

BEDRIJFSECONOMISCHE WETENSCHAPPEN

*master in de toegepaste economische wetenschappen:  
beleidsmanagement*

2 0 1 0  
2 0 1 1

## Masterproef

*Allochtoon ondernemerschap*

Promotor :  
Prof. dr. Ghislain HOUBEN

Hamdi Arslan

*Masterproef voorgedragen tot het bekomen van de graad van master in de toegepaste  
economische wetenschappen, afstudeerrichting beleidsmanagement*

universiteit  
hasselt

UNIVERSITEIT VAN DE TOEKOMST

Universiteit Hasselt | Campus Diepenbeek | Agoralaan Gebouw D | BE-3590 Diepenbeek  
Universiteit Hasselt | Campus Hasselt | Martelarenlaan 42 | BE-3500 Hasselt

universiteit  
hasselt

UNIVERSITEIT VAN DE TOEKOMST

2 0 1 0  
2 0 1 1

# BEDRIJFSECONOMISCHE WETENSCHAPPEN

*master in de toegepaste economische wetenschappen:  
beleidsmanagement*

## Masterproef

*Allochtoon ondernemerschap*

Promotor :  
Prof. dr. Ghislain HOUBEN

Hamdi Arslan

*Masterproef voorgedragen tot het bekomen van de graad van master in de toegepaste  
economische wetenschappen , afstudeerrichting beleidsmanagement*



## **Woord vooraf**

Ter afsluiting van mijn opleiding Toegepaste Economische Wetenschappen aan de Universiteit Hasselt, heb ik deze eindverhandeling tot stand gebracht. Graag zou ik iedereen willen bedanken die heeft bijgedragen tot de realisatie van deze eindverhandeling.

In de eerste plaats denk ik aan mijn promotor Prof. Dr. Ghislain Houben. Ik zou hem willen bedanken voor zijn goede begeleiding, opvolging en ondersteuning bij het schrijven van mijn eindverhandeling.

Graag zou ik ook de ondernemers en startersadviseurs die deelgenomen hebben aan deze eindverhandeling willen bedanken. Deze eindverhandeling is mede tot stand gekomen dankzij hun tijd, mening, ervaring en gedachten.

Ten slotte wil ik mijn ouders bedanken voor de morele en financiële steun tijdens mijn volledige opleiding aan de Universiteit Hasselt.

**Hamdi Arslan**

## Samenvatting

In de provincie Limburg wonen heel wat mensen van allochtone afkomst. Omwille van een tekort aan arbeidskrachten in Limburg zijn ze hier terechtgekomen. Geleidelijk aan hebben allochtonen de stap genomen om een eigen zaak op te starten. Het is een interessante groep van ondernemers waarover nog weinig bekend is. Deze ondernemers zijn belangrijk omdat zij werk voor henzelf en anderen creëren. In deze eindverhandeling trachten we dan ook een beter inzicht te verwerven in deze groep van ondernemers.

Voor het eigen onderzoek worden er twee beperkingen gemaakt. Enerzijds zullen we ons beperken tot ondernemers die actief zijn in Limburg en anderzijds gaat ons keuze naar starters van Turkse afkomst.

In deze eindverhandeling wordt er gestart met een inleiding en aanpak van de probleemstelling. De centrale onderzoeksvraag luidt dan als volgt: "analyse van het profiel van Turkse ondernemers in Limburg". Er wordt dus eigenlijk een onderzoek gedaan naar de sociale en economische situatie van de Turkse ondernemers. Ons onderzoek bestaat uit een literatuurstudie en een praktijkstudie. De praktijkstudie is beperkt tot ondernemers van Turkse afkomst in de regio Limburg.

In de literatuurstudie wordt er eerst ingegaan op de vier verklaringsmodellen voor het ontstaan van allochtoon ondernemerschap. Volgens het economische kansenmodel is het ontstaan van ondernemerschap te wijten aan de behoefte om de noden en wensen van de eigen etnische groep te voldoen. Het reactiemodel stelt dat zij voor ondernemerschap kiezen omdat ze de werkloosheid en discriminatie op de arbeidsmarkt willen ontvluchten. Wanneer mensen migreren met de bedoeling een eigen zaak te starten in het gastland wordt er gesproken over het culturele model. Volgens het ondernemersmodel is het ontstaan van ondernemerschap te verklaren dankzij de enorme ondernemingsdrang. Hierna worden de karakteristieke eigenschappen voor allochtone ondernemers besproken. In deze literatuurstudie wordt er ook gekeken naar de problemen waar allochtone ondernemers mee te maken hebben. Grote problemen voor allochtone ondernemers zijn o.a.: verkrijgen van juiste informatie, toegang tot kapitaal, goede training en vaardigheden genieten, bekwame personeel, klanten, concurrentie, het politiek beleid en administratie.

In de literatuurstudie wordt ten slotte gekeken naar de evolutie van het allochtoon ondernemerschap. Het evolutiemodel van Waldinger onderscheidt vier vormen van etnisch ondernemerschap. Hij maakt deze onderscheidt op basis van "specialisatie in het aanbod" en "etnische bevolkingsconcentratie".

De praktijkstudie bestaat uit drie delen. Het eerste deel van de praktijkstudie bestaat uit een analyse van de diepte-interviews met startersadviseurs. Hierbij werd er gepeild naar hun ideeën, meningen en kennis over Turkse ondernemers.

Het tweede deel van deze eindverhandeling geeft de resultaten weer van het eigen onderzoek. Er werd gebruik gemaakt van een enquête waar 50 Turkse starters aan deelnamen. Op deze manier kon er een beeld geschetst worden van de Turkse ondernemers. Hierbij werd getracht te achterhalen welk de belangrijkste motieven en problemen zijn van de zelfstandigen. De Turkse starters gaven "eigen baas" zijn als belangrijkste motief aan. Het tekort aan financiële middelen was voor hen dan ook de grootste belemmering. Opmerkelijke verschillen tussen het eigen onderzoek en het referentieonderzoek van Jamers et al. (1996) worden in deze eindverhandeling benadrukt.

De praktijkstudie wordt tot een einde gebracht aan de hand van een multivariate analyse. Via deze analyse wordt getracht te komen tot een typologie van starters. Dankzij deze methode wordt er opgemerkt dat problemen en motieven vaak niet alleen voorkomen, maar dikwijls ook andere problemen en motieven met zich meebrengen.

In het laatste hoofdstuk worden ten slotte een aantal conclusies en adviezen geformuleerd in verband met deze eindverhandeling en het eigen onderzoek.

## Inhoudsopgave

<b>WOORD VOORAF.....</b>	<b>1</b>
<b>SAMENVATTING.....</b>	<b>2</b>
<b>INHOUDSOPGAVE.....</b>	<b>4</b>
<b>Hoofdstuk 1: Inleiding.....</b>	<b>7</b>
1.1 Praktijkprobleem.....	7
1.2 Centrale onderzoeksvraag.....	11
1.3 Deelvragen.....	12
1.4 Onderzoekspopulatie.....	13
1.5 Begrippen en definities.....	14
<b>Hoofdstuk 2: Literatuurstudie.....</b>	<b>17</b>
2.1 Verklaringen voor ontstaan allochtoon ondernemerschap.....	17
2.1.1 Economische kansenmodel of theorie van de allochtone infrastructuur.....	17
2.1.2 Reactiemodel of theorie van werkloosheid en discriminatie.....	18
2.1.3 Culturele model of theorie van de oorspronkelijke ondernemersmigratie.....	18
2.1.4 Ondernemersmodel of theorie van de ondernemingsdrang.....	18
2.2 Karakteristieke eigenschappen allochtoon ondernemerschap.....	20
2.3 Belemmeringen voor allochtone ondernemers.....	21
2.3.1 Informatie.....	21
2.3.2 Kapitaal.....	22
2.3.3 Training en vaardigheden.....	22
2.3.4 Arbeid .....	23
2.3.5 Klanten.....	23
2.3.6 Concurrentie.....	23
2.3.7 Politiek beleid en administratie.....	24
2.4 Evolutie van allochtone ondernemingen.....	24
2.4.1 Replacement minority.....	25
2.4.2 Ethnic niche.....	25
2.4.3 Middleman minority.....	26
2.4.4 Economic assimilation.....	26

<b>Hoofdstuk 3: Praktijkstudie.....</b>	<b>27</b>
3.1 Instellingen voor allochtone ondernemingen in Limburg.....	27
3.1.1 STEBO.....	27
3.1.2 Agentschap Ondernemen.....	30
3.1.3 UNACO.....	31
3.1.4 ACTON.....	31
3.1.5 UNIZO.....	32
3.2 Diepte-interviews met Startersadviseurs.....	32
3.3 De enquête en haar resultaten.....	38
3.3.1 Inleiding.....	38
3.3.2 Geslacht en leeftijd.....	39
3.3.3 Onderwijs.....	40
3.3.4 Financiële situatie voor de start.....	41
3.3.5 Werksituatie voor de start.....	42
3.3.6 Familiale achtergrond.....	43
3.3.7 Sectoriële indeling.....	44
3.3.8 Aard van het bedrijf.....	47
3.3.9 Personeel en klanten.....	50
3.3.10 Motieven om te starten.....	52
3.3.11 Problemen van Turkse ondernemers.....	54
3.3.12 Marktonderzoek en begeleiding.....	57
3.3.13 Financiering.....	59
3.4 Multivariate analyse.....	61
3.4.1 Inleiding.....	61
3.4.2 Factoranalyse: beschrijving van de techniek.....	61
3.4.3 Motieven: factoranalyse.....	62
3.4.4 Problemen: Factoranalyse.....	64
<b>Hoofdstuk 4: Conclusies en suggesties.....</b>	<b>67</b>
<b>BIBLIOGRAFIE.....</b>	<b>70</b>
<b>LIJST VAN FIGUREN.....</b>	<b>73</b>
<b>LIJST VAN TABELLEN.....</b>	<b>74</b>
<b>BIJLAGEN.....</b>	<b>76</b>





## **Hoofdstuk 1: Inleiding**

In het eerste hoofdstuk van mijn masterproef wordt een algemeen beeld van het onderzoeksthema "allochtoon ondernemerschap in Limburg" geschetst en wordt de probleemstelling verduidelijkt. Vervolgens wordt aan de hand van deze problematiek de centrale onderzoeksvraag en de bijhorende deelvragen afgeleid. Daarnaast wordt de onderzoekspopulatie van deze eindverhandeling in het kort besproken. Ten slotte worden een aantal begrippen uit de titel toegelicht.

### **1.1 Praktijkprobleem**

De provincie Limburg kende een sterke migratiegeschiedenis omwille van een tekort aan arbeidskrachten. Deze migratiegolf begon in de jaren twintig tot halverwege de jaren zestig. Gastarbeiders werden ingezet om in de Limburgse steenkoolmijnen te werken. De intentie van de gastarbeiders was geld te sparen en nadien terug te keren naar hun land van herkomst. Dit hebben ze echter niet gedaan. Na de sluiting van de mijnen hebben ze zich permanent gevestigd (jaarboek provinciaal integratiecentrum 2008).

De economische crisis in de jaren zeventig en tachtig leidde tot een migratiestop. Migratie via gezinshereniging en huwelijk was nog mogelijk. Daarnaast had je ook de natuurlijke groei van immigranten. Ondertussen zitten we in een multiculturele samenleving. De integratie van al die 'nieuwe inwoners' in deze samenleving vormt een grote en aanhoudende uitdaging. De toenemende diversiteit dwingt de arbeidsmarkt tot continue aanpassingen. Geleidelijk aan hebben migranten de stap genomen om een eigen zaak op te starten (jaarboek provinciaal integratiecentrum 2008).

De aandacht voor allochtoon ondernemerschap in Vlaanderen was tot op heden vrij beperkt. Het is dan ook niet zo simpel om uitgebreide cijfers of publicaties hierover te vinden. België telde in 2008 923.946 zelfstandigen die onderworpen waren aan de Belgische sociale zekerheid voor zelfstandigen. Ongeveer 80.000 van deze zelfstandigen hadden niet de Belgische nationaliteit (UNIZO, 2009).

**Tabel 1: Evolutie van het totaal aantal zelfstandigen in België**

	2001	2003	2005	2006	2007	2008
<b>TOTAAL</b>						
Totaal aantal zelfstandigen	793.481	856.655	867.268	880.622	904.954	923.946
Totaal aantal Belgische zelfstandigen	740.843	798.231	803.614	813.017	830.170	844.429
Totaal aantal niet-Belgische zelfstandigen	52.420	58.424	63.485	67.605	74.784	79.517 <sup>2</sup>
<b>TOTAAL GEDOMICILIEERD IN BELGIË</b>						
Totaal aantal zelfstandigen in België	788.080	850.599	860.800	873.678	897.251	915.883
Totaal aantal Belgische zelfst. in België	739.661	796.900	802.136	811.432	828.356	842.415
Totaal aantal niet-Belgische zelfstandigen in België <sup>3</sup>	48.202	53.699	58.503	62.246	68.895	73.468

Bron: UNIZO-studiedienst 2009

Bovenstaande tabel toont het aantal niet-Belgische zelfstandigen in België tussen de periode 2001 en 2008. Het aantal niet-Belgische zelfstandigen klimt op van 48.202 tot 73.468, een stijging met 52 %.

