

Oorzaken van falen bij vrouwelijke ondernemers

Student: Samantha Francisco

Hogeschool van Amsterdam –
Business & Economie

Bedrijfskunde MER

Titelblad

Titel:	Oorzaken van falen bij vrouwelijke ondernemers
Ondertitel:	<i>Wat zijn de oorzaken van falen bij vrouwelijke ondernemers in Nederland?</i>
Auteur:	Samantha Francisco
Studentennummer:	500715236
Afstudeerbegeleider:	Mevr. Drs. M.D.M. Lenferink M.M.
2 ^e lezer:	Mevr. Mr. Drs. M.A. van der Valk
Bedrijfsbegeleider:	Mevr. Dr. J.W.G.M. Martens
Instituut:	Hogeschool van Amsterdam
Opleiding	Bedrijfskunde MER
Datum:	September 2020
Plaats:	Amsterdam
Versie:	Regulier

Voorwoord

Ter afronding van mijn voltijdopleiding Bedrijfskunde MER bij de faculteit Business en Economie voer ik een afstudeeropdracht uit. Deze afstudeeropdracht heeft betrekking op een actueel vraagstuk uit de beroepspraktijk. Met het uitvoeren van de afstudeeropdracht toon ik aan dat ik beschik over de eindkwalificaties die de opleiding Bedrijfskunde in haar opleidingsprofiel heeft vastgesteld.

De opdracht wordt uitgevoerd voor het Lectoraat Entrepreneurship op de Hogeschool van Amsterdam, met het onderwerp; oorzaken van falen bij vrouwelijke ondernemingen.

Dit rapport is gemaakt door Samantha Francisco in de periode van 13 april t/m 4 december 2020.

Tot slot wil ik de medewerkers van het Lectoraat Entrepreneurship bedanken voor de bevordering van het onderzoek. Ook wil ik mijn bedrijfsbegeleider Jeanne Martens en afstudeerbegeleider Marieke Lenferink bedanken voor de goede begeleiding.

Amsterdam, 4 december 2020



1. Inhoudsopgave

2. Managementsamenvatting	6
3. Inleiding	8
3.1 Omschrijving van de organisatie.....	8
3.2 Aanleiding	10
3.3 Probleemherkenning.....	11
3.4 Onderzoeksdoel	11
3.5 De voorlopige onderzoeksvraag	12
3.6 Belanghebbenden	12
3.7 Relevantie	13
3.8 Opbouw afstudeerrapport	14
4. Theoretisch kader	15
4.1 Begrippen.....	15
4.2 Falen in het ondernemen	17
4.3 De rollen van sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal.....	18
4.4 Vrouwen en ondernemen.....	20
4.5 De definitieve onderzoeksvraag, adviesvraag en deelvragen.....	21
4.6 Operationaliseren theorie.....	23
5. Onderzoeksmethode	24
5.1 Dataverzameling en data-analyse	24
5.2 Populatie.....	25
5.3 Methode per deelvraag	26
5.4 Onderzoeksmatrix.....	27
5.5 Validiteit en betrouwbaarheid.....	27
6. Onderzoeksresultaten	29
6.1 Codeboek	29
6.2 Financiën.....	30

6.3	<i>Sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal</i>	35
6.4	<i>Genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden</i>	41
7.	Conclusie, aanbevelingen en reflectie	45
7.1	<i>Conclusie</i>	45
7.2	<i>Aanbevelingen</i>	46
7.3	<i>Reflectie</i>	49
8.	Bijlage	51
8.1	<i>Literatuur</i>	51
8.2	<i>Tabellen</i>	56
8.3	<i>Strokenplanning</i>	58
8.4	<i>Verkennend interview</i>	59
8.5	<i>Bedrijfsbezoek</i>	63
8.6	<i>Vragenlijst</i>	65
8.7	<i>Uitnodiging</i>	73
8.8	<i>Interviewopzet</i>	74
8.9	<i>Interviews</i>	76
8.10	<i>Beoordeling afstudeeropdracht</i>	77

2. Managementsamenvatting

In Nederland starten steeds meer vrouwen een eigen onderneming, in de afgelopen 5 jaar is dit aantal met bijna 30% gestegen (KvK, 2020). Kortom, steeds meer vrouwen kiezen voor het ondernemerschap. De huidige literatuur over ondernemerschap laat het gendersaspect veelal buiten beschouwing en daarom is tot op heden nog weinig bekend over de oorzaken van falen bij specifiek Nederlandse vrouwelijke ondernemers. Het lectoraat Entrepreneurship schetst op dit moment een onvolledig beeld van ondernemerschap ten aanzien van de vrouwelijke studenten, de huidige populatie vrouwelijke ondernemers en het veld om de ondernemers heen. Om dit kennistekort te dichten wil het lectoraat achterhalen wat de mogelijke oorzaken zijn waarom Nederlandse vrouwelijke ondernemers falen. De hoofdvraag van dit onderzoek luidt dan ook als volgt:

Wat zijn de oorzaken van falen bij vrouwelijke ondernemers in Nederland?

De resultaten van dit onderzoek tonen overeenkomsten en verschillen aan, met wat in het theoretisch kader is gevonden over factoren die mogelijk invloed hebben op het falen in het ondernemen. Op basis van het theoretisch kader zijn drie categorieën van falen geïdentificeerd. Deze zijn: financiën, het sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal en genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden. Uit de interviews is gebleken dat de problemen die de vrouwelijke ondernemers hebben ervaren op het gebied van financiën en het sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal hebben geleid tot falen in het ondernemen. De problemen op het gebied van genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden, wordt door de respondenten niet beschouwd als een reden tot falen. Aangezien dit onderwerp alleen in de zes gehouden diepte-interviews is besproken, verdient het aanbeveling om hier nader onderzoek naar te doen. De bevindingen van dit onderzoek hebben inzicht verschaft in de beweegredenen, keuzes en tegenslagen van de vrouwelijke ondernemers in Nederland. Aan de hand van deze bevindingen kan antwoord worden gegeven op de adviesvraag:

Hoe kan het lectoraat het kennistekort verkleinen op het gebied van falen in het ondernemen bij vrouwelijke ondernemers in Nederland?

Ten eerste, wordt het lectoraat geadviseerd om dit onderzoek te gebruiken voor verder wetenschappelijk onderzoek en het schrijven van een wetenschappelijk artikel. Zodat de huidige en toekomstige generatie vrouwelijke ondernemers een nauwkeuriger beeld van ondernemerschap krijgen. Met het idee dat zij zo beter kunnen anticiperen op mogelijke risico's en tegelijkertijd

weloverwogen keuzes maken om falen te voorkomen. Ten tweede, kan het lectoraat kiezen om de bevindingen en lessen uit dit onderzoek – al dan niet aangevuld met vervolgonderzoek – te vertalen naar lessons learned, om het werkveld om ondernemers heen te informeren en te inspireren. Zo kunnen zij rekening houden met de aspecten en bepaalde barrières die vrouwelijke ondernemers ervaren. Met als gevolg dat zij hen zo beter kunnen helpen. Ten derde, kan het lectoraat kiezen om een presentatie te geven op een conferentie waarin lessen worden geformuleerd op het gebied van falen in het ondernemen bij vrouwelijke ondernemers. Hiermee kan het lectoraat vrouwelijke ondernemers ondersteunen en adviseren in wat zij kunnen doen als zij te maken krijgen met bepaalde problemen. Tot slot, wordt het lectoraat geadviseerd om het onderwijsprogramma Ondernemerschap aan te vullen. Zij kunnen ervoor kiezen om in dit programma een vak te introduceren dat zich specifiek richt op de tegenslagen van het ondernemen bij vrouwelijke ondernemers. Hiermee kan op dit gebied meer bewustwording worden gecreëerd, zodat zij hiervan kunnen leren en op kunnen voorbereiden.

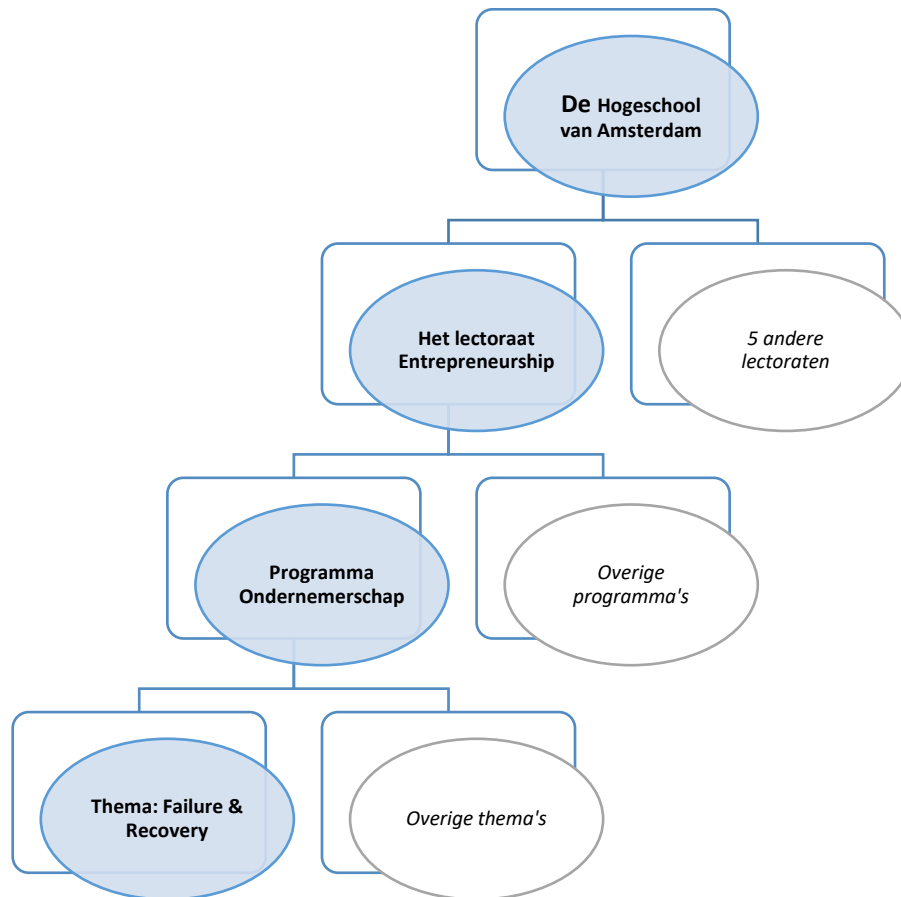
3. Inleiding

Dit hoofdstuk geeft een omschrijving van de organisatie waar deze opdracht voor wordt uitgevoerd, namelijk het lectoraat Entrepreneurship op de Hogeschool van Amsterdam. Daarna wordt de aanleiding, probleemherkenning, onderzoeksdoel van dit onderzoek toegelicht, met de bijbehorende onderzoeksvraag. Tot slot, worden de belanghebbenden van het onderzoek benoemd.

3.1 Omschrijving van de organisatie

3.1.1 *De Hogeschool van Amsterdam*

De Hogeschool van Amsterdam is een kennisinstelling in en voor de metropoolregio Amsterdam. Een plek waar leren, werken en leven in de inspirerende en complexe grootstedelijke samenleving op een vanzelfsprekende manier met elkaar verbonden zijn (HvA, 2019-a). Voor de ontwikkeling van kennis heeft de HvA een aantal lectoraten, waarvan één het lectoraat Entrepreneurship is (hierna te noemen lectoraat). Dit onderzoeksprogramma is ontwikkeld om de rol van ondernemerschap bij economische en maatschappelijke veranderingen in de regio Amsterdam te bestuderen (HvA CAREM, 2020). De HvA stimuleert ondernemerschap vanuit verschillende perspectieven. Het programma Ondernemerschap, onder leiding van lector Ingrid Wakkee, verzorgt onderwijs en onderzoek op dit terrein en biedt zo ondersteuning voor studenten- en alumni- ondernemers (HvA, 2019-b). Deze ondersteuning omvat onder meer een ondernemerswerkplek in de Amsterdam Venture Studios in het Wibauthuis (HvA, 2019-c). Hier krijgen studenten van alle studierichtingen de mogelijkheid om zich te ontwikkelen tot ondernemende professionals en professionele ondernemers. Het programma Ondernemerschap is gericht op vijf thema's: Failure & Recovery, Impact Driven Entrepreneurship, Business Models, Female Entrepreneurship en Entrepreneurship Education (HvA, z.d.-a).



Figuur 1: Vereenvoudigd organogram van de organisatie

3.1.2 Fenix project

Binnen het thema Failure & Recovery oftewel falen en door- of herstart van ondernemers, is het Fenix project opgestart. Het Fenix project doet onderzoek naar hoe ondernemers omgaan met succes maar ook met forse tegenslagen, zwaar weer of zelfs falen (HvA, z.d.-b). Het door de Hogeschool van Amsterdam uitgevoerde onderzoek naar 'falen en mislukken van ondernemers' beoogt een dieper inzicht te geven in de kansen, beslissingen en beperkingen in het hele proces van falen en herstellen van bedrijven. Dit onderzoek maakt deel uit van het Fenix project (hierna te noemen Fenix) en focust zich alleen op het faalproces. Het begrip falen wordt in Fenix geformuleerd als: (1) mislukken van een onderneming (2) afstoten van een productgroep of bedrijfsonderdeel (3) faillissement met door- of herstart (Martens & Alvarado Valenzuela, 2019-a). In dit onderzoek wordt de definitie van Fenix aangehouden. In Fenix worden deze drie scenario's gelinkt aan falen, dat betekent niet dat dit in elke situatie (in de context van ondernemerschap) ook het geval is. Fenix is een samenwerkingsverband tussen studenten en onderzoekers om een breed scala aan bedrijfsverhalen van ondernemers te verzamelen. Dit zijn faalverhalen van Nederlandse ondernemers die (deels) zijn gestopt, die door een faalproces zijn gegaan of een door- of herstart hebben gerealiseerd. Het feit dat de bedrijven wel of niet

zijn doorgestart is in dit onderzoek niet relevant en wordt buitenbeschouwing gelaten. Om deze faalverhalen op te halen worden, na introductie via werk-of hoorcollege, studenten uitgenodigd een ondernemer te interviewen die met falen of tegenslagen te maken heeft gehad. Inmiddels is Fenix opgepakt door een aantal faculteiten binnen en buiten de HvA. Zo zijn er verhalen opgehaald door studenten van Commerciële Economie, Media en Ondernemerschap, Sportkunde, Avans uit 's Hertogenbosch en de Northumbria Universiteit uit Newcastle.

3.1.3 Beschikbare datacollectie vanuit Fenix

Dit onderzoek richt zich specifiek op vrouwelijke ondernemers. Daarbij wordt de volgende definitie gehanteerd: een vrouw die voor eigen rekening en risico een eigen onderneming heeft gestart dan wel managet (Carree, Van Stel, Thurik, & Wennekers, 2007). Deze ondernemers voldoen daarbij aan de volgende onderzoek eisen: zij beschikken over een faalverhaal dat aansluit op de definitie van falen die binnen Fenix wordt gehanteerd. Verder staan zij ingeschreven bij de KvK of hebben ingeschreven gestaan ten tijde van het ondernemen (Martens & Alvarado Valenzuela, 2019-a). De faalverhalen die in dit onderzoek worden geanalyseerd dateren uit de periode 2018-2019 en zijn afgenomen en getranscribeerd door studenten Media en Ondernemerschap aan de Hogeschool van Amsterdam. In totaal zijn er 31 interviews afgenomen bij vrouwelijke ondernemers in Nederland. De interviews zijn anoniem en duren gemiddeld een uur. De datacollectie is nog niet eerder gebruikt voor onderzoek en staan opgeslagen in de database van Fenix.

3.2 Aanleiding

Ondernemerschap wordt doorgaans gekoppeld aan succes, groei en ontwikkeling van de onderneming (Shane & Venkataraman, 2000; Venkataraman, 1997). De andere kant van het verhaal laat echter zien dat ondernemerschap gepaard kan gaan met de nodige tegenslag en teleurstelling. Zo is een groot deel van de ondernemers in Nederland genoodzaakt te stoppen binnen een jaar na oprichting. Uit cijfers van het CBS blijkt dat in 2017 170 duizend nieuwe bedrijven zijn opgericht. Een jaar later, in 2018, hield een meerderheid van deze bedrijven (55%) er al mee op (CBS, 2018).

Ondernemerschap is een breed begrip waardoor het niet als verassing komt dat er veel data en literatuur beschikbaar zijn dat ingaat op ondernemerschap in Nederland. Kijkende naar mogelijke oorzaken van falen bij ondernemers in Nederland, dan is beschikbare data al een stuk minder evident aanwezig. Over de oorzaken van falen bij specifiek Nederlandse vrouwelijke ondernemers is tot op heden weinig bekend. Dit komt omdat onderzoek naar deze oorzaken nauwelijks eerder is verricht. Deze constatering is opmerkelijk gezien het feit dat het aantal vrouwelijke ondernemers in Nederland elk jaar

fors toeneemt. Volgens de Kamer van Koophandel starten in Nederland steeds meer vrouwen een eigen onderneming. Dit aantal is in de afgelopen vijf jaar met bijna 30% gestegen van 492.342 in 2015 naar 637.303 in 2020 (KvK, 2020).

De academische literatuur die ingaat op oorzaken van falen in het ondernemen laat het genderspect vrijwel buiten beschouwing. Een voorbeeld waaruit dit blijkt is het onderzoek van Lambrecht & Broekaert (2016). Dit 40 pagina's tellende onderzoek besteed slechts een halve pagina aan het verschil tussen mannen en vrouwen in falende ondernemingen.

3.3 Probleemherkenning

Een onderzoek aan de Erasmus Universiteit van Ingrid Verheul (2005) gaat nader in op de verschillen in ondernemen tussen mannen en vrouwen. Verheul stelt dat vrouwelijke ondernemers meestal een klein bedrijf hebben; ze doen geen riskante investeringen; ze zijn minder op groei gericht; het personeelsbeleid is meer op controle gericht dan betrokkenheid; ze zijn bescheidener; werken vaker in deeltijd omdat ze werk en zorg willen combineren. Kort gesteld kan hieruit worden geconcludeerd dat in ondernemersprocessen, vrouwen andere keuzes maken dan mannen.

Aangezien vrouwen en mannen hierin verschillen wil het lectoraat meer inzicht in de oorzaken van falen bij specifiek vrouwelijke ondernemers. Op dit moment schetst het lectoraat een onvolledig beeld van ondernemerschap aan de vrouwelijke studenten die een ondernemingen willen beginnen, voor de huidige populatie vrouwelijke ondernemers en het veld om de ondernemers heen. De beperkte kennis kan leiden tot het maken van verkeerde keuzes in het ondernemen dat falen tot gevolg heeft. Dit maakt het onderzoeksprobleem het kennistekort van het lectoraat op het gebied van falen bij vrouwelijke ondernemers in Nederland.

Uitkomsten van dit onderzoek zouden erop kunnen duiden dat vrouwen afwijkende oorzaken van falen herkennen in ondernemersprocessen dan tot dusver bekend is in de academische literatuur. Zoals vermeld richt de literatuur zich voornamelijk op ondernemerschap in zijn algemeenheid en wordt het genderspect veelal buiten beschouwing gelaten. Dit onderzoek tracht daarom een eerste stap te zetten in de erkenning van genderspecifieke oorzaken van falen in het ondernemen.

3.4 Onderzoeksdoel

Het doel van het onderzoek is om te achterhalen wat de mogelijke oorzaken zijn waarom Nederlandse vrouwelijke ondernemers falen zodat het kennistekort dat is geconstateerd door het lectoraat gedicht kan worden. Aan de hand van een literatuurstudie, kwalitatieve data-analyse en diepte-interviews

wordt inzicht verschaft in de beweegredenen, keuzes en tegenslagen van de vrouwelijke ondernemers in Nederland. Op basis van deze studie kunnen de oorzaken van falen bij vrouwelijke ondernemers worden vastgesteld.

Aan de hand van de resultaten van dit onderzoek kan het lectoraat in haar rol als kenniscentrum en onderzoeksinstelling verhalen over falen bij vrouwelijke ondernemers in Nederland publiceren. Hiermee wil het lectoraat een beter beeld schetsen van ondernemerschap ten aanzien van de vrouwelijke studenten, ondernemers en partijen om de vrouwelijke ondernemers heen. Zodat zij hier wellicht op kunnen inspelen en beter doordachte keuzes maken om falen eventueel te voorkomen.

