontwikkeling in de werkgelegenheid (Ruis, 2012; zie ook Bosma, 2000). Risicobereidheid draagt daarentegen bij aan een positieve intentie tot aannahme van personeel, terwijl de variabele self-efficacy een negatief effect heeft. Dit laatste is niet verwonderlijk, aangezien het vertrouwen in eigen kunnen op gespannen voet kan staan met het aannemen van (en vertrouwen in) *anderen*. Een goede omzetontwikkeling lijkt, ten slotte, een noodzakelijke voorwaarde te zijn voor het in de toekomst aannemen van personeel.

Samenvattend laten de resultaten zien dat ambitieus ondernemerschap een combinatie is van individuele kenmerken (leeftijd), menselijk kapitaal (ondernemerscompetenties en ervaring) en netwerkinbedding (professioneel netwerk). Het model voorspelt op meer verfijnde wijze hoe we ambitieus ondernemerschap kunnen verklaren. Daarbij is omzetontwikkeling een relevante factor die voorafgaat aan de uiteindelijke intentie tot aannahme van personeel. Met deze bevindingen hebben we een belangrijke stap gezet in een beter begrip van ambitieus ondernemerschap. De resultaten zijn tevens van belang vanuit een beleidsperspectief. We komen hier in het afsluitende hoofdstuk op terug.

In dit hoofdstuk hebben we de oorzaken aangewezen achter het ambitieuze ondernemerschap. De vraag die nu resteert is welke meer algemene factoren ondernemerssucces in de ICT in de weg staan, en wat hiertegen kan worden gedaan. Zijn dit simpelweg de tegenvallende conjunctuur en gebrekkige afzetmarkt (De Vries et al., 2013), of spelen andere belemmeringen een rol in de ICT-sector? Hierover gaat hoofdstuk 4.

4 *Focusgroep: Belemmeringen en Oplossingen in de ICT*

In de enquête is ruimte ingebouwd voor de respondenten om ervaren knelpunten en oplossingen aan te dragen als het gaat om het werken als zelfstandige zonder personeel in de ICT. Deze signalen zijn tijdens een kleine focusgroepbijeenkomst voorgelegd aan personen die zich in de dagelijkse praktijk bezighouden met het thema zelfstandig ondernemen in de ICT. De namen van de deelnemers zijn bijgevoegd in de bijlage.

In het onderzoek hebben we onze respondenten onder andere bevroegd naar een aantal veel voorkomende knelpunten rond het werken als zelfstandige in de ICT. In totaal hebben 312 zzp'ers de bijbehorende vragen beantwoord. Hierbij hebben we aandacht voor de thema's uurtarifiering, de rol van bemiddelingsbureau's, de algemene voorwaarden van opdrachtgevers en het concurrentiebeding. We hebben de ondervraagden ook de mogelijkheid gegeven om zelf oplossingen aan te dragen om eventuele problemen op te lossen, dan wel deze in de toekomst te voorkomen. Ten slotte hebben we de respondenten via een open antwoordcategorie de mogelijkheid geboden om zelf een ervaren knelpunt en oplossingsrichting naar voren te schuiven.

Eerder in deze rapportage hebben we aangegeven dat er vooralsnog geen redenen zijn om aan te nemen dat we te maken hebben met een bias in onze steekproef. Tegelijkertijd blijft de nodige voorzichtigheid geboden bij het generaliseren naar de totale populatie, gezien het ontbreken van een vrij toegankelijk referentiebestand zzp'ers met achtergrondkenmerken in de ICT. Deze disclaimer is daarom ook in dit onderzoeksdeel van kracht.

Hieronder presenteren we allereerst de door de respondenten aangedragen problemen en oplossingsrichtingen voor de toekomst. Vervolgens reflecteren we in de hort kort op de aangedragen factoren. Als input voor deze reflectie maken we gebruik van inzichten afkomstig van de focusgroepbijeenkomst.

Uurtarieven: economische crisis raakt met name oudere zelfstandigen en ICT-projectmanagement

In totaal geeft 65 procent van alle respondenten aan dat de uurtarieven in de ICT onder druk staan. Er is hierbij noch samenhang met de genoten opleiding ($\chi^2=1,90; df=4$) noch met sekse ($\chi^2=0,31; df=1$). Wel is er een