**Tabel 2: Evolutie van het aantal niet-Belgische zelfstandigen per nationaliteitsgroep**

	2001	2003	2005	2006	2007	2008
Nieuwe Europeanen	1.117	1.916	4.666	6.352	7.849	8.402
Bulgaren en Roemenen	275	806	2.261	3.190	6.687	8.953
Oude Europeanen	40.992	44.589	45.114	46.262	47.990	49.528
Maghrebijnen en Turken	3.236	3.585	3.615	3.943	4.090	4.170
Andere	6.800	7.372	7.829	7.858	8.168	8.464
<b>TOTAAL</b>	<b>52.420</b>	<b>58.268</b>	<b>63.485</b>	<b>67.605</b>	<b>74.784</b>	<b>79.517</b>

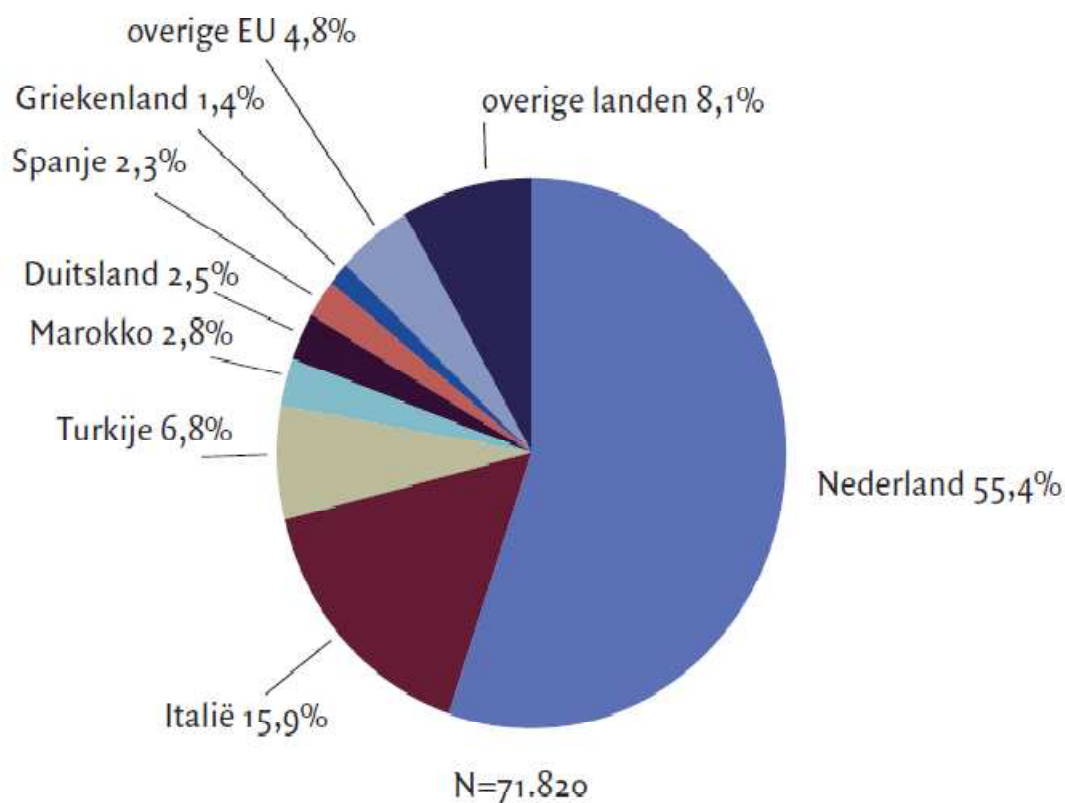
Bron: UNIZO-studiedienst 2009

Uit tabel 2 blijkt dat de Nieuwe Europeanen samen met de Bulgaren en Roemenen 21 % uitmaken van de niet-Belgische ondernemers. Terwijl in 2001 dit maar slechts 3 % bedroeg. Bij de Maghrebijnen en Turken zien we een stijging van 3.236 tot 4.170 tussen de periode 2001-2008.

In deze studie wordt er getracht een beeld te vormen van allochtone ondernemers. Vervolgens worden de factoren besproken die aanzetten tot allochtoon ondernemerschap. Ook wordt er nagezien in welke sectoren allochtone ondernemers actief zijn en wat voor belemmerende factoren ze ondervinden bij de uitvoering van hun activiteiten. Dit onderzoek beperkt zicht tot de allochtone ondernemers van Turkse afkomst die gevestigd zijn in de regio Limburg. Alle zelfstandigen en KMO-ers die in de landbouw, industrie, handel, diensten of bouwnijverheid actief zijn, worden als ondernemers beschouwd (Vranken & Boussu, 2007).

Op 1 januari 2008 telde Limburg 71.820 personen met een andere nationaliteit. Op een totaal van 826.690 Limburgers, is dit 8,7%.

**Figuur 1: Niet-Belgen in Limburg naar nationaliteit (01.01.2008)**

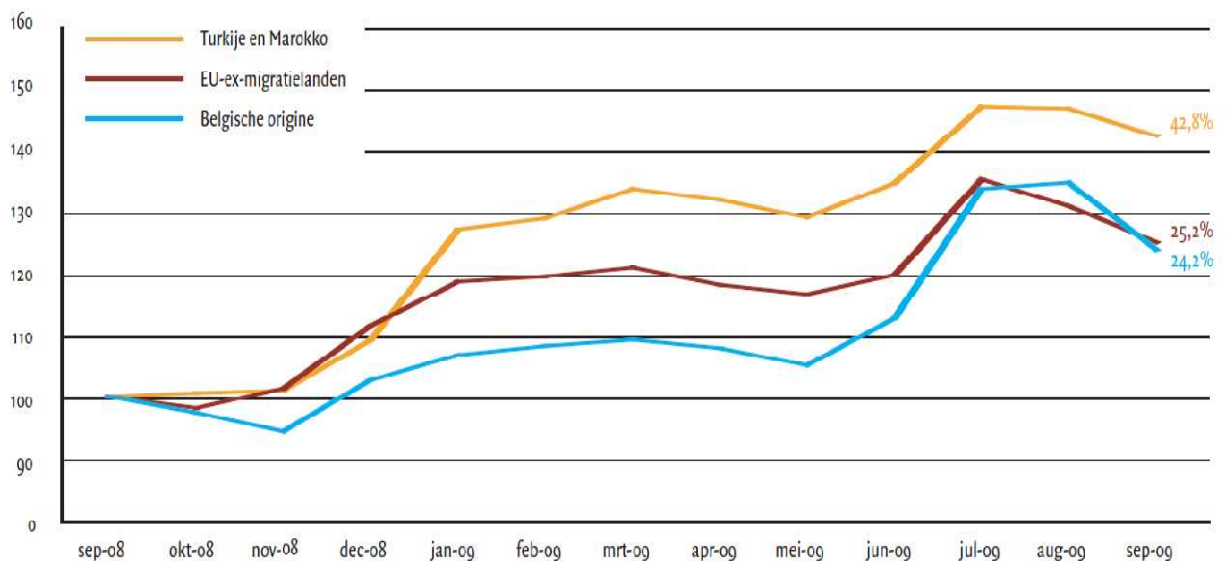


Bron: jaarboek provinciaal integratiecentrum 2009

Voorgaande figuur toont aan dat 55% van deze vreemdelingen de Nederlandse nationaliteit dragen. De Italianen volgen met 15,9%. Spanje (2,3%) en Griekenland (1,4%) scoren als ex-migratielanden toch nog relatief hoog.

Landen uit de tweede migratiegolf zoals Turkije (6,8%) en Marokko (2,8%) zijn samen goed voor ongeveer 10% van de niet-Belgen in Limburg.

**Figuur 2: Evolutie van het aantal werkzoekenden naar origine in Limburg (sep 2008 – sep 2009)**



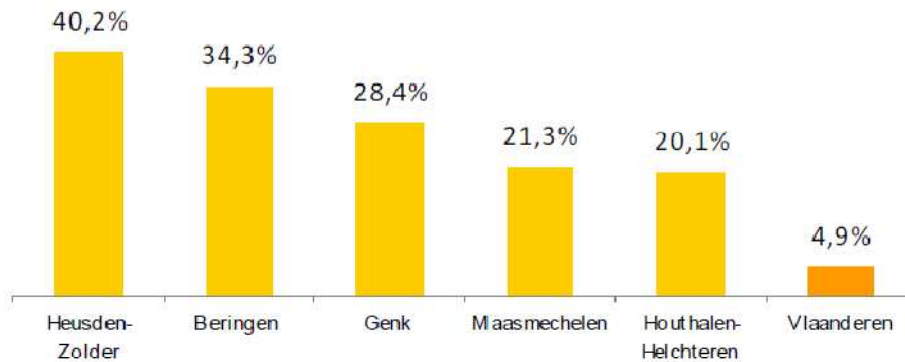
Bron: jaarboek provinciaal integratiecentrum 2009

Voor de periode september 2008 tot september 2009, steeg het aantal werkzoekenden in Limburg met 28,3%. Dit wil zeggen dat er ten opzichte van 2008 meer dan 7.000 werkzoekenden zijn bijgekomen. Bovenstaande figuur toont aan dat voor personen van Turkse of Marokkaanse herkomst de toename maar liefst 42,8 % bedraagt (jaarboek provinciaal integratiecentrum 2009).

Turken voelen zich thuis in Limburg. Sinds de tweede helft van de jaren '60 stijgt het aantal Turken, en dat blijft zo doorgaan tot begin jaren negentig. Vanaf dan is er een daling omdat deze personen steeds meer de Belgische nationaliteit aannemen. De eerder vermelde stijging is het resultaat van de aanhoudende immigratie en natuurlijke aangroei. In 2008 bedraagt het aantal personen met de Turkse nationaliteit nog 4.873.

Het aantal personen van Turkse herkomst wordt geschat op 31.188. Dit is iets meer dan het aantal van Italiaanse afkomst (jaarboek provinciaal integratiecentrum 2009).

**Figuur 3: Gemeenten met hoogste aandeel niet werkende werkzoekenden van Turkse origine-maart 2009**



Bron: VDAB 2009, Allochtonen op de Vlaamse arbeidsmarkt

In Vlaanderen zijn er 9.447 werkzoekenden van Turkse origine. Vooral in de voormalige Limburgse mijnstreek is het aandeel werkzoekende van Turkse origine erg hoog. Voorgaande tabel toont dat in Heusden-Zolder dit zelfs oploopt tot boven de 40% (Allochtonen op de Vlaamse arbeidsmarkt, VDAB studiedienst, 2009)

Mijn onderzoek is beperkt tot de allochtone ondernemers van Turkse afkomst die gevestigd zijn in de regio Limburg. De sterke vertegenwoordiging van deze groep in Limburg en de werkloosheid onder hen verantwoordt mijn keuze voor dit onderwerp.

**1.2 Centrale onderzoeksvraag**

Bovengeschetste problematiek leidt tot de volgende centrale onderzoeksvraag:

**“Analyse van het profiel van Turkse ondernemers in Limburg.”**

### 1.3 Deelvragen

Deze centrale onderzoeksvraag wordt vervolgens opgedeeld in de volgende deelvragen:

- **Wat zijn de persoonlijke kenmerken van allochtone ondernemers?**

In hoofdstuk 2 zal er ingegaan worden op de eigenschappen die kenmerkend zijn voor allochtone ondernemers. Het is dan ook nuttig verder na te gaan of deze kenmerken bij ieder allochtone ondernemer zullen voorkomen. De volgende kenmerken worden achtereenvolgend behandeld: financiering, klanten, product, personeel, bedrijfsvoering en geografische concentratie.

- **Waarom ondernemen allochtone ondernemers?**

Eerst en vooral is het belangrijk te weten welke modellen een verklaring bieden voor het allochtoon ondernemerschap. Deze modellen zijn het economische kansenmodel, het reactiemodel, het cultureel model en het ondernemersmodel. Verklaringen voor deze modellen zullen in het volgende hoofdstuk aan bod komen. Vervolgens is het de bedoeling om na te gaan of de eerder vermelde modellen van toepassing zijn op de ondervraagden.

- **In welke mate maken familieleden van dezelfde etnische herkomst deel uit van het personeelsbestand?**

De literatuurstudie in hoofdstuk twee beschrijft hoe het personeelsbestand meestal is samengesteld. Het personeel van de allochtone ondernemingen zijn meestal afkomstig uit de eigen groep. Deze ondernemers werken vooral samen met familieleden, vrienden en kennissen. Het is dan interessant om te kijken hoe het personeelsbestand van de ondervraagden is samengesteld.

- **In hoeverre bestaat het klantenbestand van de allochtone ondernemer uit allochtone klanten?**

In hoofdstuk 2 wordt het klantenbestand van de allochtone ondernemer kort besproken. Het is verder de bedoeling om na te gaan hoe het klantenbestand van de Turkse ondernemer in Limburg is samengesteld.

- **Welke zijn de belemmeringen die allochtone ondernemers ondervinden bij de uitoefening van hun activiteiten?**

In de literatuurstudie verder op spreekt deze eindverhandeling over de moeilijkheden waarmee allochtone ondernemers te maken kunnen krijgen. Deze belemmeringen zijn: informatie, kapitaal, training en vaardigheden, arbeid, klanten, concurrentie en politiek beleid. Het is dus van belang om na te gaan welke belemmeringen de allochtone ondernemers ondervinden.

- **In welke mate heeft het overheidsbeleid een invloed op allochtone ondernemers?**

In deze eindverhandeling wordt er gekeken naar de manier waarop de overheid communiceert met de Turkse ondernemers. Het is dan ook heel interessant om te gaan kijken naar de benadering van deze ondernemers door de bevoegde instellingen. De praktijk zal tonen in welke mate en of ze werkelijk in contact komen met deze instellingen.

- **Welke zijn de voornaamste sectoren waarin de allochtone ondernemingen zich bevinden?**

Met deze deelvraag zal er nagegaan worden of de Turkse ondernemers in de traditionele sectoren blijven steken.

## **1.4 Onderzoekspopulatie**

Als onderzoekspopulatie hebben we gekozen voor allochtone ondernemers van Turkse afkomst in Limburg. Uit praktische redenen opteren we ervoor om alle personen met een vreemde voor- en achternaam als "allochtoon" te selecteren. Verder duiden we de term "ondernemer" aan als alle personen die zaakvoerder of bestuurder zijn. Ook eenmanszaken vallen hieronder. Ondernemers zijn die personen die inspanningen verrichten om winst- en groeimogelijkheden nat te streven. Ze trachten aan bepaalde noden en wensen te voldoen door middel van vernieuwing en aanpassing ongeacht de bronnen die op dat moment beschikbaar zijn (Robbins & Coulter, 2003).



## 1.5 Begrippen en definities

Vooraleer er verder wordt ingegaan op deze eindverhandeling, is het belangrijk dat bepaalde begrippen duidelijk worden gedefinieerd.

### Turken

Geerts e.a (1999) beschrijven een Turk als een man of vrouw van Turkse nationaliteit. In ons onderzoek wordt er geen onderscheid gemaakt tussen de Turken die de Turkse nationaliteit hebben en de Turken die de Belgische nationaliteit hebben verkregen.

### Allochtonen

Het woord allochtoon komt van het Grieks en betekent letterlijk 'van een ander land'. Met betrekking tot bevolkingsgroepen, gebruiken verschillende instanties echter verschillende definities van het begrip 'allochtoon'.

Het Centraal Bureau voor de Statistiek (1999) hanteert een nieuwe standaarddefinitie voor allochtonen die veel onduidelijkheid uit de weg moet nemen. Volgens deze definitie wordt een persoon tot de allochtonen gerekend indien één van de ouders in het buitenland is geboren.

Vesoc (het Vlaams Economisch en Sociaal Overlegcomité) bepaalt dat iemand allochtoon is indien hij geen nationaliteit uit een van de landen van de Europese Economische Ruimte (EER) heeft of indien minstens één ouder of minstens twee grootouders een nationaliteit hebben van buiten de EER.