3.5 De voorlopige onderzoeksvraag

De voorlopige onderzoeksvraag van dit onderzoek luidt als volgt:

Wat zijn de oorzaken van falen bij vrouwelijke ondernemers in Nederland?

Om tot een antwoord op deze vraag te komen, wordt een literatuurstudie, kwalitatieve data-analyse en kwalitatief onderzoek uitgevoerd.

3.6 Belanghebbenden

De belanghebbenden worden in kaart gebracht aan de hand van de power- interest matrix van Mendelow (1991). De matrix beoordeelt de belanghebbende op macht en belang (Janse, 2019).

Veel macht, veel belang:

De belanghebbenden in dit onderzoek met veel macht en belang zijn de Hogeschool van Amsterdam en de onderzoekers van het lectoraat. Zij kunnen de resultaten van dit onderzoek gebruiken om kennis te delen met vrouwelijke ondernemers en partijen om ondernemers heen, zodat zij beter weten hoe zij met falen om kunnen gaan. Daarnaast kan het onderwijs worden verrijkt door programma's aan te passen waarin vrouwelijke studenten meer inzicht krijgen als het gaat om ondernemen.

Minder macht, veel belang:

De belanghebbenden in dit onderzoek met minder macht en veel belang zijn de vrouwelijke ondernemers, de docenten van verschillende opleidingen/ faculteiten, de vrouwelijke studenten en de partijen om ondernemers heen. De vrouwelijke ondernemers zijn onderdeel van het onderzoek en worden op basis van de resultaten geïnformeerd hoe zij het beste met falen kunnen omgaan. De docenten kunnen hun lesmateriaal aanpassen zodat vrouwelijke studenten die willen ondernemen

beter toegerust worden en gestimuleerd worden om actief met ondernemerschap aan de slag te gaan. De partijen rondom ondernemers heen worden geïnformeerd zodat zij beter kunnen inspelen op de problematieken die vrouwelijke ondernemers ervaren.

3.7 Relevantie

Wat betreft de relevantie van het onderzoek wordt er een onderscheid gemaakt in; de wetenschappelijke relevantie, de maatschappelijke relevantie en de bedrijfskundige relevantie.

3.7.1 Wetenschappelijke relevantie

De wetenschappelijke relevantie is te vinden in het feit dat er nog weinig onderzoek is gedaan naar genderspecifieke oorzaken van falen in het ondernemen. Onderzoek dat tot op heden is uitgevoerd richt zich voornamelijk op het ondernemerschap en falen in zijn algemeenheid en laat het genderspect veelal buiten beschouwing. Dit zorgt dan ook voor een gat in de literatuur. Door de bestaande literatuur te vergelijken met de faalervaringen van de vrouwelijke ondernemers, kan er gecontroleerd worden of zij afwijkende oorzaken van falen in het ondernemen herkennen. Hiermee kan een bijdrage worden geleverd aan de wetenschappelijke kennis.

3.7.2 Maatschappelijke relevantie

Naast het leveren van een bijdrage aan de wetenschap beoogt het onderzoek ook een maatschappelijke bijdrage te leveren. De maatschappelijke relevantie is te vinden in het verbreken van een taboe dat rust op het falen van een ondernemer. Wij leven in een maatschappij met ambities, dus het is niet gebruikelijk om openlijk over falen te spreken. Vooral niet bij ondernemers omdat zij afhankelijk zijn van het speelveld om hen heen en als zij spreken over falen, maakt dat hen kwetsbaar. Dit onderzoek laat zien dat falen een onderdeel is van het ondernemerschapsproces en welke oorzaken bij de vrouwelijke ondernemers een rol hebben gespeeld zodat zij hiervan kunnen leren. Bedrijfskundig is dit een interessant gegeven.

3.7.3 Bedrijfskundige relevantie

Dit onderzoek moet passen in één van de drie kernvakgebieden die vanuit het BK-opleidingsprofiel zijn opgesteld, namelijk; procesmanagement, informatiemanagement of organisatiekunde. Het is wellicht lastiger om dit onderzoek in één van deze kernvakgebieden te plaatsen, omdat er twee manieren van kijken zijn. Het onderzoek is gedaan binnen het lectoraat en in die zin zijn er geen bevindingen die aansluiten op de kernvakgebieden. Echter, als er wordt ingezoomd op het onderzoek dan kan worden gesteld dat het valt onder procesmanagement. Aangezien er bij het in beeld brengen van de processen

achter falen, concrete inzichten zijn verkregen, die handvatten bieden voor de vrouwelijke ondernemers (en het speelveld om de ondernemers heen).

3.8 Opbouw afstudeerrapport

De hoofdstukken die in het afstudeerrapport worden behandeld zijn; inleiding, theoretisch kader, methode van onderzoek en verantwoording, waarna de bevindingen en resultaten volgen met de conclusie. Als laatst zijn de bronnenlijst, planning en bijlages opgenomen. De inleiding heeft een logische bouw met een trechter van aanleiding via organisatieprobleem naar probleemstelling. In het theoretisch kader wordt het centrale thema benoemd. Het centrale thema volgt logische uit de probleemanalyse. In de methode van onderzoek en verantwoording wordt een beschrijving gegeven van het soort onderzoek dat uitgevoerd wordt. Op basis van de analyse en de interviews worden de bevindingen en resultaten beschreven. Als laatst worden de conclusies getrokken. In de planning staan alle belangrijke tussenstappen en keuzemomenten van het onderzoek benoemd.

4. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt het centrale thema van het onderzoek uitgewerkt. Binnen dit onderzoek staan de faalervaringen van vrouwelijke ondernemers centraal. In eerste instantie worden een aantal begrippen gedefinieerd die relevant zijn voor dit onderzoek. Vervolgens worden de volgende de sub thema's toegelicht:

- Falen in het ondernemen
- De rollen van sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal
- Vrouwen en ondernemen

Bij elk sub thema wordt een toelichting gegeven waarom het bijdraagt aan het beantwoorden van de onderzoeksvraag en deelvragen.

4.1 Begrippen

De genoemde definities worden in dit onderzoek aangehouden.

4.1.1 Falen

Van Dale definieert falen als: "fa·len (faalde, heeft gefaald) 1-tekortschieten; 2- mislukken; 3-fouten begaan; zijn doel niet bereiken." Naast deze wat algemene omschrijving kan falen in de context van ondernemerschap gedefinieerd worden als:

Literatuur	Definitie
Bruna, McQuirrie, & Torgrimson, (1992).	<i>De discontinuering van zaken, wat het gevolg kan zijn van een verschuiving van interesse door verschillende oorzaken.</i>
Zacharakis, Meyer, & DeCastro, (1999).	<i>Faillissement en insolvabiliteit.</i>
McGrath, (1999).	<i>Het niet bereiken van de doelen van een onderneming.</i>
Cannon & Edmondson, (2001).	<i>Een afwijking van verwachte en verlangde resultaten.</i>

Shepherd, (2003).	<i>Een situatie waarin de inkomsten dusdanig verminderen of de kosten dusdanig toenemen dat een onderneming haar rekeningen niet meer kan betalen en geen nieuwe financiering meer kan aantrekken, waardoor de continuïteit van de bedrijfsvoering onder het de bestaande leiding niet meer kan worden voortgezet.</i>
-------------------	--

In Fenix wordt de definitie van Shepherd (2003) gehanteerd voor het begrip falen. Dit wordt binnen Fenix vertaald naar: (1) mislukken van een onderneming (2) afstoten van een productgroep of bedrijfsonderdeel (3) faillissement met door- of herstart (Martens & Alvarado Valenzuela, 2019-a). In dit onderzoek wordt de definitie van Fenix gehanteerd. Fenix definieert deze drie situaties als een faalproces. Dit betekent niet dat dit in de context van ondernemerschap altijd gezien wordt als falen.

4.1.2 Ondernemerschap

Om inzicht te krijgen in het begrip falen in de context van ondernemerschap is het van belang om het begrip ondernemerschap te definiëren. Ondernemerschap wordt in de meeste theorieën gezien als een noodzakelijke voorwaarde voor economische ontwikkeling en groei. De ondernemers zijn personen die door commercialisering van nieuwe ideeën waarde creëren in een markteconomie (Schumpeter, 1934). Lector Ingrid Wakkee (2017) geeft in haar lectorale rede met de titel ‘Ondernemen doe je niet alleen’ aan dat de bestaande definities van ondernemerschap grofweg in twee groepen kunnen worden ingedeeld; gedragsgerichte definities en beroepsmatige definities (Shane & Venkataraman, 2000; Carree, Van Stel, Thurik, & Wennekers, 2007, geciteerd door Wakkee, 2017).

Gedragsgerichte definities:	<i>Een proces van waardecreatie door vernieuwing, zonder daarbij expliciet te verwijzen naar een specifiek organisatiecontext waarin dit proces plaatsvindt (Shane & Venkataraman, 2000).</i>
Beroepsmatige definities:	<i>Het starten en/ of managen van een bedrijf, voor eigen rekening en risico (Carree, Van Stel, Thurik, & Wennekers, 2007).</i>

In dit onderzoek wordt de beroepsmatige definitie gehanteerd voor het begrip ondernemerschap, waarbij de ondernemer zijn voornaamste inkomen haalt uit zijn onderneming en niet vanuit een dienstbetrekking.

4.2 Falen in het ondernemen

Bestaande literatuur over falen in het ondernemen biedt aanknopingspunten om naar mogelijke oorzaken van falen bij vrouwelijke ondernemers te kijken. In de literatuur zijn verschillende opsommingen te vinden waarin oorzaken van falen in het ondernemen wordt aangedragen. Dit komt omdat het begrip falen op verschillende manieren kan worden gedefinieerd en dit kan leiden tot verschillende indelingen.

4.2.1 Oorzaken van falen

In het onderzoek van Nyenrode van Nandram (2000) worden verschillende oorzaken van falen benoemd.

Vroege fase	Expansiefase	Volwassen fase
Verkeerde investeringen, slechte producten, verkeerde personeel aangetrokken	Verkeerde investeringen, slechte producten, verkeerde personeel aangetrokken	Verkeerde investeringen, slechte producten, verkeerde personeel aangetrokken
Verkeerde partner, compagnon, mislukte samenwerking	Verkeerde partner, compagnon, mislukte samenwerking	Verkeerde partner, compagnon, mislukte samenwerking
Crisis verhouding met superieur/ nam ontslag	Crisis verhouding met superieur/ nam ontslag	Crisis verhouding met superieur/ nam ontslag
Afwijzen van plannen door RvC, RvT, bank of gemeente	Geen expertise/ kon zaak niet runnen	Te snel gereageerd om uit problemen te komen; Te snel doelstellingen willen bereiken
		Gebrek aan expertise, OF Afgewezen plannen, OF onvoldoende opdrachten, OF gestart zonder nodige ervaringen

Bron: 'Succesvol ondernemen' (Universiteit Nyenrode, 2000).

In het onderzoek van Nyenrode van Nandram (2000) zijn de meest genoemde gebeurtenissen die in samenhang zijn met falen van de ondernemer, in alle fases:

- Verkeerde investeringen, slechte producten, verkeerde personeel aangetrokken
- Verkeerde partner, compagnon, mislukte samenwerking
- Crisis verhouding met superieur/ nam ontslag

In het onderzoek van Martens & Alvarado Valenzuela (2019-b) is een meer abstract overzicht opgenomen van oorzaken van falen en worden de redenen als volgt ingedeeld: financieel, administratief en persoonlijk.

Oorzaken van falen	Terug te zien in
<i>Financiële problemen</i>	Geldstromen
<i>Administratieve problemen</i>	Boekhouding
<i>Persoonlijke problemen</i>	Overlijden, ziekte en scheiding

Bron: 'Hulp voor ondernemers in nood' (Martens & Alvarado Valenzuela 2019).

Volgens het onderzoek van Martens & Alvarado Valenzuela (2019-b) kunnen de oorzaken van falen liggen op het gebied van financiële, administratieve en persoonlijke redenen. Zo kan een ondernemer ziek worden, waardoor hij/zij niet meer in of aan zijn onderneming kan werken, uiteindelijk onvoldoende inkomsten genereerd en een faalverhaal heeft. Genoemd voorbeeld laat zien dat de oorzaak is; dat de ziekte leidt tot onvoldoende inkomsten en dus financiële problemen. Je zou dus ook kunnen zeggen dat de reden van falen is ontstaan door de financiële problemen, maar het voorbeeld laat zien dat daaraan voorafgaat; de ziekte van de ondernemer. In dit onderzoek worden de financiële problemen aangeduid als de oorzaak van falen en de ziekte als de achterliggende oorzaak van falen.

4.2.2 Koppeling met het onderzoek

In beide onderzoeken wordt benoemd dat het financiële aspect een oorzaak van falen kan zijn. Het onderzoek van Nyenrode van Nandram (2000) geeft aan dat één van de meeste genoemde gebeurtenissen die in samenhang is met falen (in de beleving van de ondernemer), gezien wordt als: verkeerde investeringen, slechte producten, verkeerd personeel. Deze scenario leidt in de meeste gevallen tot financiële problemen. In het onderzoek van Martens & Alvarado Valenzuela (2019-b) wordt deze oorzaak expliciet benoemd, terug te zien in de geldstromen van de onderneming.

Te onderzoeken: Problemen op het gebied van financiën kunnen een rol spelen in het falen van een onderneming. Hieruit is de eerste deelvraag geformuleerd: *Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van financiën?*

4.3 De rollen van sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal

4.3.1 Sociaal kapitaal

Portes (1988) stelt dat sociaal kapitaal staat voor de mogelijkheden van individuen om voordelen te behalen uit het participeren in een sociaal netwerk of andere sociale structuren. Deze verbindingen

worden ook aangeduid als banden en aangezien het sociaal kapitaal wordt gedeeld via die banden is de theorie van Granovetter relevant. De theorie sterke en zwakke banden van Mark Granovetter (1973) geeft inzicht in de functies en rollen van de sociale banden. De sterke banden bestaan uit mensen die dichtbij je staan, zoals je familie of vrienden, waar je veel sociale- en culturele overeenkomsten mee hebt. Daar tegenover staan de zwakke banden, zoals collega's of kennissen waar je juist nauwelijks sociale- en culturele overeenkomsten mee hebt. Granovetter (1973) stelt dat zwakke banden meer informatief van aard zijn, omdat je dan buiten je standaard kring informatie ontvangt en nieuwe inzichten kan creëren (Ode, 2002). Het gevolg van een sociaal kapitaal met voornamelijk sterke banden is een netwerkbereik met weinig nieuwe informatie en dat kan een nadeel zijn in het ondernemen.

4.3.2 *Menselijk kapitaal*

Menselijk kapitaal gaat om algemene levenservaring, kennis en ervaring van ondernemersactiviteiten en kennis vergaard via opleiding. Bosma, Van Praag, & De Wit (2000) operationaliseren dit menselijk kapitaal naar leeftijd, opleidingsniveau, ervaring in de sector, ervaring als werknemer, ervaring als zelfstandig ondernemer, ervaring in de handel en financiële ervaring. Beschikt een ondernemer niet over de juiste kennis, ervaring en vaardigheden kan dat een nadeel zijn in het ondernemen.

4.3.3 *Psychologisch kapitaal*

Het (positieve) psychologisch kapitaal rust op vier eigenschappen: vertrouwen, hoop, optimisme en veerkracht (Huisman, 2012). Als een ondernemer enkele of geen van deze eigenschappen beschikt kan dat een nadeel zijn in het ondernemen.

4.3.4 *Koppeling met het onderzoek*

Het persoonlijke aspect van een ondernemer kan een oorzaak van falen zijn. Dit kan op het gebied van sociaal kapitaal, menselijk kapitaal en psychologisch kapitaal. Het sociaal kapitaal geeft antwoord op de vraag 'wie ken je?', het menselijk kapitaal geeft antwoord op de vraag 'wat weet je?' en het psychologisch kapitaal geeft antwoord op de vraag 'wie ben je?'. De combinatie van deze drie invloeden kunnen leiden tot persoonlijke problemen.

Te onderzoeken: Problemen op het gebied van het sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal kunnen een rol spelen in het falen van een onderneming. Hieruit is de tweede deelvraag geformuleerd: *Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal?*

4.4 Vrouwen en ondernemen

4.4.1 Kansen en mogelijkheden

In het Gender E-zine 2020 van het RVO staat dat het economische potentieel van vrouwen grote kansen biedt voor wereldwijde groei (RVO, 2020-a). Een onderzoek uitgevoerd door McKinsey in 2015 wijst uit dat volledige gendergelijkheid de wereldwijde economie een groei van 26% (25,5 biljoen euro) kan opleveren tegen 2025. Kortom, als vrouwen gelijk behandeld worden heeft dat een positief effect voor de hele maatschappij, ook voor mannen (McKinsey Global Institute, 2015). GEDI: The Female Entrepreneurship Index, 2015 (in RVO, 2018) laat zien dat Nederland in de top 5 staat van de 10 beste landen voor vrouwelijke ondernemerschap. Nederland scoort 69,3 op een schaal van 0-100 op het gebied van ondernemersklimaat en de mogelijkheden voor het ontplooiën van individuele ambities (RVO, 2018-b). Hoewel het ondernemersklimaat voor vrouwen in Nederland is verbeterd, zien we ook dat niet alle vrouwen dezelfde kansen en mogelijkheden hebben dan mannen. Dit maakt het voor hen lastiger om te groeien.

4.4.1.1 Zichzelf moeten bewijzen

De houding en verwachtingen die de maatschappij heeft ten aanzien van kennis, kwaliteiten en ambitie van vrouwen spelen een rol in de beoordeling van vrouwen in hun werk. De meeste vrouwen worden beschouwd als zwakker, vanuit hun thuisfront krijgen ze niet de support die zij nodig hebben en worden karakteristieken zoals assertiviteit meer aan mannen toegeschreven dan aan vrouwen (Naidu & Chand, 2017). In een artikel van de Trouw wordt dit ook benoemd door Joan Nunnely, voorzitter van de Coöperatie Van Vrouwelijke Ondernemers, waarin zij het volgende vertelt: “Ondernemende vrouwen horen nog vaak genoeg dat ze niet te temperamentvol mogen zijn, niet te veel moeten willen en moeten leren doseren, waaronder ook ik zelf. Vrouwen hebben vaker een kleine onderneming dan mannen en daarom zijn zij bij lang niet alle ondernemersverenigingen welkom. Zij worden buitengesloten omdat ze geen groot kapitaal hebben of niet veel personeel in dienst” (Tilman, 2019). In het Gender Diversity Report uitgevoerd door TechLeap.NL blijkt dat vrouwelijke ondernemers minder durfkapitaal krijgen dan mannen. Van de 1650 bedrijven bestonden voor 0,8% uit teams met alleen vrouwen, voor 4,9% in mixteams en voor 94,3% in teams met alleen mannen. Uit het onderzoek is ook gebleken dat het geld dat investeerders tussen 2008 en 2019 naar Nederlandse startups brachten, maar 5,7% naar bedrijven ging met minimaal één vrouwelijke oprichter (Gender Diversity in the Netherlands, 2019). Een reden die hiervoor te noemen is, is dat investeerders vaak vooroordelen hebben als het gaat om vrouwen. Dit blijkt uit meerdere onderzoeken naar hun taalgebruik, zegt Van Wijnen (2019). Wat

een pluspunt is bij een man, kan een minpunt zijn bij een vrouw. Vrouwen mogen niet te veel zelfvertrouwen hebben, 'overselling' levert geen respect op bij financiers. Te bescheiden zijn kan ook niet, dan ben je als vrouw incompetent. Als ondernemer moet je kostenbewust zijn, maar vrouwen zijn weer te voorzichtig, zijn zij dan niet ambitieus genoeg? (Van Wijnen, 2018). Hierdoor moeten vrouwen veel harder werken, willen zij een kans krijgen.

4.4.1.2 Moederschap/ huishouden

In de emancipatiemonitor van Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) staat dat het gewenst is dat de zorg van de kinderen gelijk wordt verdeeld over beide ouders, maar in praktijk is dat vaak niet het geval. De meeste vrouwen besteden meer tijd aan zorg en huishouden, de mannen aan betaald werk. Uit een Europees onderzoek van Sitly blijkt dat ruim driekwart van de Nederlandse moeders het moeilijk tot praktisch onmogelijk vinden om het werk met het gezinsleven te combineren. Ruim 1 op de 3 moeders willen dan ook stoppen met werken, zodat zij alle tijd voor de kinderen hebben (Sitly, z.d.). Uit een onderzoek aan de Erasmus Universiteit blijkt ook dat veel moeders kiezen voor het deeltijdondernemerschap, zodat zij zorg en werk kunnen combineren. De tijd die zij nodig hebben om hun onderneming succesvol te maken, wordt nu gestoken in de verzorging van kinderen. Het gevoel dat werkende moeders geen goede moeders zijn bestaat nog steeds (Verheul, 2005). Vrouwen vinden het daarom erg belangrijk om de zorg van hun kinderen op hen te nemen, maar daardoor hebben zij wel beperkte mogelijkheden.