associatie als het gaat om de opvattingen over het uurtarief en de leeftijd¹² (chi-square=13,51; df=2; p<,01); met het stijgen van de leeftijd wint de opvatting dat de uurtarieven in de ICT onder druk staan aan belang. Hoe moeten we deze laatste bevinding interpreteren? Een mogelijke verklaring is dat oudere zzp'ers (50 jaar en ouder) eerder uit noodzaak (zoals dreigende werkloosheid) als zzp'er aan de slag zijn gegaan (zie ook De Kok & Winnubst, 2007). Een dergelijke negatieve aanleiding om een bedrijf te starten kan samenhangen met minder goede ondernemerscompetenties, zoals het onderhandelen over het uurtarief. Verder zien we dat vooral in het ICT-projectmanagement de druk op het uurtarief wordt gevoeld. In totaal 75 procent van de respondenten die in deze tak van sport actief is geeft aan dat de uurtarieven teruglopen. Uurtarieven lopen overigens sterk uiteen. Eerder hebben we gezien dat de tarieven van onze respondenten variëren van 15 (webdesign en internethosting) tot 165 euro per uur (ICT-managementadvieswerk). Zoals aangegeven staan de uurtarieven volgens een substantieel deel van de ondervraagde zzp'ers steeds meer onder druk. Afgaande op een aantal uitingen via de open vervolgvraag is de economische crisis (en de toegenomen concurrentie) hier grotendeels debet aan. Volgens de geënquêteerden worden investeringen in de ICT vaker uitgesteld en verlangen (potentiële) opdrachtgevers steeds meer werk voor minder geld. Het verwachtingspatroon neemt onder opdrachtgevers toe. De vraag is natuurlijk wat hiertegen kan worden gedaan. Hieronder beschrijven we in het kort wat zzp'ers zelf aandragen als oplossingsrichting(en).

- *Kennis en ervaring als onderscheidend vermogen:* veel zzp'ers wijzen op het belang van kennis en innovatie. Het investeren in de eigen vaardigheden en specialisme(n) rechtvaardigen volgens diverse zzp'ers een hoger uurtarief.
- *Eigen meerwaarde en kwaliteit communiceren:* samenhangend met het vorige punt is het communiceren van de eigen meerwaarde (en ICT in brede zin) volgens verschillende respondenten ook een manier om de dalende uurtarieven tegen te gaan. Dit zou op dit moment nog te weinig gebeuren.
- *Ontwikkeling ICT-keurmerk:* opvallend is de roep van een deel van de ondervraagden voor een ICT-keurmerk. De ontwikkeling van een keurmerk roept immers vragen op naar welke criteria hieraan ten grondslag moeten liggen. Bovendien kan een individuele zzp'er zich al onderscheiden via zijn of haar referenties. Een keurmerk kan echter dienen als kwaliteitslabel en gaat 'de wildgroei aan beunhazerij' tegen, aldus een respondent.
- *Liever geen tussenpersonen:* een 'klassiek' thema onder zelfstandigen is de rol van de bemiddelaar. Volgens diverse respondenten prijzen

12 We hanteren hierbij de leeftijdsverdeling: jonger dan 25 jaar, 25-49 jaar en 50+.

intermediaire partijen zzp'ers uit de markt via te hoge marges en is niet altijd even goed duidelijk op basis van welke inspanningen bemiddelaars hun kostenstructuur baseren.

- *Kwestie van slechte economische omstandigheden 'uitzitten'*: er zijn ten slotte ook respondenten die aangeven dat het een kwestie is van 'uitzitten' totdat de Europese schuldencrisis en de afgenomen bereidheid om te investeren in ICT voorbij zijn.

De deelnemers aan de focusgroepbijeenkomst onderschrijven de signalen dat tarieven onder druk staan. De economische crisis is goed voelbaar. Voor veel zzp'ers loopt de omzetonwikkeling momenteel terug. Wat kan hiertegen worden gedaan? Wat uit de discussie naar voren komt is het belang van ondernemerscompetenties. Niet het vakinhoudelijke aspect, maar het vermogen om te kunnen onderhandelen over tarieven en opdrachtgevers te overtuigen dat aan kwaliteit een 'prijkaartje' hangt. Dit kan in de praktijk lastig zijn; een opdracht is -op korte termijn- beter dan geen opdracht. Toch is het devies aan zzp'ers om zich bewust te zijn van het werken voor (te) lage tarieven. Op de lange termijn selecteren opdrachtgevers op de geleverde kwaliteit. Door aan te geven dat aan kwaliteit een prijskaartje hangt, voorkomt de zzp'er dat hij/zij structureel in een ondergeschikte positie belandt. Bewust hiermee bezig zijn voorkomt een te hoge werkdruk en het werken tegen een (te) laag inkomen voor hooggekwalificeerd werk. Aangezien zzp'ers in de ICT in beperkte mate scholen in ondernemersvaardigheden, is op dit vlak winst te behalen. Over de rol van de bemiddelaar komen we in de volgende paragraaf te spreken.

Rol bemiddelingsbureau: 'friend or foe'?