Voor ons onderzoek zal er gebruik gemaakt worden van de definitie van het Vlaams Minderhedendecreet van 28 april 1998. Het begrip "allochtoon" wordt gedefinieerd als: "Personen die zich legaal in België bevinden, ongeacht of zij de Belgische nationaliteit hebben, en die tegelijkertijd aan de volgende voorwaarden voldoen:

a) minstens één van hun ouders of grootouders is geboren buiten België;

b) zij bevinden zich in een matige positie vanwege hun etnische afkomst of hun zwakke sociaal-economische situatie"

(Druyts,2004)

## **De eerste en tweede generatie allochtonen**

De eerste generatie allochtonen zijn de personen die als arbeidsmigranten of als partner van arbeidsmigranten naar België gekomen zijn. Deze mensen zijn in het buitenland geboren.

Kenmerk van de tweede generatie allochtonen is dat zij zelf in België zijn geboren. De eerste en tweede generatie worden van elkaar gescheiden door het criterium geboorteland. Er zijn auteurs die anders denken. Deze auteurs bemerken dat waar personen hun formatieve jaren doorbrengen van meer belang is dan het criterium geboorteland. Derde en vierde generatie allochtonen, zijn de nakomelingen van de vorige generaties die aanwezig waren in België.

## **Ondernemerschap**

Volgens Wennekers en Thurik (1999) is ondernemerschap het duidelijke vermogen en bereidheid van individuen, alleen, in een team, binnen en buiten bestaande organisaties, om:

- a) nieuwe economische kansen na te jagen en te creëren;
- b) hun ideeën in de markt te introduceren ondanks de aanwezigheid van onzekerheid en andere obstakels.

Antoncic en Hisrisch (2003) beschrijven ondernemerschap als gedrag of gedragsintenties met betrekking tot het opstarten van een onderneming en innovatie.

## **Allochtoon ondernemerschap**

Volgens F. Bovenkerk (1983) bestaat allochtoon ondernemerschap uit arbeidsintensieve familiebedrijfjes in de informele sector van stedelijke handel en ambacht.

Allochtoon ondernemerschap wordt door Lambrecht, Martens en Verhoeven (2002) omschreven als het geheel van winkels, restaurants, diensten en ambachten opgezet door allochtone minderheden.



## **Hoofdstuk 2: Literatuurstudie**

### **2.1 Verklaringen voor ontstaan allochtoon ondernemerschap**

Het is de bedoeling om in deze masterproef allereerst een analyse te maken over allochtoon ondernemerschap. Lambrecht et al. (2002) hebben een kwantitatief en kwalitatief verkennend onderzoek gedaan naar allochtone ondernemers in Vlaanderen. Op basis van interviews in de arrondissementen Antwerpen, Gent, Hasselt en Brussel hebben ze vijf onderzoeksvragen opgesteld: hoeveel allochtone ondernemers zijn actief in Vlaanderen, wat zijn hun persoonlijke kenmerken, wat is hun profiel, waarom starten ze een eigen onderneming en welke strategieën hanteren ze. De Britse auteurs Jenkins en Ward (1984) beschrijven eveneens vier modellen waarom allochtonen zich toeleggen op het ondernemerschap.

De groep allochtone ondernemers in het onderzoek van Lambrecht et al. (2002) bestaat uit Italianen, Turken, Marokkanen, Zuid-Europeanen en de ondernemers uit de buurlanden. In dit rapport bespreken ze ook de persoonlijke kenmerken van deze ondernemers en de sectoren waarin ze actief zijn. Ook onderzoeken ze de startmotieven en de problemen die allochtone ondernemers ondervinden.

Er zijn vier modellen die een verklaring bieden waarom allochtonen ondernemen. Lambrecht et al. (2002) baseren zich op de drie modellen van Jenkins en Ward (1984) en voegen zelf nog een vierde model toe.

#### **2.1.1 Economische kansenmodel of theorie van de allochtone infrastructuur**

Het economische kansenmodel of theorie van de allochtone infrastructuur verklaart het ontstaan van allochtone ondernemingen in concentratiebuurten. De zelfstandigen proberen te voldoen aan de noden en wensen van de eigen etnische groep door gespecialiseerde producten en diensten aan te bieden.

Het familiale netwerk is regelmatig een bron van intern investeringskapitaal en onderhoudt ook de nodige communicatie en informatie. Op deze manier ontstaat er een allochtone infrastructuur.

### **2.1.2 Reactiemodel of theorie van werkloosheid en discriminatie**

Het volgende model, het reactiemodel of theorie van werkloosheid en discriminatie, stelt dat allochtonen voor ondernemerschap kiezen omdat ze de werkloosheid en discriminatie op de arbeidsmarkt wil ontvluchten. Dit kan dus bekeken worden als een overlevingsstrategie. Dit model is meer van toepassing op de tweede en derde generatie allochtonen. Zij willen het immers beter en anders doen dan hun ouders en grootouders. Ondernemerschap wordt dan ervaren als een belangrijke factor van sociale mobiliteit.

### **2.1.3 Culturele model of theorie van de oorspronkelijke ondernemersmigratie**

In het derde model, het culturele model of theorie van de oorspronkelijke ondernemersmigratie, wordt migratie gezien als de oorzaak voor het ontstaan van allochtoon ondernemerschap. Dit model veronderstelt dat mensen migreren met de bedoeling een eigen zaak te starten in het gastland. De traditie en kennis opgedaan in hun land van herkomst wordt gebruikt om in het gastland gespecialiseerde zaken op te richten. Ervaring en kennis zijn dus van essentieel belang om toetreding tot de markt te vergemakkelijken.

### **2.1.4 Ondernemersmodel of theorie van de ondernemingsdrang**

Ten slotte is er een vierde model, namelijk het ondernemersmodel of theorie van de ondernemingsdrang dat allochtoon ondernemerschap kan verklaren. In voorgaande modellen wordt het allochtone aspect van de allochtone ondernemers benadrukt. Bij de nieuwe generatie allochtonen zal dit aspect steeds een mindere rol gaan spelen. Het is voor ondernemers in dit model heel belangrijk om hun eigen baas te zijn en om iets op te starten. Ondernemersdrang staat centraal in dit model. Volgende afkortingen worden in onderstaande tabel gebruikt:

EI= etnische infrastructuur

R= reactiemodel

M= migratiemodel

O= model van de ondernemingsdrang

**Tabel 3: Verdeling van de ondernemers naar de verschillende verklaringsmodellen voor allochtoon ondernemerschap**

	N	% populatie	Model	N	% model
ETNISCHE INFRASTRUCTUUR	87	37.82%	Enkel EI	16	18.39 %
			EI + M	4	4.6 %
			EI + R	1	1.15 %
			EI + O	41	47.13 %
			EI + M + O	19	21.84 %
			EI + R + O	2	2.3 %
			EI + M + R + O	4	4.6 %
REACTIE MODEL	50	21.73%	Enkel R	8	16 %
			EI + R	4	8 %
			R + O	13	26 %
			EI + R + O	19	38 %
			R + M + O	2	4 %
			EI + M + R + O	4	8 %
MIGRATIE MODEL	32	13.91%	Enkel M	6	18.75 %
			EI + M	1	3.12 %
			M + O	17	53.12 %
			EI + M + O	2	6.25 %
			M + R + O	2	6.25 %
ONDERNEMINGS- DRANG	163	70.86%	Enkel O	65	39.88 %
			EI + O	41	25.15 %
			M + O	13	7.97 %
			R + O	17	10.43 %
			EI + M + O	19	11.66 %
			EI + R + O	2	1.23 %
			M + R + O	2	1.23 %
			EI + M + R + O	4	2.45 %
ONBEKEND	35	15.21%			

N=230

Bron: Lambrecht e.a. 2002, p. 124

Deze auteurs proberen in hun rapport te achterhalen in welke mate de eerder vermelde modellen van toepassing zijn op de ondervraagden. Het is mogelijk dat bij sommige ondernemers verschillende verklaringsmodellen aanwezig zijn.

Uit de tabel kunnen we duidelijk aflezen dat het ondernemersmodel zeer dominant (70,86%) aanwezig is.

Het economische kansenmodel is met bijna 40% het tweede belangrijkste startmotief van een zelfstandige.

Bij 22% van de geïnterviewde zelfstandigen is er sprake van een duidelijke reactie tegen discriminatie en werkloosheid.

En ten slotte stellen we vast dat 14% van de ondernemers tot het culturele model behoren.

Volgens Lambrecht et al. (2002) ondernemen de meeste allochtonen om dezelfde redenen als autochtonen. Hieruit wordt er vastgesteld dat de allochtone verklaringsmodellen in vele gevallen toepasbaar zijn, maar dat in de meeste van die gevallen er ook ondernemingszin aanwezig moet zijn. Allochtone ondernemers zijn dus op de eerste plaats ondernemers.

## **2.2 Karakteristieke eigenschappen van allochtoon ondernemerschap**

Choenni (1997) bespreekt in zijn studie de karakteristieke kenmerken van de allochtone ondernemers. Tot de allochtone groep behoren Egyptenaren, Turken, Marokkanen, Pakistani, Surinamers en Antilianen. De volgende kenmerken zullen aan bod komen: financiering, klanten, product, personeel, bedrijfsvoering en geografische concentratie.

Allochtone ondernemers verwerven hun kapitaal meestal op een etnische wijze. Dat wil zeggen dat ze gebruik maken van hun onderlinge etnische banden en gewoonten om aan kapitaal te geraken. Dit wordt een onderhandse lening genoemd, welk rust op een culturele traditie. Mondelinge afspraken en wederzijdse vertrouwen vormen de basis van deze leningsvorm (Choenni, 1997).

De klantenkring van de allochtone ondernemer is meestal beperkt tot de eigen etnische groep. In dit geval is er dan sprake van interne oriëntatie. Wanneer de focus op een meer algemene markt en/of klantenkring ligt, wordt er gesproken van externe oriëntatie.

Allochtone ondernemers leveren vaak goederen en diensten die in verband staan met de etnische herkomst. Hun assortiment bestaat meestal uit levensmiddelen, kleding, culturele producten en de keuken uit het land van herkomst. Zij kunnen ook diensten leveren met betrekking tot de problemen of de aanpassing in de ontvangende samenleving, zoals juridische hulp, zorg en advisering.

Het aanwezige personeel in de allochtone ondernemingen zijn meestal afkomstig uit de eigen groep. Deze ondernemers werken vooral samen met familieleden. Ze zullen ook regelmatig de hulp gaan inroepen van vrienden en kennissen. Voor de betalingswijze van het personeel gelden andere standaarden dan normaal. Familie, vrienden en kennissen werken dus tegen een geringe vergoeding.

Volgens Choenni (1997) zijn vormen van etnische netwerken van essentieel belang voor de allochtone ondernemer. Via deze netwerken worden informatie, tips en adviezen verzameld. De bedrijfsvoering verloopt niet via formele kanalen. Formalisering wordt achtergelaten en de concentratie ligt op onderling vertrouwen en loyaliteit. Bovendien werkt de allochtone ondernemer lange uren samen met zijn familie. Het gezinshoofd zorgt voor de inzet van de familieleden in de onderneming.

Tot slot zijn allochtone ondernemingen geconcentreerd in bepaalde geografische gebieden. Deze gebieden bevatten hoge aantallen allochtone inwoners.

## **2.3 Belemmeringen voor allochtone ondernemers**

In het boek 'Ethnic entrepreneurs: immigrant business in industrial societies' uit 1990 beschrijven Waldinger e.a. een aantal strategieën voor allochtone ondernemers. Volgens het boek zijn de strategieën van toepassing op allochtone ondernemers waar ook ter wereld. Deze strategieën beschrijven het efficiënt gebruik van de sociale, economische en culturele bronnen van een allochtone groep. Hieronder worden zeven problemen besproken waar allochtone ondernemers mee te maken kunnen krijgen en waarvoor ze strategieën moeten uitwerken om ze op te lossen. Deze moeilijkheden of belemmeringen zijn: informatie, kapitaal, training en vaardigheden, arbeid, klanten, concurrentie en politiek beleid.

### **2.3.1 Informatie**

Informatie en advies zijn van essentieel belang voor een goede voorbereiding van de start. Vooraleer zij met hun onderneming kunnen starten, hebben zij informatie nodig over de markt, de reglementering, financieringsmogelijkheden, enz. Voor het verzamelen van informatie steunen zij op hun directe omgeving en op indirecte banden in het allochtone, sociale netwerk. Er is sprake van officieuze kanalen. Het voordeel van officieuze kanalen is de snelle beschikbaarheid van informatie, maar deze informatie blijkt achteraf niet altijd waardevol te zijn. Een goed uitgebouwd netwerk zal de kans op slagen voor de allochtone ondernemer vergroten. Dit netwerk wordt eveneens door de allochtone ondernemer gebruikt voor financiële steun en het rekruteren van arbeidskrachten.



Daarnaast heeft de allochtone ondernemer nood aan juiste informatie die hij verkrijgt via officiële kanalen. Het voordeel van officiële kanalen is dat de informatie waardevoller is. Toch komt het nog vaak voor dat de allochtone ondernemer zijn weg niet tot de verschillende overheidsinstanties of de middenstandsdienst in de gemeente vindt. Dit is te wijten aan een zekere drempelvrees die heerst bij de allochtone ondernemer. Een tweede oorzaak is de taalbarrière. Informatie wordt vaak verstrekt in de vorm van brochures en vaktijdschriften. Wanneer de allochtone ondernemer de taal niet goed beheerst, hebben deze kanalen weinig nut (Waldinger e.a., 1990).

### **2.3.2 Kapitaal**

Om een onderneming op te starten, heb je kapitaal nodig. Volgens Katja Rusinovic (2006, p.85) kunnen ondernemers zich tot vier financiële bronnen aanwenden.

Een eerste bron is het eigen spaargeld. De meeste ondernemers hebben voor de start gewerkt als arbeider, vaak in meerdere jobs, om het kapitaal bijeen te sparen.

Een tweede manier om aan het startkapitaal te komen, is door het te lenen van het intieme netwerk. Deze bron is informeel omdat er geen financiële instellingen betrokken zijn en de lening niet geregistreerd is.

Een derde bron zijn de banken en financiële instellingen. Het feit dat banken niet snel leningen toestaan aan starters vormt een probleem voor de allochtone ondernemer. Bovendien behoren allochtone ondernemers tot de risicogroep omdat ze meestal een zaak starten in sectoren zonder goede vooruitzichten, zoals de kleinhandel en horeca.

Een vierde bron is de overheid. Deze financiering kan de vorm aannemen van subsidies.

### **2.3.3 Training en vaardigheden**

Meestal hebben allochtone ondernemers een gebrekkige opleiding achter de rug. Ze verkrijgen hun vaardigheden vaak 'on-the-job'. Voor ze zelf een zaak opstarten, doen ze ervaring op in de zaak van iemand van hun netwerk. Het nadeel is dat de vakbekwaamheid van allochtonen niet altijd erkend wordt door de overheid. Allochtone ondernemers zijn hierdoor vaak terug te vinden in laagdrempelige branches (Vanhoren, 1992, p. 21).