4.4.2 Koppeling met het onderzoek

Genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden kan een oorzaak van falen zijn. In de context van ondernemerschap worden vrouwen vaker benadeeld dan mannen. De beperkte kansen en mogelijkheden maakt dat vrouwen minder keuzes hebben en hierdoor niet optimaal kunnen ondernemen.

Te onderzoeken: Problemen op het gebied van genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden kunnen een rol spelen in het falen van een onderneming. Hieruit is de derde deelvraag geformuleerd: *Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden?*

4.5 De definitieve onderzoeksvraag, adviesvraag en deelvragen

Onderzoeksvraag: *Wat zijn de oorzaken van falen bij vrouwelijke ondernemers in Nederland?*

Adviesvraag: Hoe kan het lectoraat het kennistekort verkleinen op het gebied van falen in het ondernemen bij vrouwelijke ondernemers in Nederland?

Deelvragen:

- 1. Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van financiën?*
- 2. Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal?*
- 3. Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden?*

4.6 Operationaliseren theorie

Deelvraag 1: *Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van financiën?*

Relevante theorie	<ol style="list-style-type: none"> 1. Onderzoek Nyenrode: De top-5 meest genoemde cruciale gebeurtenissen bij falen in het ondernemen 2. Onderzoek Martens & Valenzuela Alvarado: Oorzaken van falen in het ondernemen
Te onderzoeken variabelen	Laten vrouwelijke ondernemers oorzaken van falen zien op het gebied van financiën?
Factoren	<ul style="list-style-type: none"> • Geldstromen

Deelvraag 2: *Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal?*

Relevante theorie	<ol style="list-style-type: none"> 1. De rollen van: <ul style="list-style-type: none"> ○ Sociaal kapitaal ○ Menselijk kapitaal ○ Psychologisch kapitaal
Te onderzoeken variabelen	Laten vrouwelijke ondernemers oorzaken van falen zien op het gebied van sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal?
Factoren	<ul style="list-style-type: none"> • Netwerk(en) • Netwerk bereik

Deelvraag 3: *Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden?*

Relevante theorie	<ol style="list-style-type: none"> 1. Onderzoek McKinsey: Als vrouwelijke ondernemers gelijk behandeld worden heeft dat een positief effect op de economische groei in de wereld. 2. Artikel: Ik zie zo veel ondernemerschap onder vrouwen, alleen ziet de buitenwereld dat niet altijd.
Te onderzoeken variabelen	Laten vrouwelijke ondernemers oorzaken van falen zien op het gebied van genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden?
Factoren	<ul style="list-style-type: none"> • Kansen • Mogelijkheden

5. Onderzoeksmethode

Dit hoofdstuk gaat nader in op de onderzoeksmethode van deze studie.

5.1 Dataverzameling en data-analyse

5.1.1 Desk- en fieldresearch

Dit onderzoek is opgedeeld in twee onderdelen; het onderzoeksplan en het uitvoeren van het onderzoek. In het onderzoeksplan is desk- en fieldresearch gedaan. Deskresearch waarbij gebruik is gemaakt van verschillende informatiebronnen zoals; jaarverslagen van de Hogeschool van Amsterdam, statische gegevens van het CBS, gegevens van de KvK, internetartikelen, krantenartikelen en rapporten. Fieldresearch waarbij een onderzoeker van het lectoraat is geïnterviewd om een beter beeld te schetsen van de organisatie en nuttige informatie te verschaffen rondom het onderzoeksprobleem. Bij het uitvoeren van het onderzoek wordt ook desk- en fieldresearch gedaan. Deskresearch in de vorm van een kwalitatieve data-analyse met een beschikbare datacollectie vanuit Fenix. De datacollectie wordt d.m.v. fieldresearch aangevuld met zelf verzamelde data.

5.1.2 Secundair onderzoek

Er is gekozen voor een secundaire onderzoeksstrategie omdat er gebruik wordt gemaakt van bestaande data dat vanuit een nieuw gezichtspunt wordt geanalyseerd en geïnterpreteerd. Er wordt secundair onderzoek uitgevoerd met secundaire kwalitatieve onderzoeksgegevens, waarbij interviewprotocollen worden doorgelezen en geprobeerd wordt om de meningen van de respondenten in het licht van een nieuwe theorie te interpreteren (Verschuren & Doorewaard, 2001).

5.1.3 Kwalitatief onderzoek

Er is gekozen voor kwalitatief onderzoek omdat er op dit moment nog weinig kennis bestaat rondom het onderzoeksprobleem. Kwalitatief onderzoek kan in dit geval gebruikt worden voor exploratie, waarbij antwoord gegeven wordt op diepgaande vragen. Zo wordt inzicht gecreëerd in de waarnemingen en achterliggende overtuigingen van de onderzoekspopulatie.

5.1.4 Kwalitatieve data-analyse

De datacollectie gegenereerd bij Fenix bevat 31 getranscribeerde interviews verwerkt in een Word-document en beschikbaar gesteld via SURFdrive. De interviews zijn anoniem en duren gemiddeld een

uur. Het zijn semigestructureerde interviews met een vastgesteld interviewschema waarvan mag worden afgeweken. Het interviewschema bestaat uit zeven secties; (A) toestemmingsverklaring (B) persoonlijke gegevens van de ondernemer (C) algemene informatie over de onderneming (D) bedrijfssituatie (E) signaleren van problemen tijdens onderneming (F) de rol van netwerk tijdens ondernemerschap (G) toekomst. De vragenlijst van de uitgewerkte interviews staat in bijlage 8.6. Alle secties worden geanalyseerd en gecodeerd met het programma MAXQDA. Hierbij wordt gezocht naar problemen op het gebied van financiën, het sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal en genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden.

Code 1	Problemen op het gebied van financiën
Code 2	Problemen op het gebied van sociaal kapitaal
Code 3	Problemen op het gebied van menselijk kapitaal
Code 4	Problemen op het gebied van psychologisch kapitaal
Code 5	Problemen op het gebied van genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden

Figuur 2: Codeboom

5.1.5 Diepte-interviews

De beschikbare datacollectie wordt aangevuld met zelf afgenomen interviews. Het gaat om 6 interviews, waarbij een vragenlijst is opgesteld die 27 vragen bevat en heeft een duur van ongeveer 30 tot 45 minuten. Het zijn semigestructureerde interviews waarbij een vastgesteld interviewschema wordt gehanteerd, waarvan mag worden afgeweken. De respondenten worden telefonisch of via de mail benaderd, met een introductie en uitleg over het onderwerp van het interview. De interviews vinden telefonisch of via Zoom plaats (mede vanwege COVID19), Zoom is een softwareprogramma voor teleconferentie zoals videoconferenties, online-vergaderingen, chatsessies en mobiele samenwerkingen (Zoom.us, 2020). De telefonische interviews worden opgenomen met het programma QuickTime Player en de interviews via ZOOM worden opgenomen in het softwareprogramma zelf, met de functie 'record'. Vervolgens worden de interviews getranscribeerd in een Word-document en geanalyseerd en gecodeerd met het programma MAXQDA, waarbij dezelfde codeboom wordt gebruikt die is gehanteerd bij de datacollectie van Fenix (zie Figuur 2: codeboom).

5.2 Populatie

De onderzoekspopulatie betreft alle gefaalde vrouwelijke ondernemers in Nederland. Om een correct en volledig beeld te schetsen wordt ingegaan op de kenmerken van deze onderzoekspopulatie.

Een kenmerk welke centraal staat in dit onderzoek en welke geldt voor de gehele onderzoekspopulatie, is dat alle vrouwelijke ondernemers beschikken over een faalverhaal dat aansluit op de definitie van falen die binnen Fenix wordt gehanteerd: (1) mislukken van een onderneming (2) afstoten van een productgroep of bedrijfsonderdeel (3) faillissement met door- of herstart. In Fenix worden deze drie scenario's gelinkt aan falen, dat betekent niet dat dit in elke situatie (in de context van ondernemerschap) ook het geval is. Zij staan ingeschreven bij de KvK of hebben ingeschreven gestaan ten tijde van het ondernemen (Martens & Alvarado Valenzuela, 2019-a). Verder beschikken de vrouwelijke ondernemers ook over kenmerken die niet gelden voor de gehele onderzoekspopulatie, zo zijn er verschillen op het gebied van leeftijd, sector en bedrijfsgrootte. De meeste respondenten uit de datacollectie van Fenix zitten in de leeftijdsgroep 50 t/m 60 jaar, zijn actief in de branche groothandel en detailhandel en hebben 2 t/m 10 werknemers in dienst. De respondenten in de zelf afgenomen diepte-interviews komen hiermee overeen met het enige verschil dat de meeste niet 2 t/m 10 werknemers in dienst hebben, maar een ZZP'er zijn. In Tabel 1 en Tabel 2 in bijlage 8.2 is het gehele overzicht weergegeven. De steekproef van deze onderzoekspopulatie bevat in totaal 37 gefaalde vrouwelijke ondernemers in Nederland. 31 van de interviews komen uit de datacollectie van Fenix en 6 interviews zijn zelf afgenomen. Afgezet tegen de totale populatie Nederlandse vrouwelijke ondernemers die met falen te maken hebben gehad, is dit een kleine steekproef.

5.3 Methode per deelvraag

Alle deelvragen worden op dezelfde manier beantwoord, namelijk met desk-en fieldresearch. In eerste instantie wordt deskresearch gedaan, waarbij feitelijke gegevens, bestaande onderzoeksdata en theoretische kennis wordt verzameld; op zoek naar oorzaken van falen in het ondernemen in zijn algemeenheid. Deze kennis biedt aanknopingspunten om naar oorzaken van falen bij specifiek vrouwelijke ondernemers te kijken. Verder wordt deskresearch gedaan in de vorm van een kwalitatieve data-analyse dat bestaat uit 31 interviews met falende vrouwelijke ondernemers. De interviews worden gecodeerd vanuit de verzamelde kennis dat is bevonden vanuit deskresearch. De fieldresearch bestaat uit 6 aanvullende interviews met falende vrouwelijke ondernemers waarbij dezelfde soort interviewvragen wordt gesteld als bij de respondenten in de datacollectie. Deze interviews worden gecodeerd met dezelfde codeboom dat is gehanteerd bij de kwalitatieve data-analyse.

5.4 Onderzoeksmatrix

Deelvragen:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van financiën?</i> 2. <i>Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal?</i> 3. <i>Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden?</i> 	
Soort onderzoek	<ul style="list-style-type: none"> • Deskresearch • Fieldresearch
Methodiek	<ul style="list-style-type: none"> • Het verzamelen van feitelijke gegevens en bestaande onderzoeksdata en het verzamelen van theoretische kennis (literatuurstudie) • Kwalitatieve data-analyse met de beschikbare datacollectie van Fenix • De datacollectie wordt aangevuld met zelf verzamelde data
Populatie/ steekproef	<ul style="list-style-type: none"> • Populatie: Alle gefaalde vrouwelijke ondernemers in Nederland • Steekproef: 37
Dataverzameling en verwerking	<ul style="list-style-type: none"> • Geluidsopname • Transcriberen • Coderen

5.5 Validiteit en betrouwbaarheid

De termen validiteit en betrouwbaarheid zegt iets over de kwaliteit van het onderzoek. Hierbij staan vier criteria centraal; interne validiteit, externe validiteit, betrouwbaarheid en objectiviteit. Guba en Lincoln (1994) hebben deze termen in de context van kwalitatief onderzoek aangepast naar; geloofwaardigheid, overdraagbaarheid, betrouwbaarheid en intersubjectiviteit. Zij geloven dat deze vier criteria een betere afspiegeling is van de onderliggende aannames in kwalitatief onderzoek. Aan de hand van deze vier criteria wordt dit onderzoek beoordeeld op validiteit en betrouwbaarheid.

5.5.1 Geloofwaardigheid

Geloofwaardigheid van een kwalitatief onderzoek wordt vergroot, wanneer de verzamelde data wordt gedocumenteerd. In dit onderzoek worden alle transcripten met coderingen van de interviews beschikbaar gesteld aan derden. Op deze manier is het onderzoek herhaalbaar en navolgbaar.

5.5.2 Overdraagbaarheid

Overdraagbaarheid van een kwalitatief onderzoek wordt vergroot, wanneer alle stappen in het onderzoeksproces worden beschreven. In 5.1 wordt uitgebreid toegelicht hoe de data wordt verzameld en geanalyseerd. Verder staan alle belangrijke tussenstappen en keuzemomenten verwerkt in een (stroken)planning, te zien in bijlage 8.3. Op deze manier wordt inzichtelijk gemaakt hoe de onderzoeksgegevens zijn verkregen.

5.5.3 Betrouwbaarheid

Betrouwbaarheid van een kwalitatief onderzoek wordt vergoot, wanneer een duidelijk beeld wordt gecreëerd van de context waarbinnen het onderzoek is gedaan. In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een vastgesteld interviewschema, waardoor de respondenten minder snel gewenste antwoorden kunnen geven. De vragenlijst is te zien in bijlage 8.6.

5.5.4 Intersubjectiviteit

Intersubjectiviteit van een kwalitatief onderzoek wordt vergoot, wanneer de interpretatie van de gegevens worden bevestigd door derden. De analyse van dit onderzoek zijn door de collega's van het lectoraat doorgenomen, om te toetsen of allen de resultaten op dezelfde manier interpreteren.

6. Onderzoeksresultaten

Dit onderzoek richt zich op de vrouwelijke ondernemers in Nederland. Meer specifiek is getracht inzicht te verkrijgen in mogelijke oorzaken van falen bij vrouwelijke ondernemers. De centrale vraag luidt daarom als volgt: ‘Wat zijn de oorzaken van falen bij vrouwelijke ondernemers in Nederland?’. In aanvulling hierop zijn een aantal deelvragen geformuleerd:

1. *Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van financiën?*
2. *Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal?*
3. *Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden?*

Aan de hand van secundair onderzoek met een database van 31 faalverhalen van vrouwelijke ondernemers en aanvullend kwalitatief onderzoek in de vorm van 6 diepte-interviews, worden in dit hoofdstuk de onderzoeksresultaten gepresenteerd. De betreffende faalverhalen zijn gecodeerd en te vinden in bijlage 8.9 Interviews.

6.1 Codeboek

Bij het analyseren van de interviews zijn verschillende codes gebruikt en zijn hieronder in Tabel 3: Codeboek A, B en C, te zien. Het codeboek is een weergave van hoeveel vrouwelijke ondernemers een bepaalde code hebben benoemd. In codeboek A staan alle resultaten van de datacollectie van Fenix, in codeboek B staan de resultaten van de zelf afgenomen diepte-interviews en in codeboek C zijn alle resultaten samengevoegd. Het codeboek is opgedeeld in vijf secties: oorzaken van falen op het gebied van financiën, op het gebied van sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal en op het gebied van genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden. De resultaten worden in paragraaf 6.2 t/m 6.5 toegelicht.

Tabel 3: Codeboek A, B en C.

Oorzaak (financiën)	Codeboek A	Codeboek B	Codeboek C
<i>Achterliggende oorzaken</i>	Aantal	Aantal	Totaal
Slechte/ mislukte/ beëindiging samenwerking (ander bedrijf)	9	0	9
Slechte/ mislukte/ beëindiging partnerschap	8	1	9
Geen/ slecht bedrijfsplan	8	2	10
Slechte marketing	8	1	9
Slechte economie	7	3	10

Concurrentie	5	0	5
Ziek/ slecht personeel	4	2	6
Te weinig tijd	4	0	4
Vergunning/ wet- en regelgeving	3	0	3
Slecht bereikbaar	3	0	3
Slechte locatie	3	0	3
Taken niet uit handen willen nemen	2	1	3
<i>Oorzaak</i>			
Financiële problemen	26	6	32
Oorzaak (sociaal kapitaal)			
Netwerk: (bedrijfs)partner/ familielid/ vriend(in)	29	6	35
Netwerk: boekhouder/ accountant/ adviseur	16	3	19
Netwerk: andere bedrijven/ ondernemers/ vakgenoten	10	1	11
Netwerk: kennis/ collega	9	0	9
Netwerk: onlinenetwerk/ offlinenetwerk	9	0	9
Netwerk: juridische hulp	8	4	12
Niet/ amper netwerken	6	2	8
Netwerkgroep	4	0	4
Netwerk: coöperatie	2	0	2
Oorzaak (menselijk kapitaal)			
Kennis-, ervarings- en vaardighedentekort	19	1	20
Oorzaak (psychologisch kapitaal)			
Stress/ overspannenheid/ burn-out	12	1	13
Gebrek aan energie	7	0	7
Gebrek aan motivatie	2	1	3
Oorzaak (genderongelijkheid)			
Zichzelf moeten bewijzen	0	2	2
Moederschap en huishouden	0	4	4

6.2 Financiën

In deze paragraaf wordt antwoord gegeven op de eerste deelvraag: ‘Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van financiën?’ Er is gekeken naar de oorzaken en achterliggende oorzaken die hebben geleid tot de financiële problemen in het ondernemen.

6.2.1 Achterliggende oorzaken

Een gebrek aan financiële middelen is vaak een opmaat tot falen in het ondernemen (MKB Servicedesk, 2019). Het is daarom interessant te bekijken welke factoren een rol hebben gespeeld bij het ontstaan van financiële problemen. Uit de interviews blijkt dat vrouwelijke ondernemers verschillende oorzaken aandragen die tot financiële problemen hebben geleid. Deze zijn: (1) een slechte/ mislukte/ beëindiging samenwerking (ander bedrijf) (2) een slechte/ mislukte/ beëindiging partnerschap (3) geen/ slecht bedrijfsplan (4) slechte marketing (5) slechte economie (6) concurrentie (7) ziek/ slecht personeel (8) te

weinig tijd (9) vergunning/ wet- en regelgeving (10) slecht bereikbaar (11) slechte locatie (12) taken niet uit handen willen nemen. Achtereenvolgens worden de 5 meest voorkomende redenen nader toegelicht.

- Geen/ slecht bedrijfsplan
- Slechte economie
- Slechte/ mislukte/ beëindiging samenwerking (ander bedrijf)
- Slechte/ mislukte/ beëindiging partnerschap
- Slechte marketing

6.2.1.1 Geen/ slecht bedrijfsplan

10 van de 37 respondenten geven aan dat de financiële problemen te maken hebben gehad met een matig tot slecht bedrijfsplan of in sommige gevallen het volledig ontbreken van een dergelijk plan. Als gevolg hiervan werden beslissingen genomen op basis van aannames en niet op feiten. Aldus respondent #31:

“Ik zou nu ook over dit van de onderneming nadenken van tevoren. Daar bij wijze van spreken voor het hele acquisitiestuk een plan maken. Dat hebben wij toen niet gedaan. Ik zou echt een plan maken, hoe ga ik aan klanten komen. En dan een plan maken en dat uitwerken. En als ik een plan maak en dat uitwerk dan doe ik dat ook. En dat hebben wij toen niet gedaan. Maar wij hadden nog nooit zoiets gedaan. Wij hebben wel toen met een vriendin, die ons geholpen heeft, een soort ondernemingsplan gemaakt, maar dat stelde niet zo heel veel voor, vind ik nu.”

(Respondent 31). Zie bijlage 8.9, pagina 359.

6.2.1.2 Slechte economie

10 van de 37 respondenten wijten de financiële problemen aan verslechterde macro-economische omstandigheden. Dit heeft dusdanig impact op het bestedingspatroon van de consument, dat de verkoop van producten en diensten fors kan dalen. De consument is voorzichtig met de uitgaves, met name aankopen in het duurdere segment wat in de ogen van velen als niet noodzakelijk wordt geacht. Respondenten #23 en #31 lichten dit toe:

“De mensen die door de recessie, hielden de mensen ook hun hand op de portemonnee en zeker op de verzamelartikelen, want ik had veel mensen, heel veel dingentjes, verzamelitems, ja en dat gaat dan heel snel, maar als mensen dus geen geld uit durven te geven, dat is dat het eerste waar je op bezuinigd.” (Respondent 23). Zie bijlage 8.9, pagina 251.