Hierboven kwam al even de rol van bemiddelaars ter sprake. Het is een terugkerende discussie (ook in de ICT): is het bemiddelingsbureau nu een 'friend or foe'? Bemiddeling in de Zzp-markt is een algemeen verschijnsel en heeft natuurlijk ook de nodige voordelen voor zzp'ers. Zo neemt het een deel van de acquisitie-inspanningen uit handen en wordt zorg gedragen voor een over het algemeen snelle facturering. Resultaten uit een recente meting van ZZP-barometer van platform Victor Mundi (2013) laten zien dat maar liefst 58 procent van alle ZZP'ers in Nederland wel eens te maken heeft met een bemiddelingsbureau. Uit onze eigen meting blijkt dat volgens 44 procent van de ondervraagden de rol van bemiddelaars in hun beleving te groot is geworden. Er is hierbij geen verband met de genoten opleiding ($\chi^2=1,73; df=4$). Ook vinden we geen relatie met de factoren sekse ($\chi^2=0,10; df=1$) en leeftijd ($\chi^2=4,45; df=2$). Een probleem lijkt te liggen in de transparantie van bemiddelaars ('wat doen ze eigenlijk voor mij?', zoals iemand dit verwoordt) en het gegeven dat grotere opdrachtgevers vaak via ('preferred') bemiddelingsbureau's werken. De zzp'er is dan niet in staat

om rechtstreeks opdrachten binnen te halen. Een ander knelpunt lijkt te maken te hebben met de door bemiddelaars berekende marges, een probleem dat ook in het al eerder aangehaalde Victor Mundi-onderzoek wordt gesignaleerd; 45 procent van de ondervraagden is van mening dat hierbij irreële marges worden gehanteerd. Ook nu hebben we zzp'ers in staat gesteld om hun oplossingen aan te dragen:

- *Aanpassing aanbestedingsregels:* volgens een deel van de respondenten moeten de bestaande aanbestedingsregels worden aangepast en/of verdienen ze verheldering. We merken hierbij wel op dat de nieuwe Aanbestedingswet (per 1 april 2013) al in mogelijkheden voor zzp'ers voorziet om in aanmerking te komen voor (grotere) overheidsopdrachten. Desalniettemin zijn de regels en procedures rondom grotere aanbestedingstrajecten in de beleving van zzp'ers soms (te) complex.
- *Zet in op online marktplaatsen:* veel zzp'ers zien liever dat opdrachtgevers zelf het contact zoeken met zzp'ers. Door enkele zzp'ers wordt in dit verband het voorbeeld van de Nederlandse Spoorwegen (NS) aangehaald, die vorig jaar een online marktplaats voor zzp'ers is gestart. Ook de online marktplaats van het Uitvoeringsinstituut Werknemersverzekeringen (UWV) wordt genoemd.
- *Zoek de samenwerking met anderen:* om bemiddelaars te omzeilen moeten zzp'ers meer de samenwerking zoeken, vinden onze respondenten. In de praktijk zien we al steeds meer samenwerking ontstaan tussen zzp'ers (zoals coöperaties) om gezamenlijk (grotere) opdrachten binnen te halen.
- *Onderscheid kaf van het koren:* verschillende respondenten onderschrijven het belang van bemiddelingsbureau's, maar ze zien simpelweg door de bomen het bos niet meer. Er is, net zoals we eerder hebben gezien bij de bespreking van het thema 'uurtarifiering', behoefte aan een onderscheid van bemiddelingsbureau's naar hun kwaliteit.

De deelnemers aan de focusgroepbijeenkomst ondersteunen de opkomst van marktplaatsen. Daarnaast worden binnen de overheden inkooptrajecten toegankelijk(er) voor zzp'ers. Bemiddeling via een bureau kan winst opleveren voor zowel zzp'er als opdrachtgever; vraag en aanbod worden relatief snel bij elkaar gebracht en het bemiddelingsbureau draagt bij aan lagere transactiekosten (dit is zeker tijdens economische recessie geen overbodige luxe, waarbij bovengemiddeld veel zzp'ers op openstaande opdrachten reageren). Een knelpunt dat onze gesprekspartners onderschrijven zijn de soms hoge marges (20 tot 30%) die worden berekend voor bemiddeling. Voor het werk van een bemiddelaar mag een vergoeding bestaan, maar niet altijd is even duidelijk waar deze marge op is gebaseerd. We stellen daarom voor om zorg te dragen voor meer transparantie in het werkveld van de bemiddelaar. Op basis van welke activiteiten is een vergoeding gebaseerd? Gedacht kan

bijvoorbeeld worden aan twee verschillende marges, een meer uitgebreide vergoeding en een 'light' variant voor bemiddeling, zodat de zzp'er weet waar hij/zij aan toe is. De zzp-organisaties kunnen in samenwerking met de grotere bemiddelaars in de ICT het voortouw nemen om verandering tot stand te brengen.