#### **2.3.4 Arbeid**

Volgens Waldinger e.a. (1990) zijn de bedrijven die allochtone ondernemers opstarten meestal éénmansbedrijven of een familiebedrijf. Wanneer de bedrijven zich in een groeifase bevinden en nood hebben aan bijkomend personeel, rekruteren de meeste ondernemers onder hun naaste familie of leden van hun etnisch netwerk. Het voordeel hiervan is dat de allochtone ondernemer kan rekenen op de loyaliteit van de allochtone werknemer. Bovendien zijn de allochtone werknemers bereid te werken tegen een lager loon. De allochtone werknemers stellen zich ook vaak buiten de normale werkuren beschikbaar.

#### **2.3.5 Klanten**

Startende allochtone ondernemingen hebben meestal uitsluitend allochtone klanten. Het is met klanten van dezelfde afkomst en cultuur, dat de allochtone ondernemers de meeste problemen ondervinden. Allochtone klanten verwachten speciale service, voorkeursbehandeling en kortingen. De allochtone gemeenschap heeft de neiging om het bedrijf te beschouwen als een gemeenschappelijk goed. Er ontstaat weliswaar een vertrouwensrelatie met de klant, maar is vanuit commercieel oogpunt ondermijnend voor het succes van de onderneming (Waldinger e.a., 1990).

#### **2.3.6 Concurrentie**

Het probleem van de concurrentie treffen we vooral in de concentratiebuurten. In de concentratiebuurten is er een grote aanwezigheid van gelijkaardige zaken. Dit heeft tot gevolg dat de ondernemers hevige concurrentie ondervinden. Volgens een studie van Howard Aldrich (1977) hebben allochtone ondernemers vier manieren ontwikkeld om de concurrentie aan te gaan:

- Zelfexploitatie: de ondernemer offert een groot deel van zijn vrije tijd op. Hij gaat langer en harder werken. De ondernemer vertrouwt op alle leden van het gezin om zijn zaak langer open te kunnen houden dan zijn concurrent.
- Horizontale expansie: de ondernemer kan horizontaal uitbreiden. Dit betekent dat de ondernemer in dezelfde buurt meerdere zaken met hetzelfde aanbod gaat openen.
- Verticale expansie: de ondernemer gaat zich verplaatsen in de productieketen. Hij zal naast een kleinhandelszaak ook een groothandelszaak openen.

- Een handelsassociatie oprichten: de ondernemers gaan samenwerken en onderling informatie uitwisselen over prijzen, kosten, klanten en andere relevante zaken. De prijzen worden hoog gehouden en ze zijn ook bereid om het klantenbestand te delen.

### **2.3.7 Politiek beleid en administratie**

De verkrijging van een beroepskaart en een vestigingsnummer worden vaak gekenmerkt door trage procedures. Deze trage procedures passen niet in de korte termijn planning van de allochtone ondernemer. De allochtone ondernemer moet dan kiezen. Ze nemen de vertraging erbij en ze beginnen legaal of ze starten in de illegaliteit. Het komt zeer veel voor dat allochtone ondernemers starten in een situatie van illegaliteit. Ze proberen dan zo snel mogelijk aan de reglementeringen en voorschriften te voldoen (Waldinger e.a., 1990).

## **2.4 Evolutie van allochtone ondernemingen**

Het evolutiemodel van Waldinger (Waldinger e.a; 1990) beschrijft het allochtoon ondernemerschap aan de hand van twee dimensies. De eerste dimensie is de concentratie van de allochtone bevolking. Met deze eerste dimensie wordt getracht te achterhalen of de allochtone ondernemer zich richt tot de etnische markt of de open markt. De etnische markt betekent dat de allochtone bevolking de grootste klantengroep uitmaakt. Bij de open markt bestaat het klantenbestand zowel uit allochtonen als autochtonen. De tweede dimensie meet de mate van specialisatie van de allochtone ondernemer in het aanbod. Op basis van de eerste en tweede dimensie ontstaan er vier types van ondernemingen.

**Tabel 4: Evolutie van allochtone ondernemingen volgens de dimensies 'specialisatie in het aanbod' en 'etnische bevolkingsconcentratie'**

		Etnische bevolkingsconcentratie	
		Hoog	Laag
Specialisatie in het aanbod	Hoog	Ethnic Niche	Middleman minority
	Laag	Replacement Minority	Economic Assimilation

Bron: WALDINGER e.a. 1990

#### **2.4.1 Replacement minority**

Het eerste type onderneming is de 'replacement minority'. Deze wordt gekenmerkt door een hoge etnische bevolkingsconcentratie en een lage specialisatie in het aanbod. De allochtone ondernemer is terug te vinden in de concentratiebuurten waar hij kan steunen op de solidariteit van zijn etnisch netwerk. De meeste ondernemers beschikken over onvoldoende kapitaal en hebben een zwakke motivatie. Ze beschouwen zichzelf als tijdelijke migranten en zijn niet geneigd te investeren in de lange termijn.

#### **2.4.2 Ethnic niche**

Het tweede type is de 'ethnic niche'. Hier merken we een hoge etnische bevolkingsconcentratie alsook een hoge specialisatie in aanbod. Met de aankomst van de vrouwen van de migranten groeit het etnisch netwerk verder uit. Er is dus geen sprake meer van tijdelijke migratie. We onderscheiden twee types binnen de 'ethnic niche': ten eerste is er de ondernemer die enkel gespecialiseerde etnische goederen en diensten levert. Ten tweede is er de ondernemer die autochtone goederen aanbiedt. In het tweede geval nemen de allochtone ondernemers de plaats in van autochtone ondernemers. Deze situatie komt voor wanneer de autochtone ondernemers met pensioen gaan of failliet verklaard worden.

### **2.4.3 Middleman minority**

In het derde stadium ontstaat de 'middleman minority'. In deze fase gaat de allochtone ondernemer op zoek naar uitbreidingsmogelijkheden omwille van de harde concurrentie op de allochtone markt. De allochtone ondernemer gaat zich meer en meer richten tot de open markt. Hij wenst dit te realiseren door zich te vestigen in gebieden met een lage etnische bevolkingsconcentratie en zal een gespecialiseerd aanbod hebben. De toegang tot de open markt is echter niet makkelijk. De allochtone ondernemer krijgt hier te maken met harde concurrentie en moet vaak genoeg nemen met het bedienen van markten die autochtonen mijden. In deze markten zijn de opbrengsten in ruil voor de investeringen nog te laag.

### **2.4.4 Economic assimilation**

Het laatste type is de 'economic assimilation'. In deze fase treffen we een lage etnische bevolkingsconcentratie en een lage specialisatie. Dit betekent dat de allochtone ondernemers zich gaan verspreiden en niet meer blijven steken in de concentratiebuurten. Hun aanbod zal dan ook geen verschil meer tonen met dat van de autochtone concurrenten.

## **Hoofdstuk 3: Praktijkstudie**

### **3.1 Instellingen voor allochtone ondernemers in Limburg**

Wanneer allochtone ondernemers te maken hebben met belemmeringen en problemen kunnen ze terecht bij bepaalde instellingen in Limburg. Ook bij hun zoektocht naar informatie en begeleiding kunnen ze bij deze instellingen terecht. Hieronder bespreken we de verschillende instellingen.

#### **3.1.1 STEBO**

STEBO staat voor 'STEunpunt BuurtOpbouwwerk' en is sinds 1987 actief te Genk. STEBO richt zich tot het ontwikkelen van vernieuwende projecten en diensten. Ze doen dit in het kader van samenlevingsopbouw en sociaal-economische streekontwikkeling.

Het doel van STEBO bestaat in het streven naar een zo groot mogelijke deelname van mensen en groepen mensen aan hun samenleving. Ze geven daarbij de absolute voorrang aan mensen die met uitsluiting worden bedreigd. Hiertoe ontwikkelen ze projecten, diensten en initiatieven in belangrijke levensdomeinen waar uitsluitingsmechanismen aanwezig zijn. Volgens STEBO zijn dat de domeinen tewerkstelling, sociale samenhang, woonkwaliteit, ondernemerschap en onderwijs. De werking van STEBO concentreert zich dus op vier pijlers: Buurtopbouwwerk, Samen Leren Werken, Kansrijk Ondernemen en Infocentrum Wonen.

##### ➤ Pijler 1: Buurtopbouwwerk

Deze pijler concentreert op het uitbouwen van een sterkere samenleving in achtergestelde buurten en wijken. Om deze doelstelling te bereiken maakt men gebruik van de krachten die reeds in de wijk aanwezig zijn. Onder de krachten verstaan zij de individuele burgers, maatschappelijke organisaties, verenigingen, sportclubs,... Ze proberen de mensen te overtuigen om deel te nemen aan het sociale leven en zo hun eigen leven in handen te nemen en te verbeteren.

De buurtopbouwwerk-aanpak heeft een aantal principes:

1. Bewonersbetrokkenheid en signaalfunctie naar het beleid
2. Ontmoeting
3. Informatiebemiddeling
4. Dienstverlening en doorverwijzing
5. Actie

Het principe van de buurtwerker komt terug in alle voorgaande principes. De buurtwerker vervult een belangrijke rol als vertrouwenspersoon voor de buurtbewoners. De buurtwerker kent de omgeving en de pijnpunten heel goed. Daarom is hij/zij ideaal geplaatst om informatie te verstrekken, door te verwijzen of een kruispuntrol te spelen.

➤ Pijler 2: Samen LEREN Werken

De tweede pijler heeft tot doel om via een wijkgerichte werking, werkzoekenden uit kansengroepen (vrouwen, laaggeschoolden, allochtonen, langdurig werkzoekenden en jongeren) te begeleiden naar de arbeidsmarkt. Belangrijk om mee te delen is dat STEBO zowel op het niveau van de werkzoekende als op het niveau van de werkgever werkt. Voor de werkzoekenden biedt STEBO twee soorten trainingen aan: de st@rt-training en de k@ns-training. De st@rt-training is er voor werkzoekenden die allerlei problemen ondervinden bij de zoektocht naar werk. Deze trainingen leggen de aandacht op het versterken en uitbreiden van de vaardigheden, kennis en arbeidsattitudes. Voor de hooggeschoolde allochtonen met een buitenlands diploma is er de k@ns-training. Hier nemen ze kennis van de Belgische arbeidsmarkt en vergroten dus hun kans op een aangepaste tewerkstelling. Voor de werkgevers biedt STEBO concrete trainingen aan over diversiteit in de dagdagelijkse realiteit, over het onthaal van nieuwe medewerkers en over hun cultuur en identiteit met betrekking tot het leiding geven aan allochtone medewerkers.

➤ Pijler 3: Kansrijk Ondernemen

STEBO is er van overtuigd dat zelfstandige ondernemers een belangrijke bijdrage leveren aan de ontwikkeling van een buurt. De zelfstandige ondernemers zorgen voor eigen tewerkstelling en creëren ook werk voor anderen. Kansrijk ondernemen wordt beschouwd als een hulpmiddel voor (allochtone) zelfstandigen. Hiertoe spreekt STEBO over vijf projecten:

1. Het ondernemersatelier

Het ondernemersatelier richt zich tot kandidaat-ondernemers uit kansengroepen. Ze kunnen terecht bij het ondernemersatelier om de onzekere startperiode van hun eigen zaak te doorkomen. Ze kunnen dit op een veilige manier doen zonder het recht op vervangingsinkomen te verliezen.

2. Trajectbegeleiding

Met trajectbegeleiding streeft men ernaar om kandidaat-ondernemers uit achtergestelde posities, een maximale kans op slagen te geven. We zien vooral dat allochtone kandidaat-ondernemers zich in die positie bevinden. Dit is te wijten aan cultuurverschillen, taalachterstand, opleidingsachterstand, hoge drempel inzake begeleiding,....

### 3. Bedrijfsbeheer

STEBO biedt een cursus bedrijfsbeheer aan anderstaligen. Hiermee wil men een maximale ondersteuning creëren voor de allochtone anderstaligen. Deze ondersteuning neemt de vorm aan van een tolk die aanwezig is tijdens de lessen. Wel te vermelden is dat het zeker en vast niet de bedoeling is om de cursus in de moedertaal van de allochtonen te geven.

### 4. Vrouw-en-zaken

Bij dit project focust STEBO op vrouwen die voldoen aan de vereisten inzake kennis van het bedrijfsbeheer. Het is de bedoeling deze vrouwen te stimuleren om de stap tot het ondernemerschap te zetten. Deze vrouwen kunnen genieten van een gratis opleiding om te kunnen starten.

### 5. Buurt-zaken

Dit project concentreert zich op de samenwerkingsverbanden tussen ondernemers in de buurt onderling en tussen ondernemers en buurtbewoners of lokale overheden te versterken. Op deze manier wordt er gestreefd naar de verdere ontwikkeling op economisch en maatschappelijk vlak.

#### ➤ Pijler 4: Infocentrum wonen

Het infocentrum wonen is een dienst die mensen helpt om hun woonsituatie te verbeteren. Momenteel zijn ze actief in 13 Limburgse gemeenten. Alle huurders, eigenaars, verhuurders of handelaars kunnen een beroep doen op de diensten van het infocentrum. De aanwezige consulenten zijn op de hoogte van de wetgeving, de bestaande premies en sociale leningen en alle andere procedures die doorlopen moeten worden.

(Bron: STEBO)



### **3.1.2 Agentschap Ondernemen**

Agentschap Ondernemen is een integratie van het Agentschap Economie en het Vlaams Agentschap Ondernemen. Sinds begin 2009 kunnen ondernemers hier terecht voor informatie, advies of subsidies. Agentschap Ondernemen streeft naar meer en sterker ondernemerschap in Vlaanderen. Hun werking bestaat uit vier rollen: stimulerende regisseur, complementaire speler, uitvoerder van beleidsopdrachten en gids in Europese context.

➤ Stimulerende regisseur

Deze rol streeft naar het bekomen van meer en sterker ondernemerschap. Het Agentschap Ondernemen is dan in de eerste plaats actief als regisseur. Via het ondersteunen en stimuleren van andere actoren – bedrijfsorganisaties, steden en gemeenten ... - wordt er getracht te komen tot een bedrijfsvriendelijk beleid en het opstarten van projecten die het ondernemerschap bevorderen. Als agentschap is het dus belangrijk om ondernemerschap aan te moedigen en bij te dragen tot de ontwikkeling ervan.