“En ja, dus het was allemaal ja, ik kreeg wel huizen erbij, maar je krijgt ze niet kwijt. Dan kun je op je kop gaan staan, heb je geen mensen, dan ben je klaar, ik bedoel niemand durfde.”
(Respondent 35). Zie bijlage 8.9, pagina 414.

6.2.1.3 Slechte/ mislukte/ beëindiging samenwerking (ander bedrijf)

9 van de 37 respondenten vertellen dat de financiële problemen ontstonden op het moment dat de samenwerking met een ander bedrijf – vaak een grote organisatie – moeizaam verliep en tot een einde kwam. Hierdoor werd het voor de ondernemers lastiger om hun producten of diensten op de markt te brengen. Respondent #13 heeft in zo’n situatie gezeten. Dit wordt aan de hand van de volgende quotes geïllustreerd:

“Je zit ineens in het bedrijfsleven. We hebben natuurlijk heel veel met A300101 te maken en dan merk je ook dat je eh, heel veel concessies moet doen aan je product. Dat je te maken hebt met heel veel lagen, dat je niet alles op jouw manier kan doen en dat de communicatie niet altijd goed verloopt. Mensen hebben veel belangen, andere belangen dan jij dient zeg maar.”
(Respondent 13). Zie bijlage 8.9, pagina 114.

“En, ehm, een dieptepunt... Het eerste dieptepunt vond ik wel de tegenslagen in het realiseren van het product met A300101, omdat ze best hun eigen wil op tafel legde en dat we behoorlijk daarvoor moesten knokken. Het tweede was natuurlijk het feit dat ze aangaven van nou, we willen verder met het andere product en we stoppen met B204801.” (Respondent 13). Zie bijlage 8.9, pagina 116.

Er zijn gevallen waarin de respondenten een samenwerking hadden met een bedrijf die vervolgens failliet ging en daarom tot een einde kwam. Aldus respondent #25:

“Dieptepunt, ja is het faillissement van het A210901 ziekenhuis, waar wij gewoon als ondernemer slachtoffer van geworden zijn. En waar ons hele bedrijf door om zeep geholpen is.”
(Respondent 25). Zie bijlage 8.9, pagina 272.

6.2.1.4 Slechte/ mislukte/ beëindiging partnerschap

9 van de 37 respondenten benoemen dat een verbroken partnerschap heeft geleid tot financiële problemen. In de meeste gevallen gingen de ondernemers het partnerschap aan vanuit een gemeenschappelijk idee of omdat zij hun kwaliteiten wilde bundelen, maar achteraf toch veel

meningsverschillen hadden betreft het gevoerde beleid. Dit resulteerde dan ook in een beëindiging van de samenwerking. Respondent #10 licht dit toe:

“En dan merk je al snel dat je niet helemaal op dezelfde lijn zit en dat je dan toch, ondanks dat je een hele goede vriendschap hebt, er een aantal haken en ogen aan het ondernemen zit als je met z'n tweeën iets opstart en dat heb ik me niet helemaal goed gerealiseerd.” (Respondent 10). Zie bijlage 8.9, pagina 79.

Van deze 9 respondenten geeft een aantal aan dat zij het idee hebben dat zij meer werk moesten leveren ten opzichte van hun (bedrijfs)partner. Hierdoor ontstonden irritaties en discussies, wat uiteindelijk heeft geleid tot een beëindiging van het partnerschap. Aldus respondent #7:

“Ik deed het samen met mijn partner, maar ik was degene die alles eigenlijk droeg. Op een gegeven moment ga je daaraan onderdoor.” (Respondent 7). Zie bijlage 8.9, pagina 52.

Een aantal van deze 9 respondenten benoemt ook dat zij het partnerschap moesten beëindigen vanwege persoonlijke redenen, zoals een verbroken relatie of een scheiding. Aldus respondent #4:

“Nou, ja het begon eigenlijk toen mijn man en ik uit elkaar gingen en hij stopte met de taxi en ik het alleen moest doen. Dat is natuurlijk veel moeilijker in te plannen allemaal als je ook nog aan rust toe moeten komen.” (Respondent 4). Zie bijlage 8.9, pagina 28.

Door de beëindiging van het partnerschap kwamen de meeste ondernemers met werk te zitten dat eigenlijk verricht moest worden door twee of meer personen.

6.2.1.5 Slechte/ mislukte/ beëindiging partnerschap

9 van de 37 respondenten wijten het falen van de onderneming aan een gebrekkig marketingstrategie. Zij stellen dat een grotere focus op de werving van nieuwe klanten de financiële problemen hadden kunnen verhelpen. Anderen geven aan geen gebruik te hebben gemaakt van sociale media kanalen en achteraf beter wel hadden kunnen doen. Respondenten #1 en #31 lichten dit toe:

“Ik zie nu ook wel in als je een winkel hebt moet je een goede locatie hebben en een goede etalage, maar voor dit soort ondernemingen heb je echt sociale media nodig.” (Respondent 1). Zie bijlage 8.9, pagina 2.

“Ja, deels. Maar ik denk ook dat we niet hard genoeg geprobeerd hebben om klanten binnen te slepen. Dat hebben we ook niet goed genoeg gedaan.” (Respondent 31). Zie bijlage 8.9, pagina 359.

6.2.1.6 Analyse

De onderzoeksresultaten en ervaringen van de respondenten worden nauwelijks herkend in de academische literatuur over falen in het ondernemen. Het onderzoek van Nyenrode van Nandram (2000) en het onderzoek van Martens & Alvarado Valenzuela (2019-b), ook weergegeven in het theoretisch kader, benoemen alleen de impact van een verbroken partnerschap op de continuïteit van een onderneming. De onderzoeksbevindingen van deze afstudeerscriptie sluiten hierbij aan.

6.2.2 Oorzaken

De hierboven benoemde achterliggende oorzaken leiden in de meeste situaties tot financiële problemen. Deze paragraaf gaat dieper in op de gevolgen die ondernemers hiervan ondervinden en in welke mate dit zichtbaar is voor de omgeving.

Vaak genoemd door de respondenten zijn oorzaken als *te weinig omzet* en *teruglopende omzet*, wat uiteindelijk heeft gezorgd voor een faalervaring. Door niet te voldoen aan financiële verplichtingen belandde een aantal respondenten in de schuldsanering. Het duurde jaren voordat zij de schulden hadden afgelost. Achteraf, zeggen ze dat zij in een eerder stadium hadden moeten realiseren dat het over was. Door eerder te stoppen hadden zij de financiële schade kunnen beperken. Aan de andere kant vertellen ze ook dat zij hun onderneming niet zonder slag of stoot hadden laten vallen. Zij hebben daarom nog van alles geprobeerd, maar het mocht niet baten. Op het moment dat klanten wegblijven, geen omzet wordt gemaakt, de rekeningen niet meer betaald kunnen worden, de schulden hoog oplopen, is het einde verhaal. Het koste alleen nog maar geld en er kwam geen geld meer binnen. Zo zijn er respondenten die hebben ingezoomd op hun omzet en het verlies daarvan:

“Langzaamaan werd het steeds minder en dan kom je op een groot dieptepunt uit natuurlijk en kreeg ik het niet meer voor elkaar om financieel rond te komen.” (Respondent 8). Zie bijlage 8.9, pagina 61.

“Nou op financieel gebied hebben we geen hoogtepunten gehad, want het heeft alleen maar geld gekost.” (Respondent 23). Zie bijlage 8.9, pagina 246.

“Ik gaf dus grote bedragen uit terwijl er niks binnenkwam. Dat ging door voor zes maanden, een behoorlijke tijd dus.” (Respondent 26). Zie bijlage 8.9, pagina 290.

Andere respondenten geven aan dat zij per uur te weinig verdiende of zichzelf geen salaris konden uitbetalen:

“Uhm ja dus vaak stond ik voor ongeveer een euro per half uur te werken.” (Respondent 2). Zie bijlage 8.9, pagina 13.

“Het gaat heel hard. Je kan je personeel niet meer betalen, je hebt zelf geen loon meer, dan gaat het heel snel.” (Respondent 29). Zie bijlage 8.9, pagina 332.

“Ja, op het moment dat je niet uh, dat je merkt dat je, dat je gewoon je inkomsten niet voor elkaar krijgt. En dan uh probeer je wel op andere manieren aan inkomsten te komen, maar als dat ook niet lukt dan. Ja, je merkt... Weetje op een gegeven moment kan je het gewoon niet meer tegenhouden.” (Respondent 33). Zie bijlage 8.9, pagina 385.

6.2.2.1 Analyse

Het onderzoek van Martens & Alvarado Valenzuela (2019-b), ook weergegeven in het theoretisch kader, geeft ook aan dat de oorzaak financiële problemen een reden van falen is. De onderzoeksbevindingen van deze afstudeerscriptie sluiten hierbij aan.

6.2.3 Deelconclusie

Uit deze studie is gebleken dat de vrouwelijke ondernemers te maken hebben gehad met problemen op het gebied van financiën. Er is gekeken naar de oorzaken en achterliggende oorzaken die hebben geleid tot de financiële problemen in het ondernemen. De meest genoemde achterliggende oorzaken zijn: geen/ slecht bedrijfsplan, slechte economie, slechte/ mislukte/ beëindiging samenwerking (ander bedrijf), slechte/ mislukte/ beëindiging partnerschap en slechte marketing. Deze situaties brachten de ondernemers in de financiële problemen in de vorm van *te weinig omzet* en *teruglopende omzet*. Hierdoor konden zij niet meer voldoen aan hun financiële verplichtingen en heeft dat geleid tot een faalervaring.

6.3 Sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal

In deze paragraaf wordt antwoord gegeven op de tweede deelvraag: ‘Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal?’ Er is gekeken naar de oorzaken die hebben geleid tot falen.

6.3.1 Sociaal kapitaal

Het gebrek aan sociaal kapitaal of het te weinig gebruiken van het sociaal kapitaal kan ervoor zorgen dat een ondernemer weinig tot geen nieuwe informatie ontvangt en daardoor niet de hulp krijgt die eventueel nodig is bij de mogelijke problemen. Uit de interviews blijkt dat de vrouwelijke ondernemers

hun problemen delen met verschillende personen: (1) (bedrijfs)partner/ familielid/ vriend(in) (2) boekhouder/ accountant/ adviseur (3) andere bedrijven/ ondernemers/ vakgenoten (4) kennis/ collega (5) onlinenetwerk/ offlinenetwerk (6) juridische hulp (7) niet/ amper netwerken (8) netwerkgroep (9) coöperatie. Achtereenvolgens worden de 4 meest voorkomende contacten nader toegelicht.

1. (Bedrijfs)partner/ familielid/ vriend(in)
2. Andere bedrijven/ ondernemers/ vakgenoten
3. Boekhouder/ accountant/ adviseur
4. Juridische hulp

6.3.1.1 (Bedrijfs)partner/ familielid/ vriend(in)

Uit de interviews blijkt dat het sociaal kapitaal bij de meeste respondenten een grote rol speelt en vooral het netwerk met mensen waarmee zij een sterke band delen. 35 van de 37 respondenten vertellen dat zij hun problemen voornamelijk bespreken met mensen die dichtbij hen staan, zoals een (bedrijfs)partner, een familielid en een vriend(in). De volgende quotes illustreren dit:

“Met name mijn partner thuis, mijn vriend 201501, die heeft mij heel erg gesteund zowel financieel als emotioneel en mijn ouders 201502, die hebben altijd achter mij gestaan en dan die vriendin met wie ik alles deed 201503, je trekt elkaar er toch doorheen. Dus als ik er drie moet opnoemen zijn dat mijn partner, mijn ouders en zakenpartner.” (Respondent 3). Zie bijlage 8.9, pagina 22.

“Overall is het denk ik mijn vriend die mij het meest heeft gesteund, 202902. Wij kennen elkaar van de studententijd uit de kroeg en dat was en is mijn steun en toeverlaat en daar kon ik alles mee bespreken. Die is een hele emotionele steun geweest, maar ook handig om samen te kijken naar de cijfertjes, samen nadenken van wat moeten we en wat kunnen we? De tweede is die vriendin 202901, waarmee ik samen de winkel had. Ik ken haar van de academie en nu spreek ik haar nog af en toe.” (Respondent 8). Zie bijlage 8.9, pagina 65.

“Sowieso mijn ouders 204003, die hebben me altijd gesteund, in goede en slechte tijden. Zij hebben me natuurlijk geholpen om de onderneming op te starten en ook toen het niet goed ging gesteund en meegedacht met zaken zoals de omzetbelasting, om daar weer een beetje orde in te scheppen en te kijken hoe kunnen we dat het beste aanpakken.” (Respondent 10). Zie bijlage 8.9, pagina 86.

“Ehm, natuurlijk met mijn partner. Degene met wie ik samen het bedrijf had, daar hebben wij samen veel over gesproken en we stonden daar allebei hetzelfde in.” (Respondent 13). Zie bijlage 8.9, pagina 119.

“Nou ja, de meeste steun kreeg ik dan toch van mijn familie en ook zeker van mijn echtgenoot. Ja van de mensen om ons heen, vrienden en familie waren daar wel echt de hoofdsnaar in.” (Respondent 16). Zie bijlage 8.9, pagina 154.

“Ja en je netwerk om je heen is je familie en die heel belangrijk natuurlijk.” (Respondent 23). Zie bijlage 8.9, pagina 256.

“Nou ja, toen met B210501 was het met 300101, de vriendin met wie ik het deed, dat scheelde natuurlijk dat we het bedrijf samen hadden. Dus toen konden we alles samen bespreken en besluiten, maar goed, toen heb ik het uiteindelijk ook wel besproken met 300102 mijn man, om hem eens om advies te vragen enz. En goed ook met andere mensen, familie en vrienden enz.” (Respondent 24). Zie bijlage 8.9, pagina 268.

“Nou zoals eerdergenoemd kreeg ik voornamelijk steun binnen mijn familie. Ook de vriend van mijn zus heb ik een hele goed band mee dus die nam het ook zeker voor mij op en probeerde te helpen waar het kon. Daarnaast zijn nog twee andere vriendinnen ook heel belangrijk voor mij geweest en hebben mij hier ook zeker doorheen gesleept.” (Respondent 26). Zie bijlage 8.9, pagina 293.

“Uh, met mijn vriend, maar dat komt ook omdat ik met hem samenwoon, dus dat is dus wel de eerste persoon waaraan je dat echt verteld en dat is ook wel de persoon die het ook ziet, want die vraagt er ook naar constant en heb je weer een bestelling of heb je weer dit of heb je weer dat? Dus als je elke keer zegt er komt niks meer binnen dan weten ze dat ook wel. En daarna wel mijn ouders.” (Respondent 32). Zie bijlage 8.9, pagina 293.

De respondenten delen dus voornamelijk hun problemen met mensen waarmee zij een sterke band hebben, met als doel dat zij hen steunen en niet advisereren. Een aantal respondenten benoemt dit ook:

“En ook wel met vrienden 203102, **maar ik merk ook wel dat veel mensen die er niet inzitten toch vaak adviezen geven waar je dan niet zoveel aan bent.**” (Respondent 9). Zie bijlage 8.9, pagina 76.

“Met mijn man heb ik het er ook veel over gehad, **maar niet altijd naar hun adviezen geluister haha.**” (Respondent 12). Zie bijlage 8.9, pagina 110.

“Als het gaat om het delen van je tegenslagen, keer je toch snel naar je partners en soms naar je ouders. **Maar dat is vooral om je verhaal kwijt te kunnen en niet om advies te vragen. Mijn ouders weten namelijk vrij weinig van ondernemen, dat dat heeft ook niet zoveel zin.**” (Respondent 20). Zie bijlage 8.9, pagina 200.

“Mijn vriendin, 208003. Daar heb ik destijds ook best wat meer over gehad. **Maar dat was dan meer even die frustratie uiten op dat soort dingen ja.**” (Respondent 21). Zie bijlage 8.9, pagina 209.

“Dus eigenlijk sprak ik er met niemand over, alleen met mijn moeder. Soms met mijn moeder, **maar zij kan dat niet echt begrijpen omdat zij is niet echt een ondernemer, ik wel hè, dus ik denk wel dat zij wel luisterde maar zij snapte niet echt wat ik daarin meemaakte.**” (Respondent 33). Zie bijlage 8.9, pagina 388.

De ondernemers ontvangen van de mensen waarmee zij een sterke band hebben geen nieuwe informatie die zij kunnen gebruiken bij het ondernemerschap. Bij het gebruik van de sterke banden blijven zij vooral in een kleine kring over hun problemen praten met als gevolg dat er weinig nieuwe informatie en inzichten binnenkomen die hen kunnen helpen om anders of innovatief naar hun problemen te kijken.

6.3.1.2 Andere bedrijven/ ondernemers/ vakgenoten

11 van de 37 respondenten vertellen dus ook dat zij beter advies ontvangen van andere ondernemers, omdat zij de problemen herkennen en begrijpen. Hierdoor kunnen zij de ondernemers adviseren in wat zij het beste kunnen doen om de problemen op te lossen. Respondent #16 bevestigt dit met de volgende quote:

“Oh ja, we hebben echt avonden, nachten, weken, maanden, jaren zitten praten met andere ondernemers. Ook met degene die mij voorgingen en al failliet waren, daar heb ik ook heel veel aan gevraagd en daar heb ik veel van opgestoken.” (Respondent 16). Zie bijlage 8.9, pagina 154.

De ondernemers ontvangen van de mensen waarmee zij een zwakke band hebben nieuwe informatie die zij kunnen gebruiken bij het ondernemerschap.

6.3.1.3 Boekhouder/ accountant/ adviseur en juridische hulp

De respondenten hebben ook hulp gezocht bij specialisten, in de vorm van een boekhouder, accountant, adviseur (19 van de 37 respondenten) of juridische hulp (12 van de 37 respondenten). De volgende quotes illustreren dit:

“Ja zeker wel, nou ja vooral de mensen die ook financieel inzicht in onze zaak hadden natuurlijk. Als je niet naar je boekhouder luistert, dan ben je heel stom, want hij heeft klinkklare cijfers liggen. Dus daar heb ik zeker naar geluisterd.” (Respondent 16). Zie bijlage 8.9, pagina 154.

“Nou, juridisch advies huur ik regelmatig in, heb je ook wel nodig als ondernemer.” (Respondent 34). Zie bijlage 8.9, pagina 399.

6.3.1.4 Analyse

Deze bevindingen komen overeen met wat Granovetter (1973) beschrijft in zijn theorie van de sterke en zwakke banden, ook benoemd in het theoretisch kader. Hij beweert dat zwakke banden meer informatief van aard zijn en gezien wordt als hulpbronnen. Bij zwakke banden gaat het zoals gezegd om relaties tussen mensen met nauwelijks sociale- en culturele overeenkomsten. Deze mensen geven elkaar vaak andere soort informatie dan de mensen met wie zij een sterke band hebben. Dit komt omdat zij toegang hebben tot andere bronnen en daarin hulp kunnen bieden.

6.3.2 Menselijk kapitaal

Het gebrek aan menselijk kapitaal kan ervoor zorgen dat ondernemers over te weinig kennis, ervaringen of vaardigheden beschikken, waardoor zij niet optimaal een bedrijf kunnen runnen. In dit onderzoek is hierop ingezoomd. 20 van de 37 respondenten vertellen dat zij achteraf gezien meer kennis, ervaringen of vaardigheden nodig hadden om beter te ondernemen. Van deze 20 respondenten geven een aantal aan dat zij na het behalen van hun middelbareschooldiploma, geen opleiding of een relevante opleiding heeft gevolgd. Hierdoor hadden zij weinig of geen kennis over het ondernemerschap. De volgende quotes illustreren dit:

“Ik ben er eigenlijk ingerold, mijn achtergrond is, ik heb gedaan. Daarna ben ik gaan werken.” (Respondent 4). Zie bijlage 8.9, pagina 25.

“Echter op het gebied van ehm, een bedrijf runnen, daar hadden we eigenlijk helemaal niet veel ervaring in. Dus dat moesten we best wel her en der vandaan halen.” (Respondent 13). Zie bijlage 8.9, pagina 114.

6.3.2.1 Analyse

Deze bevindingen komen overeen met de theorie van Bosma, Van Praag, & De Wit (2000), ook weergegeven in het theoretisch kader, waarin wordt gezegd dat het succes van een ondernemer afhangt van zijn opleidingsniveau, ervaring in de sector, ervaring als werknemer, ervaring als zelfstandig ondernemer, ervaring in de handel en financiële ervaring. Beschikt een ondernemer hier nauwelijks of niet over dan kan dat leiden tot falen.