Algemene voorwaarden opdrachtgevers: eigen verantwoordelijkheid zzp'ers

Soms vormen de algemene voorwaarden van opdrachtgevers (zoals een resultaatverplichting en/of de aansprakelijkheid bij eventuele schade) voor zzp'ers een probleem. Deze voorwaarden moeten over het algemeen worden geaccepteerd om voor een opdracht in aanmerking te komen. In totaal 30 procent van de zzp'ers geeft aan dat de algemene voorwaarden van opdrachtgevers te strak en/of te onduidelijk zijn. Leeftijd hangt niet met deze opvatting samen (chi-square=0,82; df=2). Hetzelfde geldt voor de factoren sekse (chi-square=0,32; df=1) en opleidingsniveau (chi-square=3,96; df=4). Onze respondenten hebben in de kern twee adviezen om hier (beter) mee om te gaan:

- *Niet blindelings voorwaarden accepteren:* op de eerste plaats zijn zzp'ers van mening dat de algemene voorwaarden niet blindelings moeten worden geaccepteerd. 'Niet blindelings telenen!', schrijft iemand. 'Stel bij onduidelijkheden vragen over de voorwaarden', stelt een ander.
- *Kwestie van eigen verantwoordelijkheid:* verschillende zzp'ers onderhandelen over de algemene voorwaarden. Dit is volgens de respondenten overigens vooral in het midden- en kleinbedrijf goed mogelijk. Wat opvalt is dat de door ons bevroegde zzp'ers bijna unaniem van mening zijn dat dit probleem de eigen verantwoordelijkheid van zelfstandigen betreft. Zeker in de ICT is het, bijvoorbeeld in het kader van eventuele schade, aan te raden om met goed uitgewerkte algemene voorwaarden te werken en er bij verschillen van inzicht samen met de opdrachtgever uit te komen.

Wat betreft de algemene voorwaarden van opdrachtgevers zijn de deelnemers aan de expertbijeenkomst eensgezind: dat is een kwestie van eigen verantwoordelijkheid. Succesvol zzp-schap betekent volgens de deelnemers niet alleen grenzen stellen aan de hoogte van tarieven waarvoor gewerkt wordt, maar ook het voorkomen dat tegen onduidelijke algemene voorwaarden wordt gewerkt. Ook nu benadrukken de deelnemers dat zzp'ers niet alleen bezig moeten zijn met het zorgen voor continuïteit op korte termijn, maar ook met het voorkomen van problemen op de langere termijn. Dat is een kwestie van individuele verantwoordelijkheid, alhoewel ook instituties hierin een rol kunnen spelen. Hierover gaat de laatste paragraaf.

Afspraken in een concurrentiebeding: het liefst afschaffen

De afspraken in een concurrentiebeding (afspraken in overeenkomsten van opdrachtgevers, bemiddelaars en voormalige werkgevers) vormen voor 25

procent van de ondervraagde respondenten een probleem. Dit probleem kan zich voordoen als een zzp'er van opdracht wisselt. Verbanden met sekse ($\chi^2=0,00$; $df=1$) en opleidingsniveau ($\chi^2=5,11$; $df=4$) zijn hierbij niet aangetroffen. Wel is er een relatie met leeftijd ($\chi^2=7,81$; $df=2$; $p<,05$); jongere zzp'ers ervaren eerder een probleem met afspraken in een concurrentiebeding in vergelijking met oudere leeftijdsgroepen. Het kan zijn dat dit knelpunt zich simpelweg sneller voordoet bij jongere ondernemers, aangezien zij nog (onvoldoende) ervaring hebben met de specifieke gevolgen van het werken via een concurrentiebeding. De bevroegde zzp'ers zijn overigens bijzonder duidelijk over het concurrentiebeding: 'afschaffen' is het devies. Volgens de zzp'ers beperkt een concurrentiebeding de keuzevrijheid van zelfstandigen (men kan bijvoorbeeld na bemiddeling voor een bepaalde periode niet rechtstreeks zaken doen met de opdrachtgever) en het is in die zin nadelig voor de flexibiliteit van de economie als geheel.