➤ Complementaire speler

Hier treedt het Agentschap Ondernemen steeds complementair met de verschillende bedrijfsorganisaties. Het agentschap staat in voor het verlenen van informatie en advies. Als aanvullende rol heeft het agentschap twee kerntaken:

- het informeren en adviseren van de ondernemers en in het bijzonder de aanwezige overheidsinstrumenten promoten;
- het ondernemerschap in Vlaanderen stimuleren aan de hand van subsidies.

➤ Uitvoerder van beleidsopdrachten

Deze rol ligt in het opmaken en vervullen van een aantal specifieke beleidsopdrachten:

- specifieke trajecten voor startende ondernemers;
- het Comité Preventief Bedrijfsbeleid ondersteunen;
- een IT actieprogramma voor kmo's opzetten;
- een Uniek Loket uitbouwen in het kader van de Europese Dienstenrichtlijn.

➤ Gids in Europese context

Het Agentschap Ondernemen is ook verantwoordelijk voor het programma van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling in Vlaanderen. Dit programma dient als stimulans voor de kenniseconomie, het ondernemerschap, de ruimtelijke ordening en stedelijke ontwikkeling.

(Bron: Agentschap Ondernemen)

### **3.1.3 UNACO**

UNACO staat voor Unie van Actieve Ondernemers en is opgericht in 2004. Unaco is actief in heel Vlaanderen en beschikt momenteel over vijftig werkingsgroepen of –comités die allemaal hun eigen activiteiten organiseren. Met deze lokale werkingsgroepen of –comités is UNACO gegroeid tot de meest representatieve organisatie gericht naar de allochtone ondernemers. De doelgroep van UNACO zijn de allochtone ondernemers die in Vlaanderen gevestigd zijn.

Visie van de vereniging UNACO:

- hechten aan ethische waarden;
- professionaliteit als doel hebben;
- op kwalitatieve wijze kernondernemers bij elkaar brengen om kennis en ervaring uit te kunnen wisselen;
- krachten bundelen en stimuleren tot sociaal ondernemerschap.

UNACO dient zowel als klankgroep en als belangengroep bij de contacten tussen enerzijds de leden van de vereniging en anderzijds de overheid en overige instanties. Hier wordt er gestreefd om de kwaliteit van het ondernemerschap structureel te verbeteren. UNACO is dus aanwezig om ondernemers en kandidaat-ondernemers te begeleiden bij de start, groei en maturiteit van hun ondernemingen.

(Bron: UNACO, 2004)

### **3.1.4 ACTON**

Om de ondernemers te kunnen ondersteunen heeft men besloten om ACTON (Unie van Limburgse Actieve Ondernemers) op te richten. ACTON is gevestigd te Hasselt en is actief sinds 2004. ACTON vormt een brug tussen de verschillende officiële instanties, instellingen en overheden enerzijds en de ondernemers anderzijds.

Het zelfstandig ondernemerschap stimuleren is een belangrijke doelstelling van ACTON. Ze doen ook veel om het kennisniveau van de allochtone ondernemers optimaal te verhogen. Dit trachten ze te realiseren door op structurele wijze de ondernemers van informatie te voorzien. Veel allochtone ondernemers zien het belang van connecties niet altijd goed in. ACTON is dan ook aanwezig om de onderlinge contacten tussen de leden van de vereniging te bevorderen.

(Bron: ACTON)

### **3.1.5 UNIZO**

UNIZO staat voor 'de Unie van Zelfstandige Ondernemers' waarbij de werking van de organisatie teruggaat tot 1899. UNIZO is actief in Vlaanderen en Brussel en verenigt ongeveer 85.000 ondernemers, zelfstandigen, KMO's en vrije beroepen. Daarmee is het de grootste ondernemersorganisatie.

Het verlenen van advies en informatie aan ondernemers en verenigingen, belangenbehartiging, zijn de kerntaken van UNIZO. UNIZO heeft een actieve rol in overleg- en adviesorganen. Hierbij zijn ze zowel actief op lokaal, regionaal, nationaal als Europees niveau.

(Bron: UNIZO)

## **3.2 Diepte-interviews met Startersadviseurs**

Om het proces van het afnemen van interviews te verduidelijken, zal er kort ingegaan worden op het verloop, locatie en duur ervan.

Het was van groot belang om de respondenten aan het woord te laten in een zo vertrouwd mogelijke omgeving voor hen. De meeste interviews werden dan ook bij de respondenten hun werkplaats afgenomen. De respondenten hadden de nodige ruimte beschikbaar gesteld zodat het interview in een rustige omgeving kon plaatsvinden.

Op voorhand werd aan de respondenten duidelijk gevraagd om voldoende tijd beschikbaar te maken. Er was geen al te grote verschil te bemerken in de duur van de interviews. Zo nam het kortste interview iets langer dan vijftwintig minuten in beslag, terwijl het langste gesprek bijna een uur duurde.

Om het interview te versterken was het van belang een korte inleiding te geven aan de respondenten vooraleer te starten. Hierbij werd aan de geïnterviewden een voorstelling gegeven van het onderzoek en de onderzoeker. Zo kregen dan de respondenten ook een duidelijk beeld van alle verwachtingen.

De respondenten die deelgenomen hebben aan ons onderzoek zijn actief in de verschillende instellingen als startersadviseurs. Hieronder volgen de belevingen, opvattingen, kennis en ideeën van alle adviseurs.

Frank Maleszka is coördinator afdeling Ondernemen bij STEBO. Frank vertelt ons over de financieringswijze van de Turkse ondernemer. Hij is van mening dat de Turkse ondernemers minder gebruik maken van banken bij de start van hun onderneming. Deze ondernemers verkiezen om te lenen bij hun familie omdat dit voor hen een meer vertrouwde en simpele procedure is. Els Huysman is coördinator startersservice en KMO bij UNIZO. Els vertelt dat het aantal allochtone ondernemingen sterk groeit. Hierin nemen de Turkse ondernemers het grootste aandeel voor zich. Els is ook van mening dat een groot deel van de Turkse ondernemers hun zaak opstarten met kapitaal afkomstig vanuit de eigen familie. Volgens haar is dit echt kenmerkend voor deze ondernemers. Zij spreekt dan ook over etnische loyaliteit. Ali Yumlu is algemeen secretaris van de organisatie ACTON. Ali spreekt over het verschil in de wijze van kapitaalverwerving tussen allochtone en autochtone ondernemers. Hij is van mening dat autochtone ondernemers goed gaan sparen vooraleer ze een zaak zullen starten. Maar bij de Turkse ondernemers is het volgens hem het compleet tegenovergestelde van toepassing. Ali zegt dat mensen van Turkse afkomst onmiddellijk willen starten met een zaak. Met een goed idee willen ze al starten ongeacht of ze in het bezit zijn van de nodige kapitaal. Volgens Ali zijn Turkse ondernemers heel moedig, bewust of onbewust. Hun moed wordt dan nog eens versterkt door de aanwezigheid van hun familie.

Frank spreekt over de klantenkring van deze ondernemers. Hij zegt dat zij wel de intentie hebben om zich open te trekken en te richten naar iedereen. Het probleem is wel dat hun aanbod vooral gericht is op de eigen etnische groep. Dit is volgens Frank een drempel waardoor Turkse ondernemers niet kunnen doorgroeien. Els merkt deze concentratie op de allochtone klanten ook op. Fatih Orhan is adviseur bij Unaco en hij geeft deze belangrijke opvatting ook mee. Hij ziet eveneens een evolutie in het klantenbestand van de Turkse ondernemer. Ze richten zich niet meer enkel tot de eigen etnische groep maar gaan zelfs hun inrichtingen, decoratie en producten aanpassen. Volgens Fatih zal dit leiden tot meer succes. Ali spreekt ook over een evolutie in het klantenbestand van de Turkse ondernemer.

Turkse ondernemingen richten zich niet zoals vroeger enkel naar de allochtone klanten toe. Ali zegt dat het klantenbestand tegenwoordig afhangt van de omgeving en sector waarin de Turkse ondernemer actief is.

Volgens Ali kunnen de Turkse ondernemers vandaag de dag aan alle soorten producten komen en zelfs allerlei diensten aanbieden.

Personeelsaanwerving in Turkse ondernemers gebeurt volgens Frank nog vaak binnen de familie. Hij stelt ook vast dat deze ondernemers vooral steunen op het eigen etnische netwerk en doen daarom minder beroep op formele netwerken. Tina Dehasque is bedrijfsadviseur strategie en ontwikkeling bij Agentschap Ondernemen. Zij zegt dat Turkse ondernemers in de eerste plaats op zoek gaan naar personeel die ze kunnen vertrouwen. Ze gaan dus eerst op zoek binnen de eigen familie.

Willen deze ondernemers doorgroeien dat moeten ze volgens Fatih personeel aannemen die de nodige competenties bezitten. Ali stelt vast dat bij personeelsaanwerving de Turkse ondernemers nu meer en meer kijken naar de nodige ervaring en competenties. Want in bepaalde sectoren kan men niet overleven als het personeel niet over de nodige opleiding en vaardigheden beschikt. Frank spreekt ook over de belemmeringen die Turkse ondernemers ondervinden. Hij zegt dat zij te weinig op zoek gaan naar objectieve informatie waardoor ze later problemen kunnen ondervinden. Frank stelt ook vast dat deze ondernemers zich niet bijscholen en vaak personeel aannemen die de vereiste vaardigheden niet bezitten.

Frank vertelt ons ook over het ontstaan van Turks ondernemerschap. Hij zegt dat Turken een zaak opstarten om vooral eigen baas te zijn. Het winstmotief en meer verantwoordelijkheid zijn nog enkele redenen om zelfstandige ondernemer te worden. Tina en Ali denken allebei dat Turken voor het ondernemerschap kiezen omdat ze meer willen verdienen en hun eigen baas willen zijn. Volgens Fatih en Tina kiezen Turken voor ondernemerschap omdat ze geen andere keuze hebben. Zij zeggen dat Turken geen beter alternatief voor ogen hebben.

Els is van mening dat de Turkse ondernemers in alle sectoren wel succesvol kunnen zijn omwille van hun enorme ondernemingszin. Fatih merkt deze vaststelling eveneens vast en zegt erbij dat hun enorme ondernemingszin niet te vergeten is. Els stelt ook vast dat er tegenwoordig een sterke generatie van jonge Turkse ondernemers op komst is. Els toont aan dat Turkse ondernemers aan positieve beeldvorming doen. Zij creëren bijvoorbeeld zowel werk voor hun eigen als voor anderen.

Frank heeft het ook over de werking van de overheid. Overheid moet efficiënte kanalen kiezen om te communiceren. Frank geeft als voorbeeld het gebruik van Turkse kranten voor communicatie met Turkse ondernemers. Hij zegt dat de overheid de ondernemersverenigingen ook moet stimuleren tot een meer efficiënte werking. Fatih zegt dat UNACO is ontstaan vanwege de sterke vraag vanuit de allochtone gemeenschap. Hij legt de nadruk op het belang van een allochtone ondernemersvereniging. Vooral de Turkse ondernemers vroegen volgens Fatih voor een dergelijke vereniging. Op deze manier konden deze ondernemers hun problemen openlijk bespreken, ervaringen delen en ideeën uitwisselen. Fatih geeft ook toe dat er op bepaalde momenten wel specialisten werden uitgenodigd om hun kennis te delen. Volgens Tina maken de eerste generatie ondernemers minder gebruik van de beschikbare instellingen om hen te begeleiden. Als ze kwamen deden ze dat met een familielid die goed Nederlands sprak. Tina is van mening dat de tweede en derde generatie van Turkse ondernemers een beter opleidingsniveau hebben en dat ze regelmatig contact opnemen met startersadviseurs. Deze ondernemers zijn dus beter voorbereid en gaan sterker van start.

Fatih denkt dat de problemen die Turkse ondernemers ondervinden het gevolg is van een gebrekkig systeem. Hij zegt dat ze bijvoorbeeld geen marktonderzoek en dergelijke doen bij de start van hun zaak. Els zegt dat de Turkse ondernemers vaak geen goed uitgewerkte businessplan hebben. Ze maken dus geen realistische prognoses en focussen op verzadigde markten. Els stimuleert de potentiële ondernemers om op zoek te gaan naar nieuwe markten en sectoren. Tina denkt dat de Turkse ondernemer te veel afhangt van zijn boekhouder. Ook bijvoorbeeld in de bouw werkt men vooral met onderaanneming. Ze heeft soms het gevoel dat de Turkse ondernemers gewoon arbeiders zijn in hun eigen zaak.

Els maakt duidelijk dat veel Turkse ondernemers problemen ondervinden omwille van culturele verschillen, niveau scholingsgraad en gebrekkige talenkennis. Het opvragen van informatie en het opvolgen van de wettelijke verplichtingen is voor de Turkse ondernemers meestal een grote drempel. Els zegt dat bijvoorbeeld het opvolgen van deze wettelijke verplichtingen door de Turkse ondernemer wordt overgelaten aan zijn boekhouder. Zij stelt vast dat deze samenwerking vaak voor problemen zorgt omdat de ondernemer niet altijd op de hoogte is of dat hij meestal het niet begrijpt. Tina zegt dat de ondernemers van de eerste generatie de meeste problemen ondervonden omwille van hun taalachterstand. De gebrekkige taalkennis zorgde voor problemen in de start en groei van hun onderneming. Ook hadden de Turkse ondernemers van de eerste generatie een te rooskleurig beeld van ondernemerschap. De Turkse ondernemers die een zaak starten in België zijn vaak in Turkije geboren en opgegroeid.

Het probleem is dat deze ondernemers de taal niet goed beheersen. Volgens Ali is de taalachterstand ook een zeer grote drempel die aanleiding geeft tot veel administratieve problemen. Deze ondernemers steunen voor het administratieve volledig op de boekhouder. Hij regelt alles maar de Turkse ondernemers kunnen hun problemen niet altijd goed verwoorden. Als gevolg hiervan ontstaan er veel misverstanden.

Een interessante opmerking van Fatih is dat er tegenwoordig ook overnames gebeuren. De Turkse ondernemer gaat niet noodzakelijk iets opstarten. Ze gaan nu meer en meer bepaalde zaken overnemen. Dit is dan ook een andere manier om actief te zijn in de wereld van zelfstandige ondernemers. Maar Els spreekt dan ook over de vele gelijkaardige zaken die voorkomen. Spijtig genoeg is het kopieergedrag sterk aanwezig onder de Turkse ondernemers. Ze merkt dan uiteraard ook op dat gekopieerde zaken vaak minder succes hebben.