6.3.3 Psychologisch kapitaal

Een psychologisch kapitaal dat rust op stress, kan ervoor zorgen dat ondernemers overspannen raken en een burn-out krijgen. 13 van de 17 respondenten duiden aan dat zij het ondernemerschap beschouwen als werk dat 24/7 doorgaat. Hierdoor kwamen zij niet of amper aan rust toe. Dit had als gevolg dat zij het ondernemerschap niet meer konden voort te zetten. De volgende quotes illustreren dit:

“Ja en die zaak in het ziekenhuis hebben we eigenlijk ook verkocht alsmede door alle stress en ja dus het heeft wel heel veel invloed gehad.” (Respondent 7). Zie bijlage 8.9, pagina 52.

“Alleen dan ga je natuurlijk ook kijken naar je geluk en je stresslevel. Je stressniveau. Toen kwamen we erachter, nee het moet gewoon weg, de zaak moet gewoon weg.” (Respondent 22). Zie bijlage 8.9, pagina 237.

Ook geven de respondenten aan dat zij op een gegeven moment geen energie (7 van de 37) of motivatie (3 van de 37) hadden om door te gaan met hun onderneming. Respondenten #14 en #32 lichten dit toe:

“Nou ik was wel helemaal ingestort, uhm ik heb gewoon bijna een halfjaar geslapen omdat ik zo moe was en dat realiseerde ik me eigenlijk al werkende niet, maar dat had zoveel van me gevraagd eigenlijk achteraf uh dat ik eigenlijk een halfjaar alleen maar kon slapen en helemaal fysiek uitgeput was.” (Respondent 14). Zie bijlage 8.9, pagina 131.

“Ja... ja, ja dat je er op een gegeven moment word je er in die zin uhm, ja je raakt een beetje, ik raak heel gedemotiveerd. Dus ik denk dan op een gegeven moment van, ok het werkt niet ik kan niks nieuw inkopen, wat moet ik doen? En op een gegeven moment raakte ik een beetje de motivatie kwijt om het echt nog te gaan aanpakken en te denken van, kom op we gaan ervoor. Ik was een beetje van nou ja, dan niet. En dat is natuurlijk best wel stom, want je moet eigenlijk op

zo'n moment doorpakken en doorgaan, doorgaan en doorgaan om die groei te blijven zien en ik raakte die motivatie wel kwijt." (Respondent 31). Zie bijlage 8.9, pagina 369.

6.3.3.1 Analyse

Deze bevindingen komen overeen met de theorie van Huisman (2012), ook weergegeven in het theoretisch kader, waarin wordt gezegd dat een (positieve) psychologisch kapitaal rust op vier eigenschappen: vertrouwen, hoop, optimisme en veerkracht. Beschikt een ondernemer over enkele of geen van deze eigenschappen kan dat leiden tot falen.

6.3.4 Deelconclusie

Uit deze studie is gebleken dat de vrouwelijke ondernemers te maken hebben gehad met problemen op het gebied van sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal. Hierbij is gekeken naar de kring van mensen die de ondernemers gebruiken voor steun en hulp, naar de tekorten van de ondernemer in de vorm van kennis, ervaring en vaardigheden en naar de psychische gesteldheid van de ondernemers. Het blijkt dat het sociaal kapitaal van de ondernemers voornamelijk bestaat uit mensen waarmee zij een sterke band hebben, zoals een (bedrijfs)partner, familielid of vriend(in). Hierdoor krijgen zij weinig nieuwe informatie en inzichten binnen die hen kunnen helpen in het ondernemen. Daarnaast blijkt dat een aantal ondernemers niet beschikt over de juiste kennis, ervaringen en vaardigheden om succesvol te ondernemen en dus een beperkt menselijk kapitaal hebben. Verder is gekeken naar het psychologisch kapitaal van de ondernemers, waarin naar voren komt dat sommige te maken hebben gehad met stress, overspannenheid en een burn-out en andere hadden op gegeven moment geen energie of motivatie meer. Deze situaties hebben dan ook geleid tot falen in het ondernemen.

6.4 Genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden

In deze paragraaf wordt antwoord gegeven op de laatste deelvraag: 'Welke problemen ervaren falende vrouwelijke ondernemers op het gebied van genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden?' Er is gekeken naar de oorzaken die hebben geleid tot falen.

Deze deelvraag kon op basis van de interviews uit de datacollectie van Fenix niet worden beantwoord, omdat de vragenlijst die gebruikt is voor deze interviews geen vragen bevatten rondom het genderspect. Hierdoor hebben de respondenten op dit gebied nauwelijks tot geen ervaringen gedeeld. Om dit toch in kaart te brengen is er gekozen om extra vragen toe te voegen aan de vragenlijst, vragen over genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden. Dit is dan ook het verschil tussen codeboek A en codeboek B, te zien in Tabel 1. Onderwerpen als zichzelf moeten bewijzen en

moederschap/ huishouden komen door de extra vragen naar voren in de zelf afgenomen diepte-interviews.

6.4.1 *Zichzelf moeten bewijzen*

De respondenten delen ervaringen waarin zij het gevoel hebben dat zij zich meer moeten bewijzen in het ondernemen, omdat het ondernemerschap nog vaak wordt geassocieerd met mannen. Wanneer vrouwen een kans willen krijgen, moeten zij hier harder voor werken. Aan de hand van de volgende quotes wordt dit geïllustreerd:

“Ja, omdat als vrouw moet je er extra veel moeite voor doen om daar te komen. Zeg maar, een man die hoeft één stap te zetten en een vrouw moet tien stappen zetten en als een vrouw uh, ik ben best wel temperamentvol en iemand die voor zijn mening uitkomt, nou anderen kijken mij dan zo aan van, nou jij bent agressief of uh jij bent wild of uh, hoe noem je dat? Gewoon uh wat een man positief benaderd zou worden, wordt bij een vrouw dan gelijk negatief geassocieerd en ik vind dat gewoon niet normaal.” (Respondent 33). Zie bijlage 8.9, pagina 391.

“Maar, het was wel uhm ik moest me wel, ja toch bewijzen bijvoorbeeld dan, in de makelaardij, omdat het een beetje mannenwereld was.” (Respondent 35). Zie bijlage 8.9, pagina 422.

6.4.1.1 *Analyse*

Deze bevindingen zijn in lijn met wat Joan Nunnely, voorzitter van de Coöperatie Van Vrouwelijke ondernemers, in een artikel van de Trouw vertelt over vrouwelijke ondernemerschap. Zij ziet nog vaak dat vrouwelijke ondernemers worden benadeeld, alleen vanwege hun geslacht en de vooroordelen die hierbij horen (Tilman, 2019).

6.4.2 *Moederschap*

Verder vertellen de respondenten dat zij het lastig vinden om het ondernemerschap met het moederschap te combineren. Zij willen namelijk naast een succesvolle ondernemer ook een goede moeder zijn, dat kost dan ook veel tijd en energie. De volgende quotes illustreren dit:

“En dat, je ziet gewoon dat vrouwen kiezen er vaak ook zelf voor om voor het gezin te zorgen en ook zien que ondernemen dan, dat het gewoon veel is, als je ook én onderneemt.” (Respondent 33). Zie bijlage 8.9, pagina 393.

“Het is niet als vrouw, het enige wat je, het enige wat ik gewoon uh zie is dat je als vrouw, ja heb je die kinderwens en je hebt die kinder... uh die moederrol. Nou, ja waar ik, wat ik wel door de jaren heen heb je gezien is, dat is gewoon ontzettend lastig te combineren. En dat zie ik ook bij dertigers die in mijn bedrijf hebben gewerkt. Ja, dat het gewoon heel moeilijk is om en een familie met kinderen te runnen en optimaal in een bedrijf te functioneren.” (Respondent 34). Zie bijlage 8.9, pagina 403.

Alhoewel zij graag optimaal willen functioneren in hun bedrijf, weegt het gevoel van een goede moeder zijn, zwaarder dan een succesvolle ondernemer. Respondent #35 licht dit toe:

“Dus uh, dan is dat andere zo ondergeschikt, dat ik, ik heb ook binnen een maand mijn bedrijf aan de kant gezet. Ik heb mijn portefeuille verkocht aan een andere makelaar, die ik het gunde. Ja, want die mensen wisten natuurlijk dat ik stopte, dus die heb ik toen uh mijn portefeuille, aan een andere makelaar gegeven, waarvan ik ook vond dat ie goed en verantwoord werk deed. En uh, nou ja dat had ik binnen een maand allemaal rond. Ik heb mijn pand verkocht en uh dat heeft dan even te koop gestaan, maar dat is uiteindelijk ook gelukt. En dan denk ik, ja mijn kind ging voor alles.” (Respondent 35). Zie bijlage 8.9, pagina 418.

6.4.2.1 Analyse

Deze bevindingen komen overeen met het Europees onderzoek van Sitly, ook benoemd in het theoretisch kader, waaruit blijkt dat ruim driekwart van de Nederlandse moeders het lastig tot praktisch onmogelijk vinden om het werk met het gezinsleven te combineren.

6.4.3 Deelconclusie

Uit het kwalitatief onderzoek met 6 vrouwelijke ondernemers is gebleken dat zij te maken hebben gehad met problemen op het gebied van genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden. Er is gekeken naar hoe vrouwen in het ondernemerschap zich moeten bewijzen – in de ondernemerswereld die vooral wordt gedomineerd door mannen - en hoe zij omgaan met het moederschap. De vrouwen vertellen dat zij het idee hebben dat zij niet dezelfde kansen en mogelijkheden krijgen, die voor mannen wel gelden. Als zij hiervoor in aanmerking willen komen, moeten zij hier ook harder voor werken. Daarnaast geven zij aan dat het erg lastig is om het moederschap te combineren met het ondernemerschap. Het zijn twee taken die veel aandacht en tijd opeisen, waardoor het soms een uitdaging is om beide optimaal uit te voeren. Het wordt voor hen dus

moeilijker gemaakt om te ondernemen, maar het lijkt erop dat deze situaties er niet voor hebben gezorgd dat zij hebben gefaald.

7. Conclusie, aanbevelingen en reflectie

Dit onderzoek is nader ingegaan op oorzaken van falen bij vrouwelijke ondernemers in Nederland. Aan de hand van secundair en kwalitatief onderzoek zijn 37 faalverhalen geanalyseerd. Hieruit zijn voorzichtig gelijkenissen geïdentificeerd, welke in Hoofdstuk 6 zijn gepresenteerd. De resultaten van dit onderzoek worden door het lectoraat meegenomen in een algeheel onderzoek naar falen in het ondernemen. Dit hoofdstuk beoogt antwoord te geven op de centrale vraag van dit onderzoek: *Wat zijn de oorzaken van falen bij vrouwelijke ondernemers in Nederland?* Hieruit wordt een eenduidige conclusie getrokken en tegelijkertijd vier aanbevelingen gepresenteerd. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een inhoudelijke reflectie en een reflectie op het onderzoek(sproces).

7.1 Conclusie

De hoofdvraag van dit onderzoek is: *Wat zijn de oorzaken van falen bij vrouwelijke ondernemers in Nederland?* Op basis van het theoretisch kader zijn drie categorieën van falen geïdentificeerd. Deze zijn: financiën, het sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal en genderongelijkheid in de vorm van kansen en mogelijkheden. De onderzoeksresultaten tonen aan dat vrouwelijke ondernemers op twee van de drie categorieën problemen hebben ervaren welke hebben geleid tot falen in het ondernemen.

De financiële problemen worden door de vrouwelijke ondernemers beschreven als weinig en teruglopende omzet. Hierdoor konden zij hun financiële verplichtingen niet meer voldoen en kregen zij te maken met falen. Voorafgaand hebben verschillende situaties afgespeeld die hiertoe hebben geleid. De meest genoemde situaties zijn: geen/ slecht bedrijfsplan, slechte economie, slechte/ mislukte/ beëindiging samenwerking (ander bedrijf), slechte/ mislukte/ beëindiging partnerschap en slechte marketing. De ervaringen van de respondenten worden nauwelijks herkend in de bestaande literatuur over falen in het ondernemen. Alleen de impact van een verbroken partnerschap op de continuïteit van een onderneming, wordt in het onderzoek van Nyenrode van Nandram (2000) en het onderzoek van Martens & Alvarado Valenzuela (2019-b) benoemd.

Verder vertellen de vrouwelijke ondernemers dat hun sociaal kapitaal voornamelijk bestaat uit mensen die dichtbij hen staan, zoals een (bedrijfs)partner, familielid of vriend(in). De ondernemers hebben dus een voorkeur om met name in een klein netwerk – met sterke banden – over hun problemen te praten. Deze mensen geven vaak geen nieuwe informatie en inzichten die zij in het ondernemen kunnen gebruiken om mogelijke problemen te voorkomen of op te lossen. Hiermee sluiten de respondenten zich aan op wat in de theorie van Granovetter (1973) wordt beschreven.

In de categorie menselijk kapitaal, is gekeken naar de kennis, ervaringen en vaardigheden van de vrouwelijke ondernemers. Een aantal herkend dat een gebrek hieraan, werkzaamheden in het ondernemen heeft belemmerd. Verder, speelt ook het psychologisch kapitaal een rol in het ondernemen. Factoren als stress, overspannenheid, burn-out en een gebrek aan energie/ motivatie worden door de ondernemers benoemd als oorzaak van falen. De respondenten van dit onderzoek hebben bevestigd dat het menselijk en psychologisch kapitaal van invloed is bij het ondernemen.

Daarnaast hebben de vrouwelijke ondernemers het idee dat zij zich meer moeten bewijzen in de huidige ondernemerswereld, die vooral wordt gedomineerd door mannen. Als zij in aanmerking willen komen voor bepaalde en kansen en mogelijkheden, zullen zij hier ook harder voor moeten werken. Hiernaast voelen zij zich ook beperkt als het gaat om moederschap. Naast het runnen van een onderneming, hebben zij ook de taak om voor de kinderen te zorgen. Dit kost hen dan ook veel tijd en energie. Deze situaties hebben het voor hen lastiger gemaakt om te ondernemen, maar het lijkt erop dat dit niet als een reden van falen wordt beschouwd. Aangezien dit onderwerp alleen in de zes gehouden diepte-interviews is besproken, verdient het aanbeveling om hier nader onderzoek naar te doen.

De bevindingen hebben inzicht verschaft in de beweegredenen, keuzes en tegenslagen van de vrouwelijke ondernemers in Nederland en worden in de volgende paragraaf vertaald naar aanbevelingen.

7.2 Aanbevelingen

Het lectoraat wordt geadviseerd om de hierboven benoemde conclusies aan het licht te brengen bij de nieuwe en huidige generatie vrouwelijke ondernemers, om zo ook antwoord te geven op de adviesvraag: *Hoe kan het lectoraat het kennistekort verkleinen op het gebied van falen in het ondernemen bij vrouwelijke ondernemers in Nederland?* De kennis opgedaan in dit onderzoek, kan op verschillende manieren worden gedeeld, namelijk:

1. *Wetenschappelijk onderzoek/ artikel* – Dit onderzoek kan als basis dienen voor verder wetenschappelijk onderzoek en het schrijven van een wetenschappelijk artikel. Hiervoor kan de datacollectie van Fenix worden gebruikt. In deze datacollectie zijn nog meer interviews beschikbaar die aanvullend geanalyseerd kunnen worden en waarvan de bevindingen kunnen worden toegevoegd. De vragen die zijn gesteld over genderverschillen in de aanvullende interviews dienen aan een grotere groep te worden voorgelegd teneinde hierover valide uitspraken te kunnen doen. Als gevolg hiervan kan het lectoraat een nauwkeuriger beeld schetsen van de relatie tussen ondernemerschap en vrouwelijke studenten, ondernemers en

partijen om de vrouwelijke ondernemers heen. Hierdoor kunnen zij beter anticiperen op mogelijke risico's en tegelijkertijd weloverwogen keuzes maken om falen te voorkomen.

2. *Lessons learned* – De bevindingen en lessen uit dit onderzoek kunnen – al dan niet aangevuld met vervolgonderzoek – worden vertaald in lessons learned, om het werkveld om ondernemers heen te informeren en te inspireren. Dit betreft banken, financieel adviseurs, accountants en andere partijen die met ondernemers in gesprek gaan en voor hen een klankbord kunnen vormen. Als zij erbij stil staan dat vrouwen met andere aspecten te maken hebben of bepaalde barrières ervaren kunnen ze hen beter helpen.
3. *Presentatie geven* – Er kan op een conferentie een presentatie worden gegeven waarin lessen geformuleerd zijn op het gebied van falen in het ondernemen. Hiermee kan het lectoraat vrouwelijke ondernemers ondersteunen en adviseren in wat zij kunnen doen als zij te maken krijgen met bepaalde problemen. In de presentatie wordt duidelijk gemaakt dat falen onderdeel uitmaakt van het ondernemerschapproces en dat het behalen van succes niet zonder slag of stoot gaat. In de hoop dat het taboe dat rust op falen hiermee verbroken wordt en bespreekbaar gemaakt onder ondernemers. Het is belangrijk om dit onderwerp te adresseren in groepen waar vrouwen samen komen, omdat zij op die manier elkaar kunnen helpen en zich niet 'af hoeven te zetten' tegenover mannelijke ondernemers. Het ondersteunen van deze presentatie door een rolmodel – een vrouwelijke ondernemer die vertelt over haar succes- en faalervaringen – kan het verhaal kracht bij zetten.
4. *Onderwijsprogramma aanvullen* – Binnen het lectoraat wordt het programma Ondernemerschap aangeboden, waarin onderwijs en onderzoek op dit terrein verzorgd wordt, om zo ondersteuning te bieden voor studenten- en alumni- ondernemers. Het lectoraat kan ervoor kiezen om in dit programma een vak te introduceren dat zich specifiek richt op de tegenslagen van het ondernemen bij vrouwelijke ondernemers, om zo meer bewustwording te creëren. Met het idee dat zij een beter beeld krijgen van wat hen te wachten staat en hiervan kunnen leren en op kunnen voorbereiden. Dit kan overigens gekoppeld worden aan het verbeteren van diversiteit en inclusie, een belangrijk thema binnen de HvA. Een vrouwvriendelijker ondernemersklimaat is voor de totale maatschappij van belang en niet alleen een probleem voor vrouwen.

7.2.1 Organisatorische en financiële consequenties

Ad 1. Wetenschappelijk onderzoek/ artikel – Het vergt veel tijd om de gehele datacollectie van Fenix te analyseren (700 faalverhalen). Als alle verhalen worden geanalyseerd kan niet alleen onderzocht worden welke specifieke factoren bij vrouwen relevant zijn, maar kan ook gekeken worden wat de verschillen zijn tussen vrouwen en mannen. Het advies om hier onderzoek naar te doen vraagt een investering van 1 fulltime junior onderzoek gedurende 1 jaar. Hiermee is een kostenpost van €91.000 aan totale kosten (Handleiding overheidsstarieven 2020, schaal 9).

Ad 2. Lessons learned – De aanbeveling om de bevindingen van dit onderzoek te vertalen naar lessons learned kan worden meegenomen in het doen van onderzoek, de analyse en het schrijven van de publicatie zoals onder 1 is weergegeven. Het is niet de verwachting dat hiervoor extra kosten moet worden begroot.

Ad 3. Presentatie geven – In de huidige tijd worden conferenties en bijeenkomsten online gegeven. Dit brengt weliswaar kosten met zich mee voor organisatie en voorbereiding, maar die zijn van andere orde dan wanneer bijeenkomsten fysiek plaatsvinden. Daarnaast speelt mee dat netwerken en organisaties vaak conferenties organiseren en dan juist op zoek zijn naar interessante onderwerpen dito sprekers, waarvoor zij bereid zijn te betalen. Dus wanneer een conferentie door de HvA wordt georganiseerd, dan brengt dat kosten met zich mee. Deze bedragen zijn afhankelijk van de vorm waarin de conferentie plaatsvindt en zullen tussen de €2.000 en €10.000 bedragen. Dit is gebaseerd op eerder georganiseerde activiteiten binnen het lectoraat. Wanneer anderen deze activiteiten organiseren zijn er geen kosten mee gemoeid en levert het delen van kennis in sommige situaties zelfs nog iets op. Afhankelijk van de organisatie, zo is de ervaring van het lectoraat, kan dit tussen €250 en €1.250 bedragen.