Volgens de deelnemers is het niet mogelijk om een concurrentiebeding tussen opdrachtgever en zzp'er volledig af te schaffen. In de gevallen dat iemand voor zichzelf begint en de duurzame relatie(s) van zijn of haar ex-werkgever wil benaderen, komt een concurrentiebeding vaak voor. Dit is volgens de deelnemers begrijpelijk. Zzp'ers moeten echter beducht zijn voor 'buitensporige' vormen van een concurrentiebeding, ook als er gewerkt wordt via een bemiddelaar (denk aan termijnen van meer dan een jaar waarbij zzp'ers niet in staat zijn om voor concurrerende bemiddelingsbureau's te werken). De Autoriteit Consument en Markt (ACM) heeft in dit geval een rol, aangezien zij zorg draagt voor een eerlijke concurrentie. Daarnaast ligt er volgens de deelnemers ook nu een taak voor de zzp'er zelf. Inzicht dat het niet verstandig is om zaken te doen onder buitensporige voorwaarden, veronderstelt het hebben van ondernemerscompetenties, zoals acquisitievervaardigheden en zakelijk inzicht.

Om in een algemeen verband de risico's van het zzp-schap te verlagen is scholing in de ondernemerscompetenties van zzp'ers aan te bevelen. In eerste instantie gaat het hierbij om het verhogen van het bewustzijn. Een andere, meer algemene, aanbeveling richt zich op de voorkant van het zzp-traject. In dit onderzoek is de eigen verantwoordelijkheid van de zzp'er al enkele keren ter sprake gekomen. Aangezien overheidsbeleid een belangrijke rol speelt bij de groei van het zzp-schap in Nederland (Dekker, 2013; Van Es & Van Vuuren, 2010), verdient het aanbeveling om scherper naar het ondernemersinzicht en overlevingskansen van startende zzp'ers te kijken. Niet iedereen is van huis uit ondernemer. Dit betekent niet 'slechts' het benadrukken van eigen verantwoordelijkheid in de omgang met bemiddelaars en het hebben van de vereiste competenties, maar ook een lichte 'selectie' aan de poort om problemen (een zwakkere marktpositie) in een latere fase te voorkomen. Gemeenten, UWV en het Digitale Ondernemersplein kunnen hierbij samenwerken. De notitie 'Bewijs Van Ondernemerschap' (BVO) van verschillende zzp-organisaties in Nederland bevat een aantal praktische aanknopingspunten als het gaat om de concrete uitwerking.

5 Conclusies

Zzp'ers in de ICT zijn echte professionals. Het zijn hoogopgeleide ondernemers, waarvan de meerderheid in de afgelopen twaalf maanden vakinhoudelijke scholing heeft gevolgd. Maar zijn het ook ambitieuze ondernemers? Stam (2012) heeft serieuze twijfels, het zijn volgens hem in ieder geval niet de 'innovators' die bijdragen aan meer economische groei. Ook een recente rapportage van de ABN AMRO (2013) onder ruim 600 zzp'ers laat zien dat twee derde van de door hen bevroegde ondernemers opziet tegen het doen van acquisitie, terwijl dit op voorhand een wezenlijk karakter is van het zzp-schap. De bevinding dat het overgrote deel van de zzp'ers bovendien niet de intentie heeft om in de toekomst personeel aan te nemen (De Vries et al., 2013), past in hetzelfde beeld: zzp'ers lijken niet de zo gewenste ambitieuze ondernemers te zijn. In dit onderzoek staan we stil bij het begrip 'ambitieuze ondernemerschap' in de ICT. Welke factoren hangen eigenlijk samen met ambitieus ondernemerschap en wat kan worden gedaan om dit te bevorderen? Voor dit onderzoek hebben we gebruikgemaakt van inzichten in de bestaande literatuur, gegevens van zzp'ers (N=349) en een focusgroepbijeenkomst met experts in de ICT-branch. In voorgaand onderzoek is het begrip ambitieus ondernemerschap slechts in beperkte mate en zeer fragmentarisch bestudeerd in relatie tot de groep zzp'ers. Via dit onderzoek leveren we een bijdrage aan de literatuur en aan beleidsdiscussies rondom het stimuleren van groei onder zzp'ers.

Ambitieuze ondernemerschap: een kwestie van netwerken en risicobereidheid

Uit de statistische analyses valt te concluderen dat het professionele netwerk een belangrijke voorspeller is van omzetgroei. Een hogere omzet resulteert vervolgens in een grotere intentie om in de toekomst personeel aan te nemen. Dat het professionele netwerk belangrijk is voor ondernemerssucces, is conform de verwachtingen. Nieuw is de bevinding dat er geen relatie is met de intentie tot aanneming van personeel. Het in verklaringsmodellen gelijktijdig gebruiken van verschillende maten voor ondernemerssucces (omzetontwikkeling en de intentie tot aanneming van personeel) is daarom relevant. Er is geen verband met het sociale netwerk van zzp'ers. Gezien de operationalisering van dit begrip is niet gezegd dat er helemaal geen relatie kan bestaan, maar we plaatsen hier wel vraagtekens bij. Verder valt ons op dat risicobereidheid positief samenhangt met zowel de omzetontwikkeling als de intentie tot