**Tabel 5: Samenvatting: diepte- interviews (eigen onderzoek)**

	Frank	Fatih	Els	Ali	Tina
Etnische loyaliteit: kapitaal lenen van het eigen intieme netwerk	X		X	X	
Evolutie van het klantenbestand: allochtoon -> autochtoon	X	X		X	
Etnisch gerichte aanbod van producten en diensten	X		X		
Personeelsaanwerving via eigen etnisch netwerk	X				X
Motieven voor ondernemerschap:					
• eigen baas	X			X	X
• winstmotief	X			X	X
• verantwoordelijkheid	X				
• werkloosheid ontvluchten		X			X
Aanwerving van bekwame personeel: competenties, ervaring en bijscholing		X		X	
Communicatie met overheid en andere instellingen	X	X			X
Geen of gebrekkige marktonderzoek en businessplan		X	X		X
Belemmeringen omwille van:					
• culturele achtergrond			X		
• scholingsgraad			X		
• taalachterstand			X	X	X
Succes dankzij enorme ondernemingszin		X	X		
Concurrentie: enorme kopieergedrag			X		
Overname van bestaande zaken		X			



### **3.3 Resultaten van het eigen onderzoek uitgevoerd bij startende allochtone ondernemers van Turkse afkomst**

#### **3.3.1 Inleiding**

In het derde deel van deze masterproef worden de resultaten weergegeven die voortkomen van mijn onderzoek. Naast de bespreking van onze belangrijkste bevindingen zal er ook een vergelijking gemaakt worden met een referentieonderzoek. Indien mogelijk zullen onze resultaten dus vergeleken worden met het onderzoek van Vercammen en Jamers in 1996. Omdat dit onderzoek gericht is naar starters in het algemeen, is het slechts in beperkte mate mogelijk om waardevolle vergelijkingen te maken.

De onderzoek bevat enkel ondernemers van Turkse afkomst. Hierdoor bestaat onze populatie uit 229 Turkse ondernemers actief in de provincie Limburg. Met een betrouwbaarheidsinterval van 95 % en een populatiegrootte van 229, stellen we vast dat onze steekproefgrootte 144 is (Broeckmans, 2003). Dit betekent dus dat er 144 ondernemers bevroegd moesten worden. Ervaring leert ons dat er altijd weinig reactie komt op een schriftelijke enquête. Daarom is ervoor gekozen om de ondernemers persoonlijk te contacteren. Aangezien het gebrek aan tijd en middelen was het onmogelijk om alle 144 te bevragen. Daar het persoonlijk contact met de ondernemers ons de mogelijkheid gaf om meer uit de bevraging te halen, hebben we besloten om de steekproefgrootte te verkleinen. Hiertoe werd in overleg met mijn promotor besloten om 50 enquêtes te verzamelen.

## PERSOONLIJK PROFIEL VAN DE TURKSE ONDERNEMER

### **3.3.2 Geslacht en leeftijd**

*Tabel 6: Geslacht versus leeftijd*

Leeftijd	Geslacht		Totaal	%
	Man	Vrouw		
18-20 jaar	0	0	0	0
21-25 jaar	3	0	3	6
26-30 jaar	19	5	24	48
31-35 jaar	18	4	22	44
36-40 jaar	1	0	1	2
41-45 jaar	0	0	0	0
>45 jaar	0	0	0	0
<b>Totaal</b>	<b>41</b>	<b>9</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Bron: eigen onderzoek

Bovenstaande tabel geeft de verhouding tussen mannen en vrouwen in de steekproef weer. Onze streekproef van 50 startende Turkse ondernemers uit Limburg bestaat voor 82 % uit mannen en 18 % uit vrouwen.

Uit de resultaten van ons onderzoek blijkt dat slechts een zeer kleine minderheid van de Turkse ondernemers op jonge leeftijd (18-25 jaar) een eigen bedrijf opricht.

Volgende factoren kunnen aan de basis liggen. Factoren als het tekort aan ervaring en gebrek aan financiële middelen die nodig zijn bij de start van een eigen zaak.

De grootste groep Turkse ondernemers (48 %) heeft een leeftijd tussen 26 en 30 jaar. Dit percentage komt overeen met een totaal van 24 respondenten, waaronder 19 starters (79 %) van het mannelijke en 5 starters (21 %) van het vrouwelijke geslacht.

Een tweede grote groep van startende Turkse ondernemers (44 %) heeft een leeftijd tussen 31 en 35 jaar. Deze groep bestaat uit 22 respondenten waarvan 18 starters (82 %) van het mannelijke en 4 starters (18 %) van het vrouwelijke geslacht.

Volgens het referentieonderzoek bevinden 46 % van de starters zich binnen de leeftijdscategorie van 26 tot 35 jaar. Het aandeel van starters boven de 35 jaar komt neer op ongeveer 37 %. In ons onderzoek bevindt zelfs 92 % van de respondenten zich in de leeftijdscategorie (26-35 jaar). Starters ouder dan 35 jaar zien we in ons onderzoek bijna niet (2 %).

### 3.3.3 Onderwijs

Tabel 7: Scholingsniveau

	Aantal	% (%)	
Algemeen secundair onderwijs	7	14	15
Beroeps secundair onderwijs	34	68	11
Technisch secundair onderwijs	5	10	23
Hoger niet universitair onderwijs	2	4	40
Universitair onderwijs	2	4	9

Bron: eigen onderzoek

Alle respondenten van de steekproef beantwoordden de vraag betreffende hun hoogst behaalde opleidingsniveau. De vraag in onze enquête is een aangepaste versie van de oorspronkelijke vraag uit het referentieonderzoek.

De mogelijkheid 'Kunstonderwijs' is niet opgenomen in onze vragenlijst en er wordt geen onderscheid meer gemaakt tussen het hoger niet-universitair onderwijs korte type en het hoger niet-universitair onderwijs lange type.

Uit bovenstaande tabel kunnen we afleiden dat de meeste startende ondernemers een beroepssecundaire opleiding (68 %) hebben gevolgd.

In 14 % van de gevallen heeft de Turkse ondernemer algemeen secundair onderwijs gevolgd. Het aandeel starters die een technisch secundair onderwijs hebben gevolgd is 10 %. Globaal bekeken ligt het aantal starters met een diploma van het hoger onderwijs vrij laag (8 %). De reden volgens Jamers et al. (1996) hiervoor kan zijn dat mensen met een hoger onderwijs diploma zich vaker richten op een topfunctie of het maken van een carrière.

Bij de vergelijkende studie merken we op dat de nadruk ligt op hoger niet-universitair onderwijs en het technisch secundair onderwijs. In onze studie springt het beroepssecundair onderwijs naar voor met 68 % ten opzichte van 11 % in de vergelijkende studie.

### 3.3.4 Financiële situatie voor de start

De respondenten van de enquête werd gevraagd aan te duiden in welke inkomenscategorie hun netto-inkomen zich bevond. Ook werd hen gevraagd of hun partner over een netto-inkomen beschikte. Verder dient er gemeld te worden dat een gedetailleerde vergelijking met het referentieonderzoek niet mogelijk is voor deze vraag. We hebben in onze enquête gebruik gemaakt van andere grenzen om de netto-inkomens af te bakenen. Alle respondenten (n=50) beantwoordden de vraag over de financiële situatie voor de start van hun zaak en dat leverde volgende resultaten op:

*Tabel 8: Netto-inkomen op jaarbasis voor de start van de zaak*

	Aantal	%
< 9.999 EUR	3	6
10.000-19.999 EUR	35	70
20.000-29.999 EUR	12	24
30.000-39.999 EUR	0	0
40.000-49.999 EUR	0	0
> 50.000 EUR	0	0
<b>Totaal</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Bron: eigen onderzoek

Wanneer de resultaten bekeken worden, wordt vastgesteld dat de grootste groep starters een netto-inkomen hebben dat ligt tussen €10.000 en €30.000 op jaarbasis. Deze grote groep vertegenwoordigt maar liefst 94 % van de respondenten. Slechts 6 % van de Turkse starters bevinden zich in de laagste inkomenscategorie (< €9.999).

Onze resultaten tonen aan dat geen van de respondenten een netto-inkomen van meer dan €30.000 hebben. Volgens Jamers et al. (1996) zijn personen die van een hoger netto-inkomen beschikken minder snel bereid om hun financiële zekerheid op te geven. De verschillende risico's en onzekerheden die met het zelfstandig ondernemerschap gepaard gaan spelen hierin een belangrijke rol.

*Tabel 9: Inkomen partner*

	Aantal	%
Ja	39	78
Nee	11	22
<b>Totaal</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Bron: eigen onderzoek

Uit voorgaande tabel kunnen we aflezen dat 78 % van de respondenten van het voordeel genieten dat hun partner over een inkomen beschikte bij de start. In 22 % van de gevallen had de partner geen inkomen. Het netto-inkomen van de partner is een bijkomende zekerheid voor de starter waardoor de stap tot het zelfstandig ondernemerschap vergemakkelijkt wordt. In het referentieonderzoek heeft het merendeel van de ondernemers ( 64 %) bij de start een partner met inkomen.

### **3.3.5 Werksituatie voor de start**

Onderstaande tabel geeft weer welke de beroepswerkzaamheden van de starter waren alvorens de start van zijn nieuwe zaak. Na verder onderzoek werd er vastgesteld dat de meeste starters (72 %) als arbeider tewerkgesteld waren vooraleer ze de stap tot het zelfstandig ondernemerschap hebben genomen. Een kleinere groep starters (16 %) was voorheen werkzaam als helper van een zelfstandige. Uit het referentieonderzoek van Jamers et al. (1996) stellen we vast dat het grootste deel van de starters voor de stap naar zelfstandigheid als bedienden hebben gewerkt. In ons onderzoek zien we dat de groep bedienden (10 %) één van de kleinere groepen uitmaakt. Het percentage startende werklozen is slechts 2 %. Volgens Jamers et al. (1996) is dit te wijten aan het geringe succes dat de achtergestelde lening en andere inspanningen van de overheid kenden.

*Tabel 10: Werksituatie voor de start*

	Aantal	%
Leerjongen/leermeisje	0	0
Arbeid(st)er	36	72
Bediende	5	10
Kaderlid	0	0
Student€	0	0
Gedeeltelijke werkloze	1	2
Volledig werkloze	0	0
Helper van een zelfstandige	8	16
<b>Totaal</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Bron: eigen onderzoek

*Tabel 11: Sector van de laatste werkgever*

	Aantal	%
Landbouw	0	0
Handel	14	28
Industrie	6	12
Diensten	15	30
Bouwnijverheid	15	30
<b>Totaal</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Bron: eigen onderzoek

De belangrijkste sectoren waarin de starters hebben gewerkt alvorens een eigen zaak op te richten, zijn de dienstensector (30 %) en de bouwnijverheid (30 %). Handel (28 %) en industrie (12 %) zijn toch ook belangrijk. Een vergelijking met het referentieonderzoek toont aan dat de industrie (27 %) aan belang heeft verloren. De bouwnijverheid (18 %) echter heeft aan belang gewonnen.

### **3.3.6 Familiale achtergrond**

Onderstaande tabel geeft weer hoeveel van de ouders van de starters ooit een zelfstandig beroep hebben uitgeoefend. In slechts 20 % van de gevallen zijn de ouders ooit zelfstandigen geweest. Uit het onderzoek van Jamers et al. (1996) blijkt dat in 55 % van de gevallen de ouders ooit zelfstandigen zijn geweest.

*Tabel 12: Ouders ooit zelfstandigen geweest*

	Aantal	%	(%)
Ja	10	20	20
Nee	40	80	80
<b>Totaal</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Bron: eigen onderzoek

*Tabel 13: Standpunt van de familie tegenover het idee van het zelfstandige ondernemerschap*

	Aantal	%
Zeer ontevreden	0	0
Ontevreden	0	0
Onverschillig	2	4
Tevreden	32	64
Zeer tevreden	16	32
Totaal	50	100

Bron: eigen onderzoek

Uit de houding van de familie blijkt dat ze onverschillig tot zeer tevreden staan ten opzichte van het idee van zelfstandig ondernemerschap. In 64 % van de gevallen zijn de familieleden zeer tevreden met het idee van ondernemerschap en in 32 % van de gevallen zelfs zeer tevreden. In het onderzoek van Jamers et al. (1996) is de houding van de ouders niet altijd positief. Afhankelijk van het beroep van de ouders staan ze negatief of positief tegenover het idee van zelfstandig ondernemerschap. De partners (80%) echter staan tamelijk positief tot zeer positief tegenover het starten van een eigen zaak.

### Profiel van de onderneming

#### **3.3.7 Sectoriële indeling**

In tabel 12 zien we de spreiding van de startende ondernemers over de verschillende sectoren. Uit onderstaande tabel blijkt dat het grootst aantal ondernemers is gestart in de sector handel (34 %) en diensten (36 %). De bouwnijverheid met 26 % is toch ook een goed vertegenwoordigde sector. De industriesector (2 %) en de landbouwsector (2%) zijn het minst vertegenwoordigd door de Turkse starters.

*Tabel 14: Sectorkeuze van Turkse zelfstandigen*

	Totaal	%	(%)
Bouwnijverheid	13	26	16
Diensten	18	36	31
Handel	17	34	32
Industrie	1	2	12
Landbouw	1	2	10
<b>Eindtotaal</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Bron: eigen onderzoek

Ook in het referentieonderzoek is de sector diensten (31 %) en handel (32 %) heel aantrekkelijk voor startende ondernemers. De sectoren industrie en landbouw zijn bij de Turkse starters minder in trek dan bij starters in het referentieonderzoek. De bouwnijverheid (16 %) is in mindere mate aanwezig dan bij de Turkse zelfstandigen (26 %).