Ad 4. Onderwijsprogramma aanvullen – Diversiteit en inclusie is een reeds bestaand thema binnen het onderwijs in de HvA. Op dit moment wordt door het lectoraat hier onderzoek naar gedaan, is er een diversiteitsmanager die onderwerpen agendeert en zijn er verschillende programma's. Dit neemt niet weg dat verschillen in vrouwelijke ondernemerschap, en specifiek hoe vrouwen te maken hebben met falen, niet meer aandacht moet krijgen. Dit kan in lijn zoals project Fenix dit heeft gedaan en vraagt dan ontwikkelcapaciteit, maar kan ook in overleg met docenten rechtstreeks in het curriculum worden aangevuld. Als hiervoor onderzoekscapaciteit beschikbaar moet komen, is er gedurende één semester een 0,5 fte nodig om dit uit te werken en daarna gaat het om af en toe een dagdeel, om de verbinding met het onderwijs te concretiseren. De investering die hiervoor nodig is, is om en nabij de €15.000 (Handleiding overheidsstarieven 2020, schaal 11).

7.3 Reflectie

De reflectie van dit onderzoek is tweedelig, bestaand uit een inhoudelijke reflectie en een reflectie op het onderzoek.

Tijdens het verzamelen en analyseren van de data, zijn een aantal aanpassingen doorgevoerd in de hoofdstukken 3 t/m 5. In hoofdstuk 3 is een stuk geschreven over de relevantie van dit onderzoek, opgesplitst in: wetenschappelijke relevantie, maatschappelijke relevantie en bedrijfskundige relevantie. Hier wordt uitgelegd hoe dit onderzoek een bijdrage levert aan de wetenschap en maatschappij en in welk van de drie kernvakgebieden – opgesteld vanuit het BK-opleidingsprofiel – deze scriptie past. In Hoofdstuk 4 is extra theorie toegevoegd. In eerste instantie, theorie over het sociaal kapitaal, omdat bijna alle respondenten benoemen dat zij het sociaal kapitaal met sterke banden belangrijk vinden. Vanuit hier is gezocht naar theorie dat hierbij aansluit. Dit is ook gedaan bij de onderwerpen zichzelf moeten bewijzen en moederschap/huishouden. In de zelf afgenomen diepte-interviews kwamen deze onderwerpen sterk naar voren. In Hoofdstuk 5 is nogmaals kritisch gekeken naar de betrouwbaarheid en validiteit van dit onderzoek. Deze is aangepast naar vier criteria die een betere afspiegeling is van de onderliggende aannames in kwalitatief onderzoek.

Het is niet gelukt om dit onderzoek binnen de geplande 20 weken uit te voeren. Hiervoor zijn een aantal redenen te noemen. Ten eerste heeft het veel tijd gekost om alle 31 interviews uit de datacollectie van Fenix in zijn geheel te analyseren. In het onderzoeksplan is beoogd dat alleen de secties D, E en F geanalyseerd moesten worden. Achteraf was het toch nodig om alle secties te analyseren, omdat veel ondernemers – in de interviews van Fenix – hun problemen niet alleen in de secties D, E en F aankaartte. Zo kwam dit ook ter sprake in de secties A, B, C en G. Het was dan ook noodzakelijk om dit mee te nemen in de analyse, om antwoord te kunnen geven op de deelvragen. Bij het uitvoeren van het aanvullend kwalitatief onderzoek, was het een uitdaging om ondernemers te vinden die te maken hebben gehad met falen. Dit kwam omdat hun contactgegevens moeilijk waren te achterhalen. Op websites als www.faillissementsdossier.nl staan alleen de naam van het bedrijf en de datum van het faillissement. Hierdoor heb ik gebruik moeten maken van mijn eigen netwerk en het netwerk van anderen, om uiteindelijk het gewenste aantal respondenten te interviewen. Daarnaast waren ook genoeg ondernemers die zich niet identificeren als iemand die heeft gefaald. Daarom is er gekozen om hen te benaderen met de vraag of zij te maken hebben gehad met problemen in het ondernemen zonder het woord 'falen' te benoemen. In de hoop dat zij hierdoor minder snel zouden afhaken. Zo waren er ook ondernemers die uiteindelijk niet over een faalverhaal beschikte en dus ook niet

geïnterviewd konden worden. Dit heeft dan ook voor een vertraging gezorgd. Dit is ook terug te zien in de strokenplanning in bijlage 8.3.

Binnen dit onderzoek zijn ook een aantal beperkingen te noemen. In het secundair onderzoek is de datacollectie van Fenix vanuit een nieuw gezichtspunt geanalyseerd en geïnterpreteerd. De vragenlijst die is gebruikt bij het verzamelen van deze data is opgesteld vanuit het proces falen en herstellen van bedrijven. In dit onderzoek ligt de focus alleen bij het faalproces, waardoor niet alle gegevens bruikbaar waren voor onderzoek. Er is daarom de keuze gemaakt om de bestaande vragenlijst aan te passen bij het afnemen van de zelf afgenomen diepte-interviews. Hierbij is een aantal vragen weggelaten en toegevoegd. Op basis hiervan konden bepaalde resultaten uit de datacollectie van Fenix aan de hand van de zelf afgenomen diepte-interviews bevestigd worden. De vragen die waren toegevoegd brachten nieuwe inzichten. Dit heeft een rijke dataset opgeleverd. In de gebruikte datacollectie van Fenix is het genderspect niet benoemd en was dit ook niet te destilleren uit het secundair onderzoek. In het beperkte aantal interviews dat is gehouden, is dit wel aan de orde gesteld echter met N=6. Dit is te weinig om hier gevalideerd uitspraken over te doen en daarom wordt geadviseerd om dit nader te onderzoeken.

8. Bijlage

8.1 Literatuur

Bruna, A. V., Mcquirrie, E. F., & Torgrimson, C. G. (1992). The evolution of new technology ventures over 20 years: Patterns of failure, merger, and survival. *Journal of Business Venturing*, 291- 302.

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

CBS. (2018, 2 februari). *Grootste aantal nieuwe bedrijven sinds 2009*. Geraadpleegd op 11 mei 2020, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/05/grootste-aantal-nieuwe-bedrijven-sinds-2009>

Cannon, M. D., Edmondson, A. C. (2001). Confronting failure: antecedents and consequences of shared beliefs about failure in organizational work groups. *Journal of Organizational Behavior*, 161- 177.

Carree, M., Van Stel, A., Thurik, R., & Wennekers, S. 2007. The relationship between economic development and business ownership revisited. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(3): 281-291.

Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78 (6), 1360-1380.

Gender Diversity in the Netherlands. (2019). *Foreword Gender Diversity*. Geraadpleegd op 20 april 2020, van <https://medium.com/techleap-stories/launching-the-gender-diversity-in-the-netherlands-report-and-its-time-fundright-book-featuring-20c0a8dd99eb>

Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Hogeschool van Amsterdam (2019-a). *Jaarverslag 2018: Profiel*. Geraadpleegd op 14 mei 2020 van https://www.hva.nl/binaries/content/assets/hva/over-de-hva/feiten-en-cijfers/jaarverslagen-vanaf-2016/hva_jaarverslag_2018.pdf?1561457394197

Hogeschool van Amsterdam (2019-b). *Jaarverslag 2018: Ondernemerschap*. Geraadpleegd op 14 mei 2020, van https://www.hva.nl/binaries/content/assets/hva/over-de-hva/feiten-en-cijfers/jaarverslagen-vanaf-2016/hva_jaarverslag_2018.pdf?1561457394197

- Hogeschool van Amsterdam (2019-c). *Jaarverslag 2018: Studeren en ondernemen*. Geraadpleegd op 14 mei 2020, van https://www.hva.nl/binaries/content/assets/hva/over-de-hva/feiten-en-cijfers/jaarverslagen-vanaf-2016/hva_jaarverslag_2018.pdf?1561457394197
- Hogeschool van Amsterdam. (z.d.-a). *Programma Ondernemerschap van de HvA – Hogeschool van Amsterdam*. Geraadpleegd op 13 april 2020, van <https://www.hva.nl/ondernemerschap/algemeen/algemeen.html>
- Hogeschool van Amsterdam. (z.d.-b). *Onderwijsmodule Project Fenix – Hogeschool van Amsterdam*. Geraadpleegd op 13 april 2020, van <https://www.hva.nl/ondernemerschap/onderzoek/failure--recovery/onderwijsmodule-project-fenix/over-het-project/1.-over-het-project-kopie.html?origin=5njCw9E0QEiUrVEUx%2F2hew>
- Hogeschool van Amsterdam – CAREM. (2020, 18 maart). *Entrepreneurship – Hogeschool van Amsterdam*. Geraadpleegd op 13 april 2020, van <https://www.hva.nl/subsites/nl/kc-be-carem/lectoraten/lectoraat-entrepreneurship/lectoraat-entrepreneurship-i.o.html?origin=fpYBevADQTCjoNaW6loniA>
- Huisman, S.H.M. (2012, 19 november). *‘Waarom stoppen nascent entrepreneurs?’* Geraadpleegd op 25 mei 2020, van https://essay.utwente.nl/62589/1/BSc_S_Huisman.pdf
- Handleiding Overheidstarieven 2020 (2020). *Tarieven 2020 en toelichting*. Geraadpleegd op 26 november 2020, van <https://kennisopenbaarbestuur.nl/media/256325/handleiding-overheidstarieven-2020.pdf>
- Janse, B. (2019). *Stakeholderanalyse analysis*. Geraadpleegd op 27 april 2020, van <https://www.toolshero.nl/verandermanagement/stakeholderanalyse/>
- KvK. (2020, 6 maart). *KvK signaleert: aantal jonge vrouwelijke ondernemers stijgt*. Geraadpleegd op 2 mei 2020, van <https://www.kvk.nl/over-kvk/media-en-pers/nieuws-en-persberichten/kvk-signaleert-aantal-jonge-vrouwelijke-ondernemers-stijgt/>
- Lambrecht, J. & Broekaert, W. (2016, november). *Het lot van de onderneming na faling*. Geraadpleegd op 14 mei 2020, van <https://lirias.kuleuven.be/retrieve/415105>
- Martens, J., & Alvarado Valenzuela, J. (2019, 2 september-a). *Handleiding – Fenix Project*. Amsterdam: Hogeschool van Amsterdam.

- Martens, J., & Alvarado Valenzuela, J. (2019, 26 april-b). *Hulp voor ondernemers in nood*. Geraadpleegd op 27 april 2020, van <https://mab-online.nl/article/33181/>
- McKinsey Global Institute (2015, september). *The power of parity: How advancing women's equality can add \$12 trillion to global growth*. Geraadpleegd op 2 mei 2020, van https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Featured%20Insights/Employment%20and%20Growth/How%20advancing%20womens%20equality%20can%20add%2012%20trillion%20to%20global%20growth/MGI%20Power%20of%20parity_Full%20report_September%202015.pdf
- Mendelow, A. (1991). *'Stakeholder Mapping'*, Proceedings of the 2nd International Conference on Information Systems, Cambridge, MA (Cited in Scholes,1998).
- McGrath, R. G. (1999). Falling Forward: Real Options Reasoning and Entrepreneurial Failure. *The Academy of Management Review*, 13-30.
- MKB Servicedesk. (2019). *Wat is een faillissement?* Geraadpleegd op 28 november 2020, van <https://www.mkb servicedesk.nl/373/wat-faillissement.htm>
- Nandram, S.S. (2002). *Succesvol ondernemen; eerder een kwestie van karakter dan van kennis*. Universiteit Nijenorde, 1-215.
- Naidu, S., & Chand, A. (2017). National culture, gender inequality and women's success in micro, small and medium enterprises. *Social Indicators Research*, 130(2), 647- 664.
- Odé, A. (2002). *Ethnic-cultural and socio-economic integration in the Netherlands*. Assen, Nederland: Koninklijke van Gorcum B.V.
- Portes, A. (1998). Social capital: its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24.
- Portegijs, W., Alejandro Perez, S., Van den Brakel, M. (2018). *Emancipatiemonitor 2018*. Geraadpleegd op 12 november 2020, van <https://digitaal.scp.nl/emancipatiemonitor2018/>
- RVO. (2020-a). *Ondernemende vrouwen aan zet*. Geraadpleegd op 2 mei 2020, van <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2020/03/Gender-Ezine-Ondernemende-vrouwen-aan-zet.pdf>
- RVO. (2018-b). *De positie van de vrouwelijke internationale ondernemer*. Geraadpleegd op 16 juni 2020, van

<https://www.rvo.nl/sites/default/files/2018/11/De%20positie%20van%20de%20vrouwelijke%20internationale%20ondernemer.pdf>

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1): 217-226.

Shepherd, D. A. (2003). Learning from business failure: propositions of grief recovery for the selfemployed. *Academy of Management Review*, 318-328.

Schumpeter, J.A., 1934, *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press: Cambridge MA.

Sitly. (z.d.). *Combinatie werk en gezin te zwaar: Ruim driekwart moeders vindt het moeilijk tot onmogelijk*. Geraadpleegd op 12 november 2020, van <https://www.sitly.nl/blog/76-moeders-vindt-combinatie-werk-en-gezin-moeilijk-tot-onmogelijk/>

Tilman, E. (2019, 8 maart). Ik zie zo veel ondernemerschap onder vrouwen, alleen ziet de buitenwereld dat niet altijd. *Trouw*. Geraadpleegd op 3 mei 2020, van <https://www.trouw.nl/nieuws/ik-zie-zo-veel-on-der-ne-mer-schap-onder-vrouwen-alleen-ziet-de-buitenwereld-dat-niet-altijd~bad4ac55/>

Venkataraman, S. (1997). *The distinctive domain of entrepreneurship research*. Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth, pp. 119 – 138.

Van Wijnen, F. (2018, 23 maart). Seksisme bij financiers blijkt vooral uit het taalgebruik. *Het Financieele Dagblad*. Geraadpleegd op 28 april 2020, van <https://fd.nl/morgen/1243546/seksisme-bij-financiers-blijkt-vooral-uit-het-taalgebruik>

Verheul, I. (2005, 2 juni). *Is there a (fe)male approach?* Geraadpleegd op 20 april 2020, van <https://repub.eur.nl/pub/2005/>

Verschuren, P., Doorewaard, H. (2000). *Het ontwerpen van een onderzoek*. Utrecht: Lemma.

Wakkee, I. (2017, 5 september). *Hogeschool van Amsterdam - Ondernemen doe je niet alleen*. Geraadpleegd op 4 mei 2020, van https://www.hva.nl/binaries/content/assets/hva/lectorale-redes/boekjes/lectorale_rede_ingrid_wakkee.pdf

Zacharakis, A. L., Meyer, D. G., & DeCastro, J. (1999). Differing Perceptions of New Venture Failure: A Matched Exploratory Study of Venture Capitalists and Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 1-14.

Zoom.us, (2020). *What is zoom*. Geraadpleegd op 7 juni 2020, van <https://zoom.us/>

8.2 Tabellen

Tabel 1: Kenmerken respondenten (datacollectie van Fenix)

Leeftijd	Aantal
<i>Onbekend</i>	8
<i>20 t/m 30 jaar</i>	4
<i>30 t/m 40 jaar</i>	4
<i>40 t/m 50 jaar</i>	2
<i>50 t/m 60 jaar</i>	13

Sector	Aantal
<i>Advies en consultancy</i>	1
<i>Agrosector</i>	0
<i>Bouw, installatie en infrastructuur</i>	0
<i>Cultuur en sport</i>	0
<i>Delfstoffen</i>	0
<i>Energie</i>	0
<i>Financiële dienstverlening</i>	0
<i>Gezondheidszorg en maatschappelijke dienstverlening</i>	4
<i>Groothandel en detailhandel</i>	8
<i>Horeca</i>	4
<i>ICT, media, en communicatie</i>	4
<i>Industrie</i>	0
<i>Onderwijs en training</i>	0
<i>Onroerend goed</i>	0
<i>Persoonlijke dienstverlening en not-for-profit</i>	6
<i>Vervoer, post en opslag</i>	2
<i>Water en afval</i>	0
<i>Zakelijke dienstverlening</i>	2

Bedrijfsgrootte	Aantal
<i>Onbekend</i>	6
<i>ZZP'er</i>	7
<i>2 tot 10 werknemers</i>	16
<i>Meer dan 10 werknemers</i>	2

Tabel 2: Kenmerken respondenten (zelf afgenomen diepte-interviews)

Leeftijd	Aantal
<i>Onbekend</i>	0
<i>20 t/m 30 jaar</i>	1
<i>30 t/m 40 jaar</i>	0
<i>40 t/m 50 jaar</i>	1
<i>50 t/m 60 jaar</i>	4

Sector	Aantal
<i>Advies en consultancy</i>	1
<i>Agrosector</i>	0
<i>Bouw, installatie en infrastructuur</i>	0
<i>Cultuur en sport</i>	0
<i>Delfstoffen</i>	0
<i>Energie</i>	0
<i>Financiële dienstverlening</i>	0
<i>Gezondheidszorg en maatschappelijke dienstverlening</i>	0
<i>Groothandel en detailhandel</i>	4
<i>Horeca</i>	1
<i>ICT, media, en communicatie</i>	0
<i>Industrie</i>	0
<i>Onderwijs en training</i>	0
<i>Onroerend goed</i>	0
<i>Persoonlijke dienstverlening en not-for-profit</i>	0
<i>Vervoer, post en opslag</i>	0
<i>Water en afval</i>	0
<i>Zakelijke dienstverlening</i>	1

Bedrijfsgrootte	Aantal
<i>Onbekend</i>	0
<i>ZZP'er</i>	3
<i>2 tot 10 werknemers</i>	1
<i>Meer dan 10 werknemers</i>	2

8.3 Strokenplanning

Strokenplanning: Periode: 13 april t/m 21 december 2020		April				Mei				Juni				Juli				Augustus				September				Oktober				November				December				
Datum	Week	13	20	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24	31	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23	30	7	14	21
Week		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37
Onderzoeksplan		[Gantt bar: April 13-27, May 4-18, June 1-11]																																				
Inleiding schrijven (aanleiding, probleemstelling en doelstelling)		[Gantt bar: April 13-27]																																				
Literatuuronderzoek/ theoretisch kader schrijven		[Gantt bar: April 13-27]																																				
Methoden/ onderzoeksopzet schrijven		[Gantt bar: April 13-27]																																				
<i>Onderzoeksplan herkansen (indien nodig)</i>		[Gantt bar: April 13-27]																																				
Uitvoeren van onderzoek		[Gantt bar: July 6-27, August 3-24, September 7-28, October 5-26, November 2-23, December 7-21]																																				
Onderzoek 1: Kwalitatieve data-analyse uitvoeren (met datacollectie van Fenix)		[Gantt bar: July 6-27, August 3-24, September 7-28, October 5-26, November 2-23, December 7-21]																																				
*Interviews coderen aan de hand van de theorie		[Gantt bar: July 6-27, August 3-24, September 7-28, October 5-26, November 2-23, December 7-21]																																				
Onderzoek 2: Datacollectie aanvullen met zelf verzamelde data:		[Gantt bar: July 6-27, August 3-24, September 7-28, October 5-26, November 2-23, December 7-21]																																				
*Voorbereiden op het afnemen van de interviews		[Gantt bar: July 6-27, August 3-24, September 7-28, October 5-26, November 2-23, December 7-21]																																				
*Interviews inplannen		[Gantt bar: July 6-27, August 3-24, September 7-28, October 5-26, November 2-23, December 7-21]																																				
*De ingeplande interviews afnemen		[Gantt bar: July 6-27, August 3-24, September 7-28, October 5-26, November 2-23, December 7-21]																																				
*Interviews transcriberen		[Gantt bar: July 6-27, August 3-24, September 7-28, October 5-26, November 2-23, December 7-21]																																				
*Interviews coderen aan de hand van de theorie		[Gantt bar: July 6-27, August 3-24, September 7-28, October 5-26, November 2-23, December 7-21]																																				
Resultaten schrijven		[Gantt bar: July 6-27, August 3-24, September 7-28, October 5-26, November 2-23, December 7-21]																																				
Conclusie schrijven		[Gantt bar: July 6-27, August 3-24, September 7-28, October 5-26, November 2-23, December 7-21]																																				
Aanbevelingen schrijven		[Gantt bar: July 6-27, August 3-24, September 7-28, October 5-26, November 2-23, December 7-21]																																				
Managemensamenvatting schrijven		[Gantt bar: July 6-27, August 3-24, September 7-28, October 5-26, November 2-23, December 7-21]																																				
<i>Afstudeeropdracht herkansen (indien nodig)</i>		[Gantt bar: July 6-27, August 3-24, September 7-28, October 5-26, November 2-23, December 7-21]																																				
Verplichte deadlines		[Gantt bar: July 6-27, August 3-24, September 7-28, October 5-26, November 2-23, December 7-21]																																				
Deadline onderzoeksplan - Kans 1		[Red bar: June 8-9]																																				
<i>Deadline onderzoeksplan - Herkansing (indien nodig)</i>		[Red bar: June 15-16]																																				
Deadline afstudeeropdracht - Kans 1		[Red bar: December 14-15]																																				
Verdediging - Kans 1		[Red bar: December 21-22]																																				
<i>Deadline afstudeeropdracht - Herkansing (indien nodig)</i>		[Red bar: December 28-29]																																				
<i>Verdediging - Herkansing (indien nodig)</i>		[Red bar: December 31]																																				

	Fase
	Uitvoeren
	Afgerond
	Deadline
	Vakantie

8.4 Verkennend interview

Vorbereiding

Introductie

Goedendag, wat fijn dat u wat tijd vrij kon maken om met mij dit interview te doen. Vind u het goed als ik dit gesprek opneem? - Het doel van dit interview is om een beter beeld te schetsen van de organisatie, in dit geval het lectoraat Entrepreneurship. En of u mij eventueel nuttige informatie kan geven voor mijn onderzoek. Dit interview bevat zeven vragen.