aanname van personeel. Het adagium ‘succesvol ondernemen is risico nemen’, lijkt dus te kloppen. Oudere zzp’ers noteren gemiddeld een lagere omzetontwikkeling en ook de kans dat men bereid is personeel aan te nemen, neemt af met het stijgen van de leeftijd. Bosma et al. (2000) vonden eerder vergelijkbare verbanden. Vanuit een beleidsperspectief is een belangrijke conclusie dat het stimuleren van samenwerking zinnig is. Door elkaars kennis en vaardigheden te verbinden kunnen meer opdrachtgevers worden bereikt en grotere klussen worden aangenomen. Maar hoe valt samenwerking te stimuleren? De (lokale) overheid zou dit bijvoorbeeld kunnen doen door de leegstand op de kantorenmarkt in de toekomst beter af te stemmen op de (flexibele) behoeften van zzp’ers om gedurende de looptijd van een project met elkaar samen te werken (De Vries & Van den Besselaar, 2013). Daarnaast spelen steeds meer zzp’ers ook zelf in op de voordelen van samenwerking, bijvoorbeeld via het oprichten van een coöperatie.

Investeer in ondernemerscompetenties en een transparantere bemiddelingsbranche

Het beschikken over voldoende ondernemerscompetenties (risicobereidheid, zelfvertrouwen, acquisitievaardigheden et cetera) zijn volgens zowel de ondervraagde zzp’ers als deelnemers aan de focusgroepbijeenkomst een (gedeeltelijke) garantie voor ondernemerssucces. Belangrijke knelpunten, zoals dalende tarieven en het werken via ongunstige algemene voorwaarden en een concurrentiebeding, zijn (deels) te ondervangen via een ‘zakelijke(re) houding’ naar opdrachtgevers en bemiddelaars. Zzp’ers moeten niet exclusief gericht zijn op het belang van de korte termijn (het hebben van een opdracht). Het gaat veel meer om het uitdragen van een visie op de lange(re) termijn (‘kwaliteit kost geld’). Ondernemersvaardigheden dragen bij aan deze houding en versterken de positie van een zzp’er op de markt. Daarnaast heeft de Autoriteit Consument en Markt (ACM) een rol bij het tegengaan van ‘buitensporige’ vormen van werken via een concurrentiebeding. Daarnaast geldt dat bemiddelaars soms (te) ruime marges hanteren voor diensten die niet altijd even duidelijk zijn. Dit beperkt zzp’ers in hun (financiële) bewegingsvrijheid. We pleiten daarom voor meer transparantie in het dienstenaanbod van bemiddelingsbureau’s. Er kan bijvoorbeeld gedacht worden aan twee verschillende marges, een meer uitgebreide vergoeding en een ‘light’ variant voor bemiddeling, zodat de zzp’er weet waar hij/zij aan toe is.

Aandacht voor ondernemerscompetenties startende zzp’ers

Ten slotte vragen we aandacht voor de ondernemerscompetenties van startende zzp’ers. De overheid draagt, via fiscale bevoordeling, bij aan de groei van het aantal zzp’ers in ons land (zie bijvoorbeeld Van Es & Van Vuuren, 2010) en het hebben van ondernemerscompetenties voor ondernemerssucces is van belang. Daarom lijkt het verstandig om aan de voorkant van het zzp-traject startende zzp’ers goed voor te lichten over de voor- en nadelen van

het zzp-bestaan. Dit impliceert ook een lichte 'selectie' aan de poort om problemen (een zwakkere marktpositie) in een latere fase te voorkomen. Gemeenten, UWV en het Digitale Ondernemersplein kunnen hierbij samenwerken. De notitie 'Bewijs Van Ondernemerschap' (BVO) van verschillende zzp-organisaties in Nederland bevat een aantal praktische aanknopingspunten voor de concrete uitwerking.

Ons onderzoek kent, vanzelfsprekend, ook enkele beperkingen. Allereerst heeft de studie een cross-sectioneel design. Dit bemoeilijkt het doen van definitieve en causale uitspraken. Daarnaast staat een enkele sector van de economie centraal en is het wenselijk om meerdere indicatoren voor het sociale netwerk in toekomstige studies op te nemen. Anderzijds hebben we met deze studie een bijdrage geleverd aan een vollediger begrip van het ambitieuze ondernemerschap. en biedt dit onderzoek de uitgelezen mogelijkheid voor anderen om weer op voort te bouwen.