*Tabel 15: Vergelijking vorige met huidige sector*

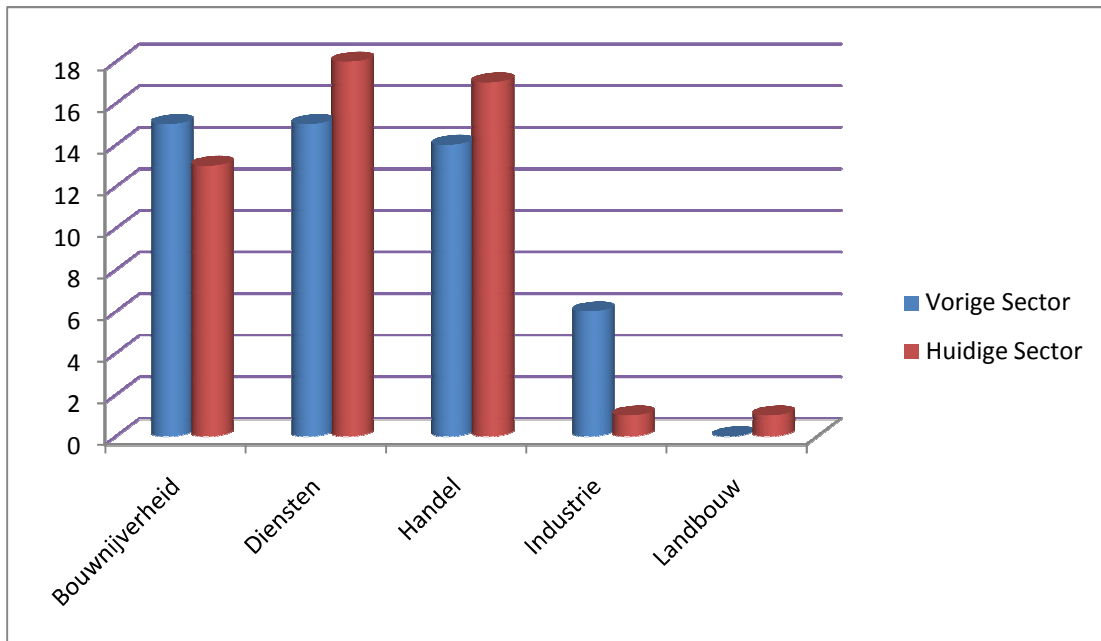
	Vorige Sector	Huidige Sector
Bouwnijverheid	15	13
Diensten	15	18
Handel	14	17
Industrie	6	1
Landbouw	0	1
<b>Totaal</b>	<b>50</b>	<b>50</b>

Bron: eigen onderzoek

Bovenstaande tabel geeft de verhouding weer tussen de huidige sector van de starters en de sectoren die ze verlieten. De tabel toont aan dat starters vooral kiezen voor sectoren waarin men reeds beroepservaring heeft opgedaan. Maar liefst 86 % van alle starters zijn gestart in dezelfde sector als hun vorige werknemer.



Figuur 4: Vergelijking vorige met huidige sector



Bron: eigen onderzoek

Tabel 16: Redenen die de keuze voor één bepaalde sector verklaren

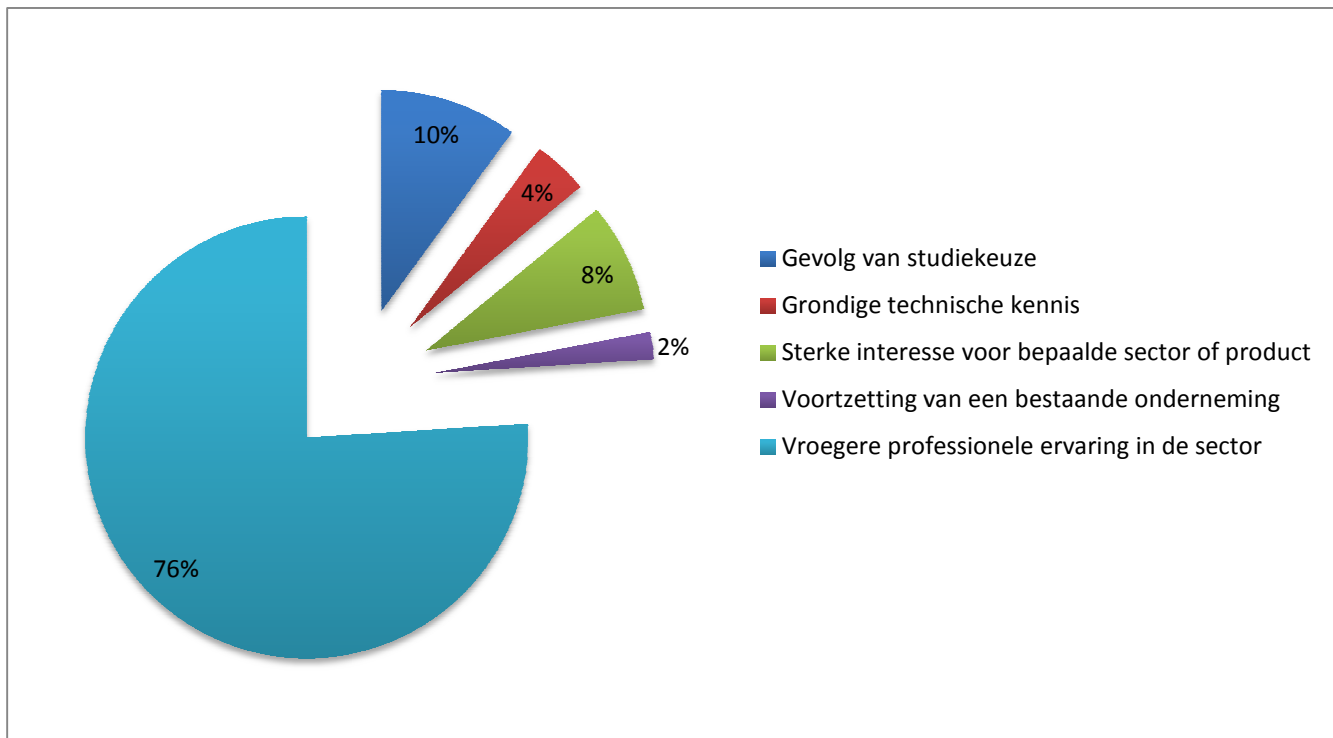
	Aantal	%	(%)
Ontdekking van bepaalde noden in de markt	0	0	22
Vroegere professionele ervaring in de sector	38	76	47
Sector van de toekomst	0	0	11
Grondige technische kennis	2	4	26
Voortzetting van een bestaande onderneming	1	2	21
Gevolg van studiekeuze	5	10	15
Sterke interesse voor bepaalde sector of product	4	8	32
<b>Totaal</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Bron: eigen onderzoek

Bovenstaande tabel geeft de verschillende redenen weer die de keuze voor één bepaalde sector verklaren. Professionele ervaring vormt de belangrijkste reden. Het gevolg van een studiekeuze en sterke interesses die uitgaan naar een bepaalde sector spelen ook een rol bij de keuze.

In het onderzoek van Jamers et al. (1996) zijn er meerdere redenen die als belangrijk zijn aangegeven. Ontdekking van bepaalde noden in de markt (22 %) en sector van de toekomst (11%) zijn twee redenen die bij de Turkse starters niet aan bod komen.

*Figuur 5: Redenen die de keuze voor één bepaalde sector verklaren*



Bron: eigen onderzoek

### **3.3.8 Aard van het bedrijf**

Uit onderstaande tabel kunnen we afleiden op welke manier Turkse ondernemers een zaak starten. In 90 % van de gevallen hebben de ondernemers een nieuw bedrijf opgericht. Slechts 10 % van de ondervraagden hebben een bestaande zaak overgenomen.

Een vergelijking met het referentieonderzoek wijst uit dat er tegenwoordig relatief meer personen een nieuw bedrijf opstarten (76 %). Verder zien we ook dat er veel minder personen een overname van een bestaande zaak doen (24 %).

Tabel 17: Manier van starten

	Aantal
Nieuw bedrijf opgericht	45
Overname van een bestaande zaak	5
<b>Totaal</b>	<b>50</b>

Bron: eigen onderzoek

Alle ondervraagden hebben aangegeven voor welk juridische vorm zij bij de start hebben gekozen. Ook werd er gekeken naar de evolutie van de juridische vormen. Onderstaande tabel toont aan dat er vooral gekozen wordt voor de Besloten Vennoetschap met Beperkte Aansprakelijkheid en de éénmanszaak. Zij vertegenwoordigen respectievelijk 62 % en 36 % van de starters. In het referentieonderzoek vormen de BVBA (47 %) en de NV (27 %) de grootste groep voor, gevolgd door de éénmanszaak met 24 %.

Tabel 18: Aard van het bedrijf

Vennoetschapsvorm	Bij de start	Momenteel
BVBA	31	32
NV	0	0
EENMANSZAAK	18	18
CV	0	0
VOF	1	0
<b>Eindtotaal</b>	<b>50</b>	<b>50</b>

Bron: eigen onderzoek

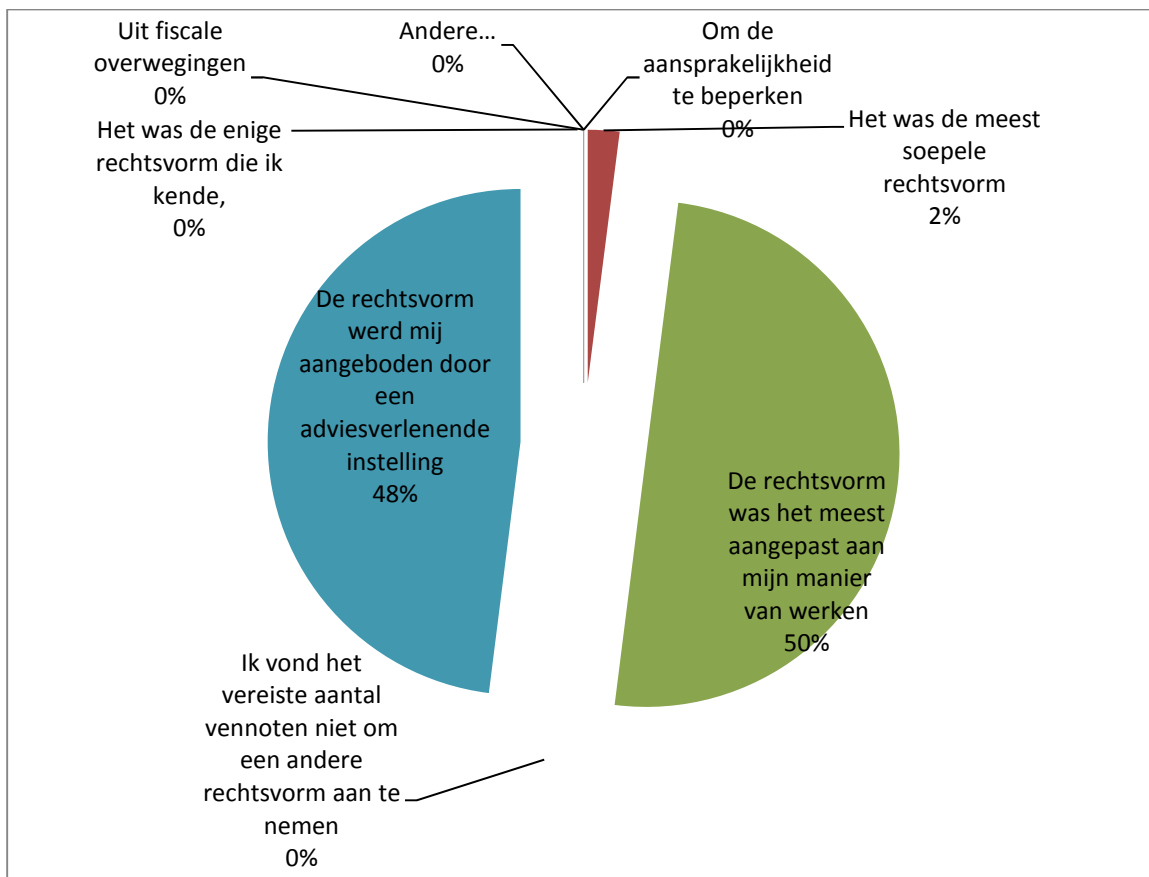
Tabel 19: Belangrijkste redenen bij de keuze van een rechtsvorm bij het opstarten

	Aantal	%
Het was de enige rechtsvorm die ik kende	0	0
Het was de meest soepele rechtsvorm	1	2
De rechtsvorm was het meest aangepast aan mijn manier van werken	25	50
Ik vond het vereiste aantal vennoten niet om een andere rechtsvorm aan te nemen	0	0
De rechtsvorm werd mij aangeboden door een adviesverlenende instelling	24	48
Uit fiscale overwegingen	0	0
Om de aansprakelijkheid te beperken	0	0
Andere...	0	0
<b>Totaal</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Bron: eigen onderzoek

Uit de analyse van de enquête blijkt dat voor de helft van de starters de volgende reden van belang is: de rechtsvorm was het meest aangepast aan mijn manier van werken. Adviesverlenende instellingen hebben toch ook wel een grote rol gespeeld in de keuze van een rechtsvorm. 48% van de ondervraagden hebben dit als reden opgegeven. Slechts één starter heeft voor een bepaalde rechtsvorm gekozen omwille van de soepelheid ervan.

*Figuur 6: Belangrijkste redenen bij de keuze van een rechtsvorm bij het opstarten*



Bron: eigen onderzoek

### 3.3.9 Personeel en klanten

Tabel 20: Aantal personeelsleden

(n=50)	Aantal
0 personeelsleden	21
1 – 5 personeelsleden	28
6 – 10 personeelsleden	1
Meer dan 10 personeelsleden	0
Totaal	50

Bron: eigen onderzoek

Uit bovenstaande tabel kunnen we afleiden dat 42 % van de starters nog geen personeel heeft aangeworven en dus nog steeds alleen werken. De meeste starters (56 %) hebben 1 tot 5 werknemers in dienst. Slechts één starter heeft 6 tot 10 werknemers in dienst. In ons onderzoek is er geen enkele zelfstandige met meer dan 10 personeelsleden. Tot de startersgroep worden zelfstandigen gerekend die maximaal vijf jaar actief zijn.

In het referentieonderzoek stellen we vast dat 31 % van de starters geen personeel heeft. Een ander verschil is te zien bij starters met 6 tot 10 werknemers en bij meer als 10 personeelsleden. In het vergelijkend onderzoek is dit maar liefst 9 % en 7%.

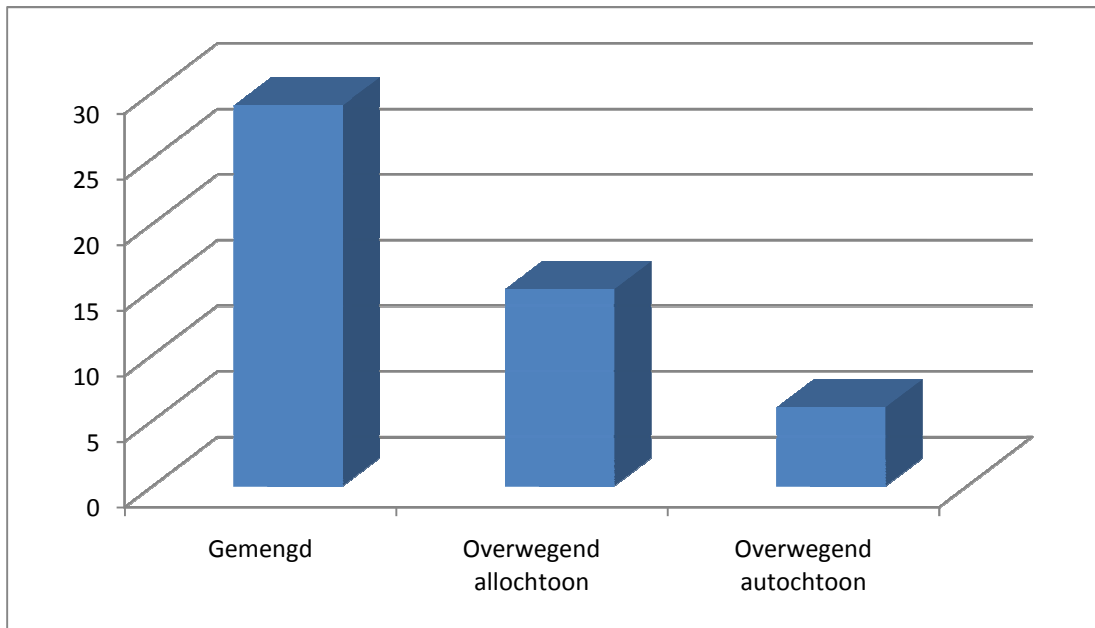
Tabel 21: Klantenbestand van de Turkse zelfstandigen

	Aantal	%
Gemengd	29	58
Overwegend allochtoon	15	30
Overwegend autochtoon	6	12
Totaal	50	100

Bron: eigen onderzoek

Uit de analyse van bovenstaande tabel blijkt dat 29 starters zowel allochtone als autochtone klanten hebben. Dus 58 % van de zelfstandigen hebben een gemengd klantenbestand. 30 % van de ondervraagden geven als antwoord dat hun klanten vooral van allochtone afkomst zijn. De ondervraagden gaven in 12 % van de gevallen aan dat hun klanten overwegend autochtoon zijn.