De eerste drie vragen over de organisatie:

1. Wie bent u en wat is uw functie binnen het lectoraat?
2. Wat doet het lectoraat en wat is haar doel?
3. Zijn er afdelingen binnen het lectoraat? Zo, ja welke zijn dat? Hebben deze afdelingen een verband met elkaar? In welke afdeling bent u werkzaam?

Uitleg van onderzoek

De laatste vier vragen over het onderzoek:

4. Welke (hoofd)onderzoeken worden binnen het lectoraat Ondernemerschap uitgevoerd en onder welk thema valt mijn onderzoek? – Failure & Recovery?
5. Heeft u een belang bij het onderzoek dat ik uitvoer? Zo, ja wat is dit belang?
6. Wat denkt u dat de oorzaken zijn waarom ondernemingen falen?
7. Heeft u nog andere nuttige informatie die ik kan gebruiken voor mijn onderzoek?

Verkennd interview

23 april 2020 – kwart over 11 tot kwart voor 12

Ik heb een onderzoeker binnen het lectoraat Ondernemerschap aan de Hogeschool van Amsterdam geïnterviewd. Dit interview duurde 22 minuten en 43 seconden.

Aan het begin van het gesprek gaf ik een introductie van mezelf en legde ik uit wat het doel van het interview was. In het interview heb ik drie vragen gesteld over het lectoraat Entrepreneurship en vier vragen over mijn onderzoek.

Vragen over het lectoraat Entrepreneurship:

1. Wie bent u en wat is uw functie binnen het lectoraat?

Samenvatting:

De geïnterviewde is een onderzoeker binnen het lectoraat Ondernemerschap en werkt momenteel aan het Fenix project met twee andere onderzoekers. Samen vormen zij het kernteam dat aangevuld wordt door docenten van verschillende opleidingen. In dit project werken zij samen met ongeveer 25 docenten van de opleiding SM&O, CB en CE. Zij werken mee aan kleine onderdelen binnen het onderzoek. Buiten de Hogeschool van Amsterdam werken zij samen met Avans Hogeschool (afdeling innovatie en ondernemerschap) en North Umbria Business School (afdeling offer business closure).

2. Wat doet het lectoraat en wat is haar doel?

Samenvatting:

Het lectoraat doet onderzoek waarbij zij onderwerpen uitdiepen en integreren met het onderwijs. Zij zijn op zoek naar de juiste methode van onderwijs binnen de verschillende opleidingen die op de HvA worden aangeboden. Verder zien zij dat steeds meer studenten binnen de opleidingen bezig zijn met het uitvoeren van onderzoek en willen hen hierin begeleiden.

3. Zijn er afdelingen binnen het lectoraat? Zo, ja welke zijn dat? Hebben deze afdelingen een verband met elkaar? In welke afdeling bent u werkzaam?

Samenvatting:

Het lectoraat Ondernemerschap werkt samen met verschillende faculteiten. Er zijn ook andere lectoraten die alleen onderzoek doen binnen één faculteit. Die werken voornamelijk samen met

afdelingen binnen de opleiding, dus meer met docenten. Hieruit ontstaan er onderzoeksgroepen, maar er zijn geen officiële afdelingen. Deze groepen doen dan onderzoek binnen de thema's van het lectoraat, bijvoorbeeld failure & recovery waar het project Fenix onder valt. Deze onderzoeksgroepen komen elke maandag bij elkaar om te bespreken waar zij op dat moment mee bezig zijn. Zij doen niet mee aan elkaars onderzoek, maar maken wel gebruik van elkaars kennis en materiaal.

Vragen over mijn onderzoek:

4. Zoals u aangeeft zijn er verschillende thema's binnen het lectoraat, waaronder valt mijn onderzoek 'oorzaken van falen bij vrouwelijke ondernemers'?

Samenvatting:

Het onderzoek 'oorzaken van falen bij vrouwelijke ondernemers' valt onder het thema failure & recovery.

5. Heeft u een belang bij het onderzoek dat ik uitvoer? Zo, ja wat is dit belang?

Samenvatting:

Het lectoraat werk samen met verschillende partijen, zoals de Gemeente. Zij hebben dan ook een belang als het gaat om vrouwelijke ondernemers. Gezien de situatie waarin wij ons nu bevinden (de economische crisis door het coronavirus) is het voor bepaalde partijen zeer belangrijk om informatie te krijgen als het gaat om falen. Aan de hand van deze bevindingen kunnen er programma's worden aangepast of acties ondernomen worden.

6. Wat denkt u dat de oorzaken zijn waarom ondernemingen falen?

Samenvatting:

De geïnterviewde voert momenteel een onderzoek uit samen met andere partijen in Europa over 'Early Stage Business Failure Intervention'. Het gaat om signalen die kunnen optreden voordat een bedrijf echt 'faalt'. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen persoonlijke aspecten, zoals scheiding, gezondheid etc. en het bedrijfsaspect zoals de financiën, administratie etc. Daarnaast wordt er gekeken naar de context; wat gebeurt er in de maatschappij of economie? Allerlei aspecten die een rol spelen als het gaat om falen.

7. Heeft u nog andere nuttige informatie die ik kan gebruiken voor mijn onderzoek?

Samenvatting:

De geïnterviewde adviseert om het onderzoekskader scherper te krijgen, zodat het duidelijker wordt waar het onderzoek over gaat. Op dit moment worden er nog te veel onderwerpen benoemt en hierin moeten keuzes gemaakt worden. Als tip geeft hij mee om een paar interviews uit de data van het Fenix project te analyseren, om te zien welke onderwerpen aan bod komen. Met deze informatie kunnen er keuzes gemaakt worden als het gaat om theorie en literatuur.

8.5 Bedrijfsbezoek

Op 29 april 2020 staat er een afspraak ingepland van half 12 tot half 1 samen met mijn afstudeerbegeleider Mevr. Lenferink en mijn opdrachtgever/ bedrijfsbegeleider Mevr. Martens. Normaal gesproken komt de afstudeerbegeleider langs op locatie, maar i.v.m. COVID19 is dit momenteel niet mogelijk. Hierdoor heb ik via ZOOM een online-vergadering georganiseerd. In het gesprek wordt het concept onderzoeksplan (eerste opzet) besproken.

Samenvatting van het gesprek:

In de online-vergadering stelde Mevr. Lenferink en Mevr. Martens zich in eerste instantie aan elkaar voor. Hierna begonnen wij mijn opdracht te bespreken. In de ochtend had ik van hen beide feedback ontvangen. Ik wilde dan ook van deze gelegenheid gebruik maken door een aantal onderwerpen met z'n drieën te behandelen. Zodat wij aan het einde van het gesprek meer op één lijn zouden zitten. In het gesprek kwam duidelijk naar voren dat ik de afgelopen weken druk bezig ben geweest met het verzamelen van informatie (divergeren), maar dat ik nu de overgang moet gaan maken naar het convergeren van informatie; keuzes maken. Hiermee creëer ik een rode lijn in mijn rapport. Gezamenlijk hebben wij de volgende onderwerpen besproken:

- Wat is het doel van het onderzoek?
 - o Als het fout gaat, wat doe je als ondernemers?
 - o Momenteel is er nauwelijks ingezoomd op vrouwelijke ondernemers; tegen welke moeilijkheden lopen zij aan?
- Wat is het hoofdthema in het onderzoek?
 - o Het hoofdthema is afhankelijk van het doel.
 - o Mogelijke hoofdthema: Faalverhalen van vrouwelijke ondernemingen.
- Wat wordt er verstaan onder falen?
 - o Het begrip moet breder worden uitgelegd.
 - o Falen wordt in dit onderzoek gedefinieerd, als; faillissement (gefaald) en andere redenen als een project dat misgaat, sluiting van enkele filialen en contract beëindigen kan falen bespoedigen.
- Wat voor ondernemingen worden gebruikt in dit onderzoek?
 - o Alle soorten ondernemingen; start-ups, kleine bedrijven, grote bedrijven etc.
- Voor wie wordt het onderzoek uitgevoerd?

- Richting één: het onderwijs → studenten voorzien van informatie en meenemen in het ondernemerschap onderwijs. Data toetsen door docenten te interviewen, met de vraag wat zij momenteel doen om studenten te informeren als het gaat om ondernemerschap.
 - Richting twee: ondernemingen → vrouwelijke ondernemers voorzien van informatie. Data toetsen door de ander kant van ondernemerschap mee te pakken; succesvolle vrouwelijke ondernemers.
 - Richting drie: Instanties om ondernemers heen → deze instanties voorzien van informatie. Data toetsen door bijvoorbeeld banken en accounts te interviewen.
- Is er momenteel al data beschikbaar?
- Ja, dit onderzoek is onderdeel van de module failure & recovery Fenix Project; het is een initiatief van het lectoraat Entrepreneurship, waarbij naar verschillende facetten van ondernemerschap wordt gekeken.
 - De module proberen ze te implementeren in meerdere faculteiten, aangezien falen een moeilijk onderwerp is om te bespreken; dit doen zij d.m.v. workshops, hoorcolleges etc.
 - Studenten van de opleiding CE doen interviews met ondernemers uit heel Nederland; deze interviews worden meegenomen in de database 'faalverhalen', zodat er een beter beeld ontwikkeld kan worden van hoe ondernemers omgaan met tegenslag.
 - Het gaat om een data met 750 faalverhalen van Nederlandse ondernemers die hebben gefaald, waarvan 50 tot 100 vrouwen zijn.
 - De interviews voldoen aan de randvoorwaarden van ondernemerschap, maar verder zijn de anoniem.
 - De faalverhalen zijn divers; studenten, startups, na x jaren.

8.6 Vragenlijst

Sectie A: Persoonlijke gegevens (voor het interview invullen voor zover bekend)

A1 Naam

A2 Geslacht

A3 Geboortedatum

A4 Telefoon

A5 E-mailadres

A6 Naam bedrijf

A7 Startdatum van het
bedrijf (maand/jaar)

A8 Locatie bedrijf

*Controleer of alle gegevens zijn ingevuld. Vraag de ontbrekende gegevens voor het begin van het interview.

Toestemmingverklaring - Fenix Project

Naam student:

Studentnummer:

Datum:/...../.....

Plaats:

Naam van de te interviewen persoon:

Geboortedatum:/...../.....

Ik verleen aan het Lectoraat Entrepreneurship van de Hogeschool van Amsterdam het recht om in het kader van het Fenix Project dit gesprek op te nemen. Het is mij duidelijk dat mijn informatie volgens de normen van het Nederlands Hoger Onderwijs wordt behandeld. Onderzoekers en docenten mogen naar de opnames luisteren, de transcripties lezen en deze gebruiken in verband met onderzoeks- en onderwijsdoelstellingen. Delen met derden voor wetenschappelijke doelen is toegestaan, alleen in een gepseudonimiseerde vorm, zodat de informatie niet herleidbaar is naar de geïnterviewde.

Ik heb deze informatie gelezen en begrepen. Ik geef toestemming dat:

X studenten van de HvA mijn verhaal mogen gebruiken in verband met hun studieopdracht,

X onderzoekers en docenten van de HvA mijn verhaal mogen gebruiken voor wetenschappelijke analyses en publicaties,

X de HvA aanvullende informatie bij andere databanken kan opvragen en ik ben erop gewezen dat indien dit van toepassing is, deze informatie enkel als aanvulling dient en voor de HvA anoniem beschikbaar komt.

Handtekening:

Sectie B: Algemene informatie over de ondernemer

In sectie B wil je algemene informatie ophalen over de ondernemer, zijn achtergrond en zijn/haar product of dienst.

Tip: De vragenlijst is opgebouwd uit hoofdvragen deelvragen. Geef de ondernemer de ruimte om de hoofdvragen te beantwoorden en alleen als de informatie niet makkelijk wordt verteld gebruik je de deelvragen.

		Notities
	Hoe bent u ondernemer geworden?	
B1	Wat was de drijfveer om te starten?	
B2	Wat tekent u als ondernemer?	
B3	Welke karaktereigenschappen kenmerken u als ondernemer?	
	Zou u iets kunnen vertellen over uw achtergrond?	
B4	Heeft u voordat u met uw bedrijf begon elders in loondienst gewerkt? Kunt u iets over die ervaringen vertellen?	
B5	Zou u iets kunnen vertellen over de rol van uw werkervaring en opleiding?	
B6	Is dit uw eerste bedrijf?	
	In welke branche was u of bent u actief?	
B7	Wat voor type bedrijf had u?	
B8	Wat voor product of dienst leverde uw bedrijf?	
B9	Wat voor service levert/leverde uw bedrijf?	
B10	Hoe innovatief of vernieuwend waren of zijn uw producten of service?	
B11	Wat is er door de tijd veranderd?	

Sectie C: Bedrijfshistorie

In sectie C ga je nader in op de historie van het bedrijf.

Tip: Ga in op de start van het bedrijf, op de verwachtingen die er toen waren en het bedrijfsplan of idee dat er toen lag. Welke plannen had de ondernemer en was is er gerealiseerd?

		Notities
	Wat is de historie van uw bedrijf?	
C1	Is het een familiebedrijf?	
C2	Wat is/was uw rol binnen het bedrijf?	
C3	Heeft u in het bedrijf samengewerkt met familieleden? En zo ja, hoe ging/gaat dat?	
C4	Komt u uit een omgeving waarin meerdere mensen ondernemer zijn? (bijv familieleden?)	
C5	Wat vindt uw omgeving ervan dat u ondernemer bent (geworden) of was?	
	Hoe is/was uw bedrijf georganiseerd?	
C6	Wat deed u zoal binnen het bedrijf? Hoe zag voor u een normale werkdag eruit?	
C7	Door wie liet u zich adviseren en over welke onderwerpen?	
C8	Kunt u iets zeggen over de omvang van uw bedrijf en de manier waarop het was georganiseerd?	
	Wat heeft u geleerd van het ondernemerschap?	
C9	Wat brengt het ondernemen u?	

Sectie D: Signaleren van problemen tijdens onderneming

In sectie D komen de problemen waarmee de ondernemer te maken heeft gehad aan bod.

Tip: Vraag naar hoe de ondernemer is omgegaan met de situatie toen het niet goed ging met het bedrijf en wat dit emotioneel voor hem/haar betekende. Van daaruit kun je vragen stellen over het emotionele en financiële herstel.

		Notities
	Hoe zijn de problemen in het bedrijf ontstaan?	
D1	Wanneer en waardoor zijn de problemen in het bedrijf ontstaan?	
D2	Waardoor merkte u dat het minder werd? Of dat het kritiek was?	
D3	Wat zou u anders hebben kunnen doen? - * om de problemen te vermijden - * om het tij sneller te kunnen keren? - * om de negatieve gevolgen te beperken?	
D4	Wat betekent het (eventuele) stoppen met het bedrijf voor u op financieel gebied? Wat betekent het op persoonlijk gebied?	
D5	Hebben de problemen afkeuring van de mensen om u heen gegeven in relatie tot uw onderneming?	
	Waar staat uw bedrijf momenteel?	
D6	Is er een moment geweest dat u weer kansen zag?	
D7	Wanneer was dat? En welke kansen zag u?	
D8	Heeft u een doorstart overwogen en wat waren redenen om hier wel of niet mee door te gaan?	

Sectie E: De rol van het netwerk tijdens uw ondernemerschap

In sectie E komt het netwerk aan bod. Een netwerk is vaak een bron van kennis en hulp en juist in tijden van tegenslag kan dit je helpen.

Tip: Vraag naar de reactie van mensen die zowel persoonlijk als privé bij de ondernemer betrokken zijn (geweest). Vraag hoe zij deze mensen ontmoet hebben of kennen, hoe deze mensen hebben geholpen en hoe de relatie met deze mensen nu is.

		Notities
	Hoe heeft uw netwerk u geholpen?	
E1	Sprak u over uw bedrijf met anderen?	
E2	Met wie heeft u de problemen als eerste gedeeld?	
E3	Bij wie vond u steun/van wie kreeg u hulp?	
E4	Wat waren de reacties van uw zakelijke en persoonlijke omgeving?	
E5	Was er een negatieve invloed van medewerkers of van externe partijen?	
E6	Hoe onderhoudt u uw netwerk?	

De ondernemer heeft je verteld met wie hij contact heeft (gehad) toen hij in de problemen zat. Vul in overleg met de ondernemer onderstaand overzicht in:

Wie zijn de 5 belangrijkste personen in de omgeving van de ondernemer ten tijde van de problemen?

	Hoe kennen jullie elkaar?	Hoe heeft die persoon u gesteund?	Wat is jullie relatie momenteel?
Persoon A			
Persoon B			
Persoon C			
Persoon D			
Persoon E			

Sectie F: Toekomst

In sectie F vraag je de ondernemer hoe hij/zij naar de toekomst kijkt. Ook vraag je hem/haar naar tips voor aankomende ondernemers. Welke tips of aanbevelingen heeft degene die je interviewt?

Tip: Let op de uitdrukkingen die de geïnterviewde gebruikt en probeer te vragen wat hij/zij daarmee bedoelt. Gebruik jezelf als een voorbeeld voor wie de adviezen relevant zouden kunnen zijn.

		Notities
	Hoe ziet uw toekomst (als ondernemer) eruit?	
F1	Wat zijn uw plannen voor de toekomst van uw bedrijf?	
F2	Waar bent u het meest trots op?	
F3	Wat doet u nu anders op basis van de lessons learned naar aanleiding van de problemen?	
F4	Wat zou u nooit meer doen?	
	Welke tips heeft u voor toekomstige ondernemers?	
F5	Wat zou u de toekomstige generatie ondernemers willen meegeven over hoe zich voor te bereiden op zwaar weer?	
F6	Wat heb ik niet gevraagd wat u wel zou willen delen?	

Tot slot – Checklist voor student

- Vertrouwelijkheidsovereenkomst – getekend
- Persoonlijke gegevens (Sectie A)
- Algemene informatie over de onderneming (Sectie B)
- Bedrijfssituatie (Sectie C)
- Signaleren van problemen tijdens onderneming (Sectie D)
- De rol van netwerk tijdens ondernemerschap (Sectie E)
- Toekomst (Sectie F)
- Cadeau en bedanken voor het gesprek

Kopie voor geïnterviewde: Toestemmingverklaring - Fenix Project

Naam student:

Studentnummer:

Datum:/...../.....

Plaats:

Naam van de te interviewen persoon:

Geboortedatum:/...../.....

Ik verleen aan het Lectoraat Entrepreneurship van de Hogeschool van Amsterdam het recht om in het kader van het Fenix Project dit gesprek op te nemen. Het is mij duidelijk dat mijn informatie volgens de normen van het Nederlands Hoger Onderwijs wordt behandeld. Onderzoekers en docenten mogen naar de opnames luisteren, de transcripties lezen en deze gebruiken in verband met onderzoeks- en onderwijsdoelstellingen. Delen met derden voor wetenschappelijke doelen is toegestaan, alleen in een gepseudonimiseerde vorm, zodat de informatie niet herleidbaar is naar geïnterviewde.