Literatuur

- ABN AMRO (2013). *De toekomst aan de ZZP'er*. Amsterdam: ABN Amro.
- Audretsch, D. (2007). *The Entrepreneurial Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Becker, G. (1985). Human Capital, Effort and the Sexual Division of Labor, *Journal of Labor Economics*, 3(1): 33-58.
- Bird, B. (1995). Towards a theory of entrepreneurial competency, *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 2: 51-72.
- Bosma, N., Van Praag, M., Thurik, R. & De Wit, G. (2002). *The value of human and social capital investments for the business-performance of start-ups*. Tinbergen Institute Discussion Paper.
- Bosma, N., Van Praag, M. & De Wit, G. (2000). *Determinants of successful entrepreneurship*. Zoetermeer: EIM.
- Bouwman, D. (2008). *Digitale Cowboys*. Utrecht: FNV Zelfstandigen.
- Boyatzis, R. (1982). *The Competent Manager: A Model for Effective Performance*. New York: Wiley.
- Brush, C., Greene, P., & Hart, M. (2001). From initial idea to unique advantage: The entrepreneurial challenge of constructing a resource base, *Academy of Management Executive*, 15: 64-78.
- CBS (2011). *Meetlat sociaal kapitaal*. Den Haag/Heerlen: CBS.
- CBS (2012). *ICT, kennis en economie 2012*. Den Haag/Heerlen: CBS.
- Chandler, G. & Jansen, E. (1992). The founder's self-assessed competence and venture performance, *Journal of Business Venturing*, 7(3): 223-236.
- Cooper, A., Gimeno-Gascon, F. & Woo, C., (1994). Initial human and financial capital as predictors of new venture performance, *Journal of Business Venturing*, 9(5): 371-395.
- Dekker, F. (red. 2013). *En toen waren er zzp'ers*. Den Haag: Boom Lemma.
- Dosker, R., Risseeuw, P., Willebrands, D. & Berden, C. (2011). Het verschil dat de zzp'er maakt, *Tijdschrift voor Arbeidsvraagstukken*, 27(3): 306-317.

- Es, F. van, & Vuuren, D. van, (2010). Een decompositie van de groei van het aandeel zelfstandigen in de beroepsbevolking, *TPEdigitaal*, 4(3): 126-148.
- Europese Commissie (2010). *Entrepreneurship in the EU and beyond*. Brussel: EC.
- Euwals, R. (2010). Crisis zonder massawerkloosheid; in Nederland kan het, *Me Judice*, (3): 11 augustus 2010.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties, *American Journal of Sociology*, 78(6): 1360-1380.
- Groves, R. (2006). Nonresponse rates and nonresponse bias in household surveys, *Public Opinion Quarterly*, 70(5): 646-675.
- Huber, L., Sloof, R. & Praag, M. van, (2012). *The effect of early entrepreneurship education: evidence from a randomized field experiment*. Bonn: IZA.
- Jager, W. de, (2013). *ZZP Monitor 2013*. Utrecht: Myler Research.
- Koning, J. de, (2012). *Hoe zorgen we voor voldoende gekwalificeerd personeel in de Industrie?* Rotterdam: SEOR.
- Kok, J. de, & Winnubst, M. (2007). *De senior ondernemer in de zilveren economie. Over het belang van senioren als beginnende ondernemers*. Zoetermeer: EIM.
- Koster, S. & D Vries, N. de, (2011). Bundeling van kracht, of gezamenlijk op jacht?, *Tijdschrift voor Arbeidsvraagstukken*, 27(3): 325-344.
- Mevissen, J. & Berg, N. van den, (2011). De januskop van de zzp'er, *Tijdschrift voor Arbeidsvraagstukken*, 27(3): 264-280.
- Mevissen, J., Heuts, L. & Van Leenen, H. (2013). *Grote dynamiek in kleinschalig ondernemerschap*. Den Haag: Boom Lemma.
- Millan, J., Congregado, E. & Roman, C. (2010). Determinants of self-employment, *Lecturas de Economía*, 72: 45-76.
- Ministerie van Economische Zaken (2001). *De succesvolle ondernemer*. Den Haag: EZ.
- Nederland ICT (2011). *ICT Marktmonitor 2011*. Woerden: Nederland ICT.
- Nederland ICT (2012). *ICT Marktmonitor 2012*. Woerden: Nederland ICT.
- Praag, M. van, (2005). *Successful Entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Riele, S. te, (2002). Vertekening door non-repons, *Sociaaleconomische maandstatistiek*, 2002/4.
- Ruis, A. (2012). *Vergrijzing MKB-ondernemers zet bedrijfsprestaties onder druk*. Zoetermeer: Panteia.