Ik heb deze informatie gelezen en begrepen. Ik geef toestemming dat:

- X studenten van de HvA mijn verhaal mogen gebruiken in verband met hun studieopdracht,
- X onderzoekers en docenten van de HvA mijn verhaal mogen gebruiken voor wetenschappelijke analyses en publicaties,
- X de HvA aanvullende informatie bij andere databanken kan opvragen en ik ben erop gewezen dat indien dit van toepassing is, deze informatie enkel als aanvulling dient en voor de HvA anoniem beschikbaar komt.

Handtekening:

8.7 Uitnodiging

Onderwerp: Uitnodiging voor de deelname aan een interview aan Vrouwelijke Ondernemers

Beste Mevr. *naam*,

Ik ben Samantha Francisco en voer een onderzoek uit voor het lectoraat Entrepreneurship van de Hogeschool van Amsterdam, waarin vrouwelijke ondernemerschap centraal staat.

Het onderzoek gaat over...

De Hogeschool van Amsterdam heeft vanuit het lectoraat Entrepreneurship het Fenix project opgestart. Het Fenix project doet onderzoek naar hoe ondernemers omgaan met succes maar ook forse tegenslagen, zwaar weer of zelfs falen. Mijn onderzoek maakt deel uit van het Fenix project en richt zich specifiek op de vrouwelijke ondernemers. Daarom wil ik graag met u op gesprek!

Wilt u uw verhaal met mij delen? Ik nodig u van harte uit om deel te nemen aan dit onderzoek. Het interview zal gemiddeld 30 minuten duren, waarin een aantal open vragen worden gesteld over de volgende onderwerpen:

- Financiën
- Sociaal, menselijk en psychologisch kapitaal
- Kansen en mogelijkheden

Alles gegevens worden uiteraard anoniem en vertrouwelijk behandeld.

Als u wilt deelnemen aan het onderzoek, of hier vragen over heeft, kunt u contact opnemen via telefoonnummer 06 14 10 21 36 of mailadres samantha.francisco@hva.nl

Met vriendelijke groet,

Samantha Francisco

8.8 Interviewopzet

Toestemmingverklaring:

Ik stuur u via Whatsapp een document waarin uitgelegd wordt wat er zal gebeuren met de informatie die u mij geeft. Als u het heeft gelezen, kunt u telefonisch een akkoord geven.

Stuurt document

Ik verleen aan het Lectoraat Entrepreneurship van de Hogeschool van Amsterdam het recht om in het kader van het onderzoek naar falen bij vrouwelijke ondernemers dit gesprek op te nemen. Het is mij duidelijk dat mijn informatie volgens de normen van het Nederlands Hoger Onderwijs wordt behandeld. Onderzoekers en docenten mogen naar de opnames luisteren, de transcripties lezen en deze gebruiken in verband met onderzoeks- en onderwijsdoelstellingen. Delen met derden voor wetenschappelijke doelen is toegestaan, alleen in een gepseudonimiseerde vorm, zodat de informatie niet herleidbaar is naar de geïnterviewde.

Ik heb deze informatie gelezen en begrepen. Ik geef toestemming dat:

- X de student van de HvA mijn verhaal mag gebruiken in verband met de afstudeeropdracht,
- X onderzoekers en docenten van de HvA mijn verhaal mogen gebruiken voor wetenschappelijke analyses en publicaties,
- X de HvA aanvullende informatie bij andere databanken kan opvragen en ik ben erop gewezen dat indien dit van toepassing is, deze informatie enkel als aanvulling dient en voor de HvA anoniem beschikbaar komt.

Gaat u hiermee akkoord?

Ik begin nu de opname en zou u dan de dikgedrukte tekst kunnen voorlezen.

Begint opname

Ik ben **uw naam en word geïnterviewd door Samantha Francisco. Ik heb het document gelezen en ik ga mondeling akkoord met de voorwaarden.**

Interviewvragen:

1. *Psychologisch kapitaal (wie ben je?)*
 - a. Hoe bent u ondernemer geworden?
 - b. Wat was de drijfveer om te starten?
 - c. Wat tekent u als ondernemer?
 - d. Welke karaktereigenschappen kenmerken u als ondernemer?
2. *Menselijk kapitaal (wat weet je?)*
 - a. Zou u iets kunnen vertellen over uw achtergrond?
 - b. Heeft u voordat u met uw bedrijf begon elders in loondienst gewerkt? Kunt u iets over die ervaringen vertellen?
 - c. Zou u iets kunnen vertellen over de rol van uw werkervaring en opleiding?
 - d. Is dit uw eerste bedrijf?
3. *Bedrijfsinformatie (kenmerken van bedrijf)*
 - a. In welke branche was u of bent u actief?
 - b. Wat voor type bedrijf heeft/had u?
 - c. Wat voor product of dienst levert/leverde uw bedrijf?
 - d. Wat voor service levert/leverde uw bedrijf?
4. *Invloeden/ factoren die een rol hebben gespeeld*
 - a. Wat zijn uw hoogtepunten op financieel terrein met betrekking tot de onderneming?
 - b. Wat zijn uw dieptepunten op financieel terrein met betrekking tot de onderneming?
 - c. Wat zijn uw hoogtepunten op persoonlijk terrein met betrekking tot de onderneming?
 - d. Wat zijn uw dieptepunten op persoonlijk terrein met betrekking tot de onderneming?
 - e. Hoe wordt/werd uw administratieve- en juridische zaken geregeld? Krijgt/kreeg u advies?
5. *Inspelen op de problemen (oorzaken van falen)*
 - a. Hoe zijn de problemen in het bedrijf ontstaan?
 - b. Wanneer en waardoor zijn de problemen in het bedrijf ontstaan?
 - c. Waardoor merkte u dat het minder werd?
 - d. Wat zou u anders hebben kunnen doen? (Om de problemen te vermijden, om het tij sneller te kunnen keren, om de negatieve gevolgen te beperken)
6. *Sociaal kapitaal (wie ken je?)*
 - a. Sprak u over uw bedrijf met anderen?
 - b. Met wie heeft u de problemen als eerst gedeeld?
 - c. Bij wie vond u steun/ van wie kreeg u hulp?
 - d. Wat waren de reacties van uw zakelijke en persoonlijke omgeving?
7. *Genderongelijkheid*
 - a. Heeft u het idee gehad dat u als vrouw (ten opzichte van een man) minder kansen en mogelijkheden heeft gehad bij het opstarten van uw bedrijf?
 - b. Heeft u het idee gehad dat het als vrouw (ten opzichte van een man) lastiger is om een bedrijf te runnen?

8.10 Beoordeling afstudeeropdracht

De beoordelingsformulieren van 1^e en 2^e lezer worden beide in OnStage geüpload. Dit voorblad wordt door de 1^e examinator ingevuld

(Inclusief beoordeling van presentatie en verdediging van het rapport en van reflectie op het onderzoek)

Alle onderdelen dienen voldoende te zijn, dus ten minste 11 punten (= 5,5) per onderdeel.

A. Eindbeoordeling afstudeeropdracht Bedrijfskunde

Datum	Naam student en SIS-nummer	Naam Eerste examinator (2e lezer)	Naam Tweede examinator (afstudeerbegeleider)
-----	Naam: ----- SIS: -----	-----	-----

	Weging	Eerste examinator (2 ^e lezer)	Tweede examinator (afstudeerbegeleider)	Gemiddeld ¹
Cijfer afstudeerrapport	70%			
Cijfer presentatie en verdediging	20%			
Cijfer proces	10%	N.V.T.		

Gewogen gemiddeld EINDCIJFER ²	
--	--

Datum	Handtekening student	Handtekening eerste examinator	Handtekening tweede examinator
-----	-----	-----	-----
-		---	--

¹ Cijfer tot 2 cijfers achter de komma, bijv. 7,25

² Cijfer met 1 cijfer achter de komma, bijv. 7,4

B. Beoordeling presentatie en verdediging van het rapport en reflectie op het onderzoek.

Beoordeling presentatie en verdediging	1 ^e examinator	2 ^e examinator
<p>PRESENTATIE</p> <ul style="list-style-type: none"> • De student presenteert vlot en houdt goed (oog)contact met toehoorders. • Presentatiemiddel (bijv. PowerPoint) wordt adequaat gebruikt. • Inhoud van de presentatie/sheets dekken het rapport en zijn ondersteunend aan de mondelinge toelichting. • Presentatie bevat naast tekst ook aansprekende figuren, tabellen, overzichten, plaatjes, foto's en dergelijke. • De presentatie is volledig en duurt maximaal 10 minuten. • De presentatie is aansprekend. 		
CIJFERS (2X)		
<p>VERDEDIGING van inhoud rapport en reflectie op het onderzoek</p> <p>RAPPORT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Student geeft blijk van vakkundigheid door inhoudelijke vragen adequaat te beantwoorden en te onderbouwen. • Student gaat adequaat om met kritische vragen en bezwaren. • De student kan het onderwerp in een bredere context plaatsen. • Geeft blijk van het kritisch kunnen reflecteren op het onderzoeksproces en de –aanpak; <p>REFLECTIE OP ONDERZOEK (zie bijlage voor details)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Onderbouwt verschil tussen plan en realisatie (onderzoeksplan en eindrapport) qua keuzen en uitvoering van onderzoek. • Benoemt de nadelen/beperkingen van onderzoek. • Reflecteert op betrouwbaarheid en validiteit. 		
CIJFERS (2X)		
<p>Gemiddeld cijfer presentatie: Gemiddeld cijfer verdediging:</p>		
<p>Toelichting op presentatie en verdediging:</p>		
Gemiddeld cijfer presentatie en verdediging		

*Beoordeling van het afstudeerrapport door 1E EXAMINATOR (afstuderen 1.0) (2019-2020).***Randvoorwaarden voor beoordeling:**

- Het rapport wordt alleen beoordeeld als het taalgebruik zakelijk, grammaticaal correct en vrij van spelfouten is.
- Het aantal woorden van het rapport bedraagt maximaal 12.000 (exclusief voorwoord, inhoudsopgave, bronvermelding, reflectieverslag en bijlagen).
- Het rapport is volledig en bevat alle verplichte onderdelen, inclusief bijlagen.

Alle onderdelen dienen met een voldoende beoordeeld te worden, dus ten minste 11 punten (=5,5) per onderdeel van 20 punten.

	1e ex.
<p>Aanleiding, inleiding, onderzoek, probleemanalyse, onderzoeks- en deelvragen (20 punten)</p> <ul style="list-style-type: none"> • er is een korte, relevante introductie van de organisatie en een toelichting op de opdracht en het onderwerp. • de aanleiding tot het onderzoek/de opdracht is adequaat in kaart gebracht. • er is een heldere probleemanalyse. • het doel van het onderzoek is duidelijk omschreven. • de onderzoeksvraag is concreet geformuleerd, onderzoekbaar en afgebakend in relevante deelvragen. • er is samenhang tussen aanleiding, probleemanalyse, doelstelling en onderzoeksvraag en deelvragen. • het belang en de invloed van belanghebbenden bij het onderzoek zijn benoemd. 	
Toelichting:	
<p>Kwaliteit van het theoretisch kader (20 punten)</p> <ul style="list-style-type: none"> • het centrale thema('s) van het onderzoek is/zijn benoemd. • het thema is op zinvolle verder uitgewerkt in deelthema's (of kernbegrippen). • per (deel)thema zijn relevante artikelen, theorieën, eerdere onderzoeken en/of literatuur gevonden. • deze artikelen/theorieën/onderzoeken/literatuur zijn op correct wijze geïnterpreteerd en weergegeven. • en daarnaast is helder aangegeven wat de relevantie van deze informatie voor het onderzoek is. • relevante kernbegrippen uit onderzoeksvraag en deelvragen zijn uitgewerkt: de koppeling met de onderzoeksvraag en deelvragen is duidelijk. • het is duidelijk hoe de theorie is gebruikt in het onderzoek. 	

	1e ex.
Toelichting:	
<p>Kwaliteit van het onderzoek, de onderzoeksresultaten en de analyse (20 punten)</p> <ul style="list-style-type: none"> • de onderzoeksmethoden zijn passend voor de onderzoeksvraag en deelvragen. • de gekozen onderzoeksmethoden zijn verantwoord en onderbouwd. • de onderzoeksmethoden zijn juist toegepast. • de juiste onderzoeksgegevens zijn verzameld, verwerkt en geïnterpreteerd. • de resultaten van het onderzoek zijn controleerbaar en compleet (onderzoeksdata zijn opgenomen in een bijlage). • de resultaten zijn op correcte wijze geanalyseerd. • de resultaten worden helder gepresenteerd. 	
Toelichting:	
<p>Kwaliteit van de conclusies, aanbevelingen, consequenties (impact) en reflectie op onderzoek (20 punten)</p> <ul style="list-style-type: none"> • de conclusie vloeit voort uit de onderzoeksresultaten en gedane analyses. • de conclusie geeft antwoord op de onderzoeksvraag. • op basis van de conclusies worden relevante aanbevelingen gedaan. • de organisatorische en eventueel financiële consequenties van de aanbevelingen zijn in kaart gebracht en prioriteiten zijn aangegeven. • de conclusies en aanbevelingen zijn goed onderbouwd. • de samenhang tussen het probleem, onderzoek, analyse, conclusies en aanbevelingen is helder gemaakt. • <i>reflectie op onderzoek</i> • verschil tussen plan en realisatie (onderzoeksplan en eindrapport) qua keuzen en uitvoering van onderzoek is onderbouwd; • de nadelen/bependingen van onderzoek worden benoemd. • betrouwbaarheid en validiteit zijn correct beschreven. 	
Toelichting:	
<p>Kwaliteit van het rapport (20 punten)</p> <ul style="list-style-type: none"> • het rapport is na één keer lezen begrijpelijk (zakelijk geformuleerd). • de tekst is logisch opgebouwd. • de managementsamenvatting is beknopt, volledig en inhoudelijk correct. • het rapport en de bijlagen zijn netjes verzorgd (o.a. lay-out). • er is een literatuurlijst opgesteld volgens de APA-standaard. • bronvermeldingen in de tekst zijn compleet en correct. 	
Toelichting:	
	1e ex.

Toelichting:	
--------------	--

Eindcijfer afstudeerrapport	
Eindcijfer afstudeerrapport	
Eventuele algemene toelichting op het eindcijfer	
Eventuele toelichting op de wijze waarop de adviesbeoordeling van de bedrijfsbegeleider meegewogen in het oordeel.	

Beoordeling van het afstudeerrapport door 2E EXAMINATOR (afstuderen 1.0) (2019-2020).

(Inclusief beoordeling van het proces)

Randvoorwaarden voor beoordeling:

- **Het rapport wordt alleen beoordeeld als het taalgebruik zakelijk, grammaticaal correct en vrij van spelfouten is.**
- **Het aantal woorden van het rapport bedraagt maximaal 12.000 (exclusief voorwoord, inhoudsopgave, bronvermelding, reflectieverslag en bijlagen).**
- **Het rapport is volledig en bevat alle verplichte onderdelen, inclusief bijlagen.**

Datum	Naam student	Naam begeleider/ 2e examiner	
-----	-----	-----	

Alle onderdelen dienen met een voldoende beoordeeld te worden, dus ten minste 11 punten (=5,5) per onderdeel van 20 punten.

	2e ex.
<p>Aanleiding, inleiding, onderzoek, probleemanalyse, onderzoeks- en deelvragen (20 punten)</p> <ul style="list-style-type: none"> • er is een korte, relevante introductie van de organisatie en een toelichting op de opdracht en het onderwerp. • de aanleiding tot het onderzoek/de opdracht is adequaat in kaart gebracht. • er is een heldere probleemanalyse. • het doel van het onderzoek is duidelijk omschreven. • de onderzoeksvraag is concreet geformuleerd, onderzoekbaar en afgebakend in relevante deelvragen. • er is samenhang tussen aanleiding, probleemanalyse, doelstelling en onderzoeksvraag en deelvragen. • het belang en de invloed van belanghebbenden bij het onderzoek zijn benoemd. 	
Toelichting:	
<p>Kwaliteit van het theoretisch kader (20 punten)</p> <ul style="list-style-type: none"> • het centrale thema('s) van het onderzoek is/zijn benoemd. • het thema is op zinvolle verder uitgewerkt in deelthema's (of kernbegrippen). • per (deel)thema zijn relevante artikelen, theorieën, eerdere onderzoeken en/of literatuur gevonden. • deze artikelen/theorieën/onderzoeken/literatuur zijn op correct wijze geïnterpreteerd en weergegeven. • en daarnaast is helder aangegeven wat de relevantie van deze informatie voor het onderzoek is. • relevante kernbegrippen uit onderzoeksvraag en deelvragen zijn uitgewerkt: de koppeling met de onderzoeksvraag en deelvragen is duidelijk. • het is duidelijk hoe de theorie is gebruikt in het onderzoek. 	

	2e ex.
Toelichting:	
<p>Kwaliteit van het onderzoek, de onderzoeksresultaten en de analyse (20 punten)</p> <ul style="list-style-type: none"> • de onderzoeksmethoden zijn passend voor de onderzoeksvraag en deelvragen. • de gekozen onderzoeksmethoden zijn verantwoord en onderbouwd. • de onderzoeksmethoden zijn juist toegepast. • de juiste onderzoeksgegevens zijn verzameld, verwerkt en geïnterpreteerd. • de resultaten van het onderzoek zijn controleerbaar en compleet (onderzoeksdata zijn opgenomen in een bijlage). • de resultaten zijn op correcte wijze geanalyseerd. • de resultaten worden helder gepresenteerd. 	
Toelichting:	
<p>Kwaliteit van de conclusies, aanbevelingen, consequenties (impact) en reflectie op onderzoek (20 punten)</p> <ul style="list-style-type: none"> • de conclusie vloeit voort uit de onderzoeksresultaten en gedane analyses. • de conclusie geeft antwoord op de onderzoeksvraag. • op basis van de conclusies worden relevante aanbevelingen gedaan. • de organisatorische en eventueel financiële consequenties van de aanbevelingen zijn in kaart gebracht en prioriteiten zijn aangegeven. • de conclusies en aanbevelingen zijn goed onderbouwd. • de samenhang tussen het probleem, onderzoek, analyse, conclusies en aanbevelingen is helder gemaakt. • <i>reflectie op onderzoek</i> • verschil tussen plan en realisatie (onderzoeksplan en eindrapport) qua keuzen en uitvoering van onderzoek is onderbouwd; • de nadelen/bependingen van onderzoek worden benoemd. • betrouwbaarheid en validiteit zijn correct beschreven. 	
Toelichting:	
<p>Kwaliteit van het rapport (20 punten)</p> <ul style="list-style-type: none"> • het rapport is na één keer lezen begrijpelijk (zakelijk geformuleerd). • de tekst is logisch opgebouwd. • de managementsamenvatting is beknopt, volledig en inhoudelijk correct. • het rapport en de bijlagen zijn netjes verzorgd (o.a. lay-out). • er is een literatuurlijst opgesteld volgens de APA-standaard. • bronvermeldingen in de tekst zijn compleet en correct. 	
Toelichting:	
	2e ex.

Toelichting:	
--------------	--

Eindcijfer afstudeerrapport	
Eindcijfer afstudeerrapport	
Eventuele algemene toelichting op het eindcijfer	
Eventuele toelichting op de wijze waarop de adviesbeoordeling van de bedrijfsbegeleider meegewogen in het oordeel.	

Beoordeling van het proces

De afstudeerbegeleider (2^e examiner) beoordeelt het proces van de totstandkoming van het afstudeerrapport. Bij deze beoordeling speelt ook het beoordelingsadvies van de bedrijfsbegeleider een rol.

Beoordelingscriterium
<p>De student heeft zelfstandig gewerkt. Hij/zij:</p> <ul style="list-style-type: none"> • is initiatiefrijk. Dit blijkt onder andere uit het feit dat hij/zij zelf bespreekpunten aandraagt voor overleg, zelfstandig pogingen doet om een probleem op te lossen of informatie te achterhalen; • komt afspraken na. • kan plannen en houdt zich aan deze planning. • levert tussentijdse producten op tijd in.
Cijfer met toelichting
<p>Leerproces.</p> <p>De student:</p> <ul style="list-style-type: none"> • vraagt actief om feedback en past zijn gedrag daarop aan. • staat open voor andere visies en methoden. • kan eigen opvattingen loslaten. • denkt mee en stelt vragen.

Cijfer met toelichting

Met toelichting op de wijze waarop de adviesbeoordeling van de bedrijfsbegeleider meegewogen is

Gemiddeld eindcijfer proces