- RWI (2009). *Zzp'ers en hun marktpositie*. Den Haag: RWI.
- Schop, E. (2012). ICT populair vakgebied bij zzp'ers, gedownload via www.automatiseringgids.nl
- SCP (2013). *Aanbod van arbeid 2012*. Den Haag: SCP.
- Stam, E. (2012). Haal zzp'ers alsjeblieft van fiscaal infuus af, gedownload via www.trouw.nl
- Stam, E. & Bosma, N. (2012). *Entrepreneurship update. Ambitieuze ondernemerschap*. Amsterdam: ACE.
- Stam, E., Bosma, N., Van Witteloostuijn, De Jong, J., Bogaert, S., Edwards, N. & Jaspers, F. (2012). *Ambitious Entrepreneurship*. Den Haag: AWT.
- Stam, E. (2013). De Nederlandse Ondernemerschap Paradox, in: Scheele, D. (red.). *Flexibiliteit en Zekerheid op een Dynamische Arbeidsmarkt*. Den Haag: SZW.
- Teeuw, B., Schwarzer, R., & Jerusalem, M. (1994). *Dutch adaptation of the general self-efficacy scale*. Zie: <http://userpage.fu-berlin.de/~health/dutch.htm>
- TNO/CBS (2013). *Zelfstandigen Enquête Arbeid 2012*. Hoofddorp: TNO.
- Victor Mundi (2013). *ZZP Barometer. Bemiddeling en Marges*. Gedownload via www.IT-staffing.nl
- Vries, N. de, (2011). *Smering voor de nering*. Zoetermeer: EIM.
- Vries, N. de, & Vroonhof, P. (2010). *Stand van zaken zonder personeel*. Zoetermeer: EIM.
- Vries, N. de, Liebrechts, W. & Vroonhof, P. (2012). *Hoe ondernemend zijn zzp'ers?* Zoetermeer: EIM.
- Vries, N. de, & Van den Besselaar, R. (2013). *Alles flex, is dat een mismatch?* Zoetermeer: Panteia.
- Vries, N. de, Bruins, A. & Vroonhof, P. (2013). *Ambities en vermogensopbouw van zzp'ers*. Zoetermeer: Panteia.
- Walker, E. & Brown, A. (2004). What success factors are important to small business owners?, *International Small Business Journal*, 22(6): 577-594.
- Westlund, H. & Adam, F. (2010). Social capital and economic performance: A meta-analysis of 65 studies, *European Planning Studies*, 18(6): 893-919.

Bijlage

Deelnemers focusgroepbijeenkomst

Wessel van Alphen (IT-Staffing)

Roel van der Beek (Kamer van Koophandel)

Rene Blaak (Belastingdienst)

Fabian Dekker (Verwey-Jonker Instituut)

Linde Gonggrijp (FNV Zelfstandigen)

Insaf el Kaddouri (Verwey-Jonker Instituut, verslaglegging)

Ivo Poulissen (Nederland ICT)

David Uijl (Kamer van Koophandel)

Colofon

Opdrachtgever
Auteurs

FNV Zelfstandigen
Dr. F.P.S. Dekker

Drs. M.E. Aussems

Omslag
Uitgave

Ontwerppartners, Breda
Verwey-Jonker Instituut
Kromme Nieuwegracht 6
3512 HG Utrecht
T (030) 230 07 99
E secr@verwey-jonker.nl
I www.verwey-jonker.nl

De publicatie kan gedownload en/of besteld worden via onze website:
<http://www.verwey-jonker.nl>.

ISBN 978-90-5830-589-3

© Verwey-Jonker Instituut, Utrecht 2013.

Het auteursrecht van deze publicatie berust bij het Verwey-Jonker Instituut.

Gedeeltelijke overname van teksten is toegestaan, mits daarbij de bron wordt vermeld.

The copyright of this publication rests with the Verwey-Jonker Institute.

Partial reproduction of the text is allowed, on condition that the source is mentioned.



In Nederland zijn steeds meer zzp'ers actief. De belangrijkste bijdrage van zzp'ers voor de economie zit in de geboden flexibiliteit aan het bedrijfsleven. Tegelijkertijd zijn er maar weinig zzp'ers die de intentie hebben om in de toekomst door te groeien naar een onderneming met personeel. In de beleidsdiscussie wordt ook wel gesproken over een gebrek aan ambitieuze ondernemers. Bestaand onderzoek naar de factoren die ambitieus ondernemerschap beïnvloeden is echter schaars. Het Verwey-Jonker Instituut onderzoekt in deze publicatie hoe het ambitieus ondernemerschap in de ICT-sector is te verklaren en wat kan worden gedaan om knelpunten in de toekomst op te lossen. De onderzoekers maken hierbij gebruik van verschillende onderzoeksmethoden. Uit de resultaten blijkt onder andere dat het professionele netwerkgebruik en risicobereidheid belangrijke voorspellers zijn van omzetgroei en de intentie om personeel aan te nemen.