*Figuur 7: Klantenbestand van de Turkse zelfstandigen*



Bron: eigen onderzoek

## Motivatie

### 3.3.10 Motieven om te starten

Tabel 22: Motieven van starters

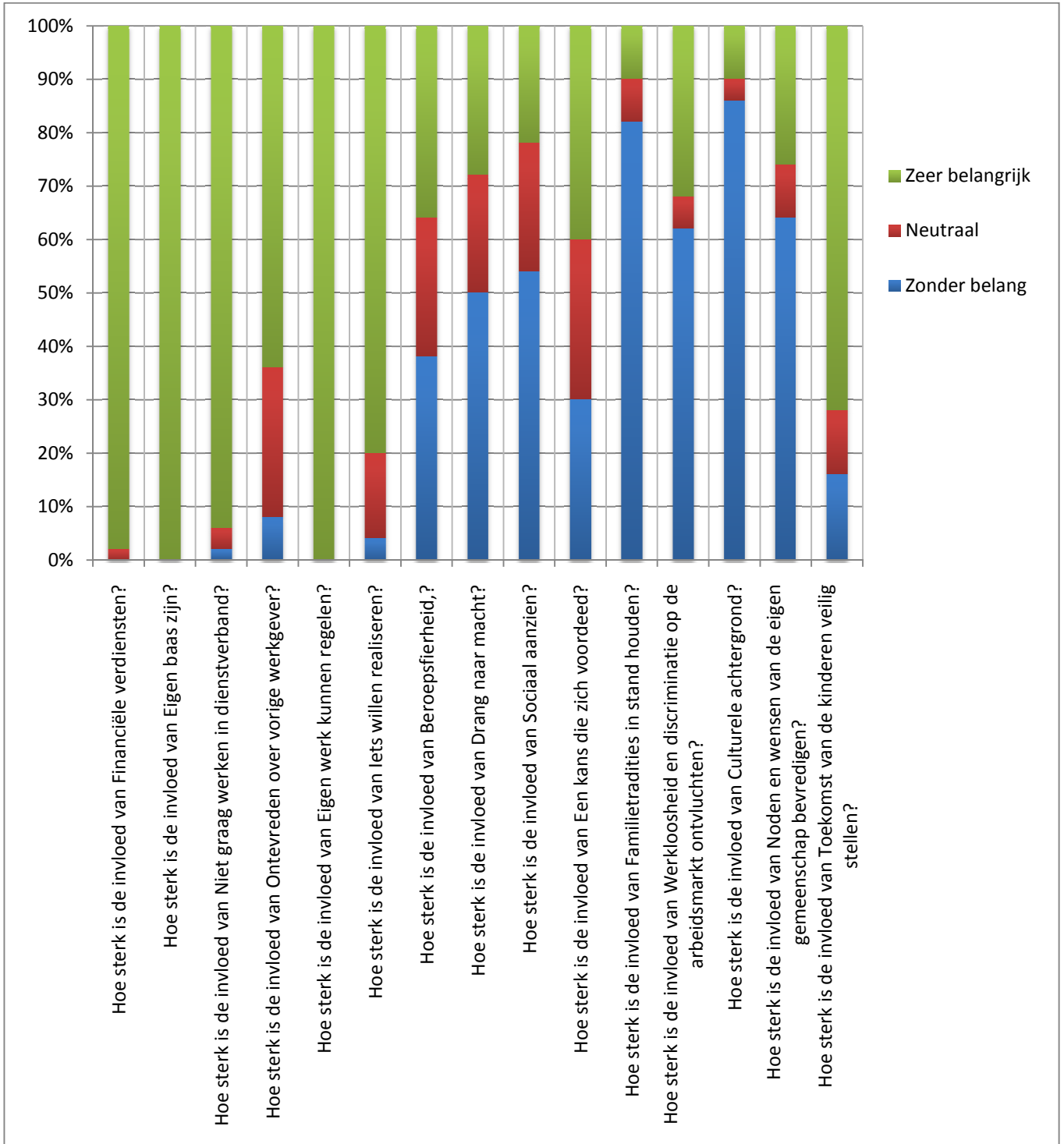
	Zonder belang	Neutraal	Ze er belangrijk
Hoe sterk is de invloed van <u>financiële</u> verdiensten?	0	1	49
Hoe sterk is de invloed van Eigen baas zijn?	0	0	50
Hoe sterk is de invloed van Niet graag werken in dienstverband?	1	2	47
Hoe sterk is de invloed van Ontevreden over vorige werkgever?	4	14	32
Hoe sterk is de invloed van Eigen werk kunnen regelen?	0	0	50
Hoe sterk is de invloed van Iets willen realiseren?	2	8	40
Hoe sterk is de invloed van Beroepsfierheid,?	19	13	18
Hoe sterk is de invloed van Drang naar macht?	25	11	14
Hoe sterk is de invloed van Sociaal aanzien?	27	12	11
Hoe sterk is de invloed van Een kans die zich voordeed?	15	15	20
Hoe sterk is de invloed van Familietradities in stand houden?	41	4	5
Hoe sterk is de invloed van Werkloosheid en discriminatie op de arbeidsmarkt ontvluchten?	31	3	16
Hoe sterk is de invloed van Culturele achtergrond?	43	2	5
Hoe sterk is de invloed van Noden en wensen van de eigen gemeenschap bevredigen?	32	5	13
Hoe sterk is de invloed van Toekomst van de kinderen veilig stellen?	8	6	36

Bron: eigen onderzoek

In vraag 2.1 werd er gepeild naar de redenen voor het starten van een eigen zaak. Het feit dat Turkse ondernemers hun eigen werk kunnen regelen vormt de belangrijkste aanzet tot het zelfstandig ondernemerschap. Het motief 'financiële redenen' komt op de tweede plaats.

Het financieel aspect verbonden aan het zelfstandig ondernemerschap blijkt toch nog een belangrijke motivatie te zijn om een eigen zaak op te starten. Verder zien we ook de behoefte om iets te realiseren als een belangrijk motief van de Turkse starters.

Figuur 8: Motieven van starters



Bron: eigen onderzoek



Bij een vergelijking van onze resultaten met deze uit het referentieonderzoek van Jamers et al. (1996), wordt er vastgesteld dat er niet al te grote verschillen aanwezig zijn. De behoefte om iets te realiseren en het eigen werk kunnen regelen zijn bij het referentieonderzoek ook de belangrijkste motieven. Het motief 'financiële verdiensten' is sterk toegenomen ten opzichte van het referentieonderzoek, meer bepaald van 36 % naar 98 %. Niet graag werken in dienstverband (94 %) en ontevredenheid over vorige werkgever (64 %) zijn twee motieven die nog sterk aanwezig zijn bij de Turkse ondernemers. In het referentieonderzoek zijn deze motieven in mindere mate aanwezig, meer bepaald 21 % en 11 %.

## Problemen

### **3.3.11 Problemen**

Tabel 23: Problemen van Turkse ondernemers

Problemen	%
Tekort aan financiële middelen	96 %
Faalangst	94 %
Wanbetalers	72 %
Gebrek aan ervaring	22 %
Problemen met personeel	74 %
Zware loonkost	80 %
Gebrek aan vaardigheden	12 %
Grote verantwoordelijkheid	94 %
Gebrek aan opleiding	2 %
Teveel onvoorziene kosten	92 %
Gebrek aan goede adviezen	68 %
Problemen met vestigingsplaats	74 %
Concurrentie	90 %
Gebrek aan correcte en objectieve informatie	78 %
Gebrekkige taalkennis	20 %
Moeilijkheden met aantrekken klanten	82 %

Bron: eigen onderzoek

De groep financiële problemen bestaat uit een aantal belemmeringen dat Turkse ondernemers ondervinden bij de uitoefening van hun activiteiten. Het tekort aan financiële middelen, problemen met slechte betalers, teveel onvoorziene kosten en tenslotte de zware loonkosten bepalen deze groep.

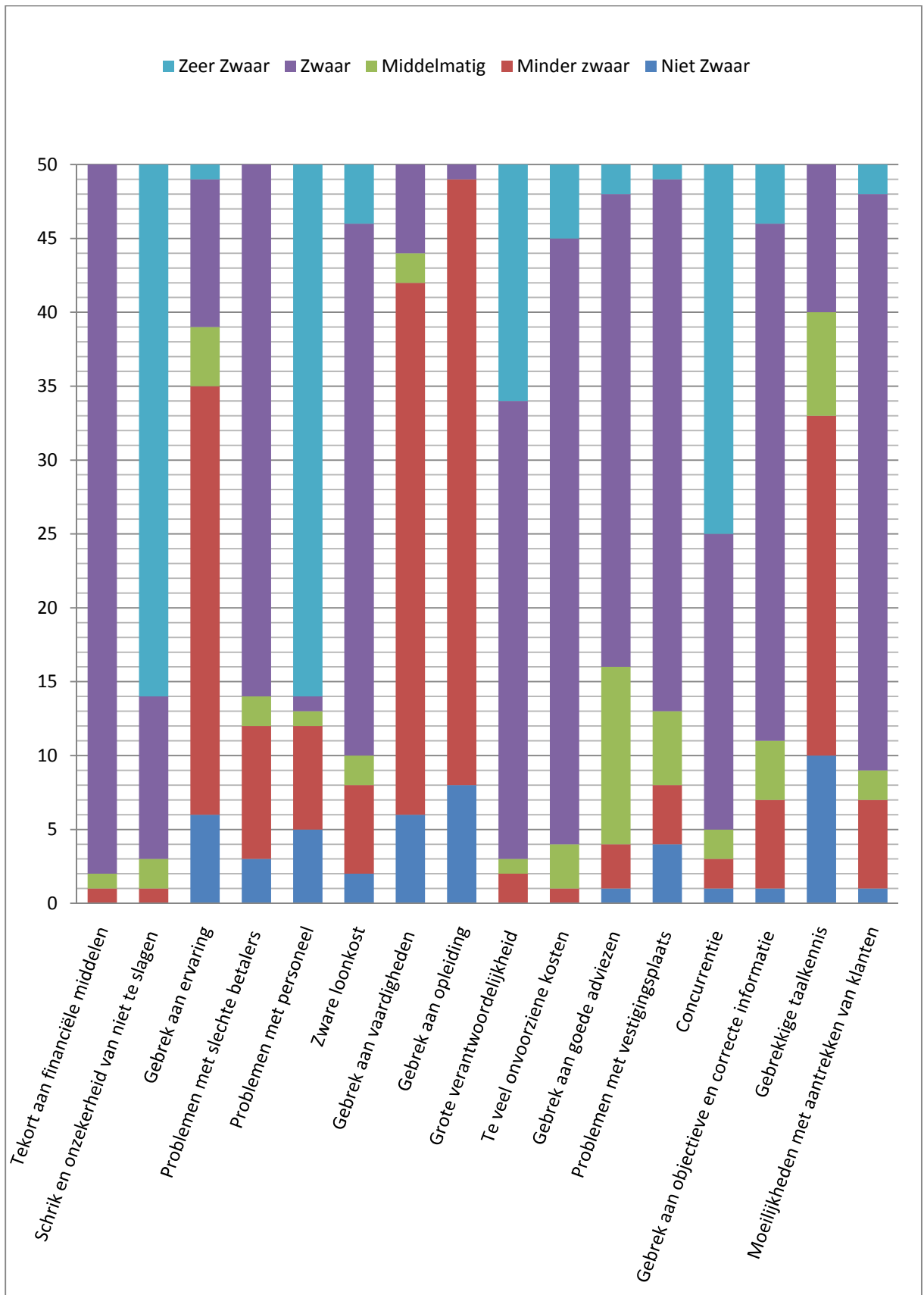
Volgens ons onderzoek heeft 96 % van de Turkse ondernemers te kampen met een tekort aan financiële middelen. Andere belangrijke problemen van financiële aard zijn onder andere de zware loonkosten (80 %), slechte betalers (72 %) en onvoorziene kosten met 92 %.

Het referentieonderzoek van Jamers et al. (1996) vertoont gelijkaardige financiële problemen. Het grote verschil zit in de mate van aanwezigheid van deze problemen. In het referentieonderzoek zien we volgende percentages voor de zware loonkost (37 %), slechte betalers (37 %) en onvoorziene kosten (32 %). In ons onderzoek hebben Turkse ondernemers dus veel meer last van deze problemen.

Naast de financiële belemmeringen die Turkse ondernemers ondervinden zijn er ook problemen die terug te vinden zijn in de persoon van de ondernemer zelf. Deze groep bestaat uit volgende problemen: faalangst (94 %), moeilijkheden met aantrekken van klanten (82 %), de grote verantwoordelijkheid (94 %) en het gebrek aan goede adviezen (68 %). In het referentieonderzoek komen deze problemen ook terug maar dan weer in mindere mate.

Andere belangrijke moeilijkheden zijn personeelsproblemen (74 %), concurrentie (90 %) en het vinden van een geschikte vestigingsplaats (74 %).

Figuur 9: Problemen van Turkse ondernemers



## Begeleiding

### **3.3.12 Marktonderzoek en begeleiding**

In dit onderdeel wordt er gekeken naar de zelfstandige ondernemers van Turkse afkomst of zij begeleiding en advies hebben ontvangen. Onderstaande tabel toont aan dat slechts 52 % van de ondernemers een marktonderzoek heeft laten uitvoeren. Van deze ondernemers heeft ongeveer 88 % dit onderzoek laten uitvoeren door iemand anders.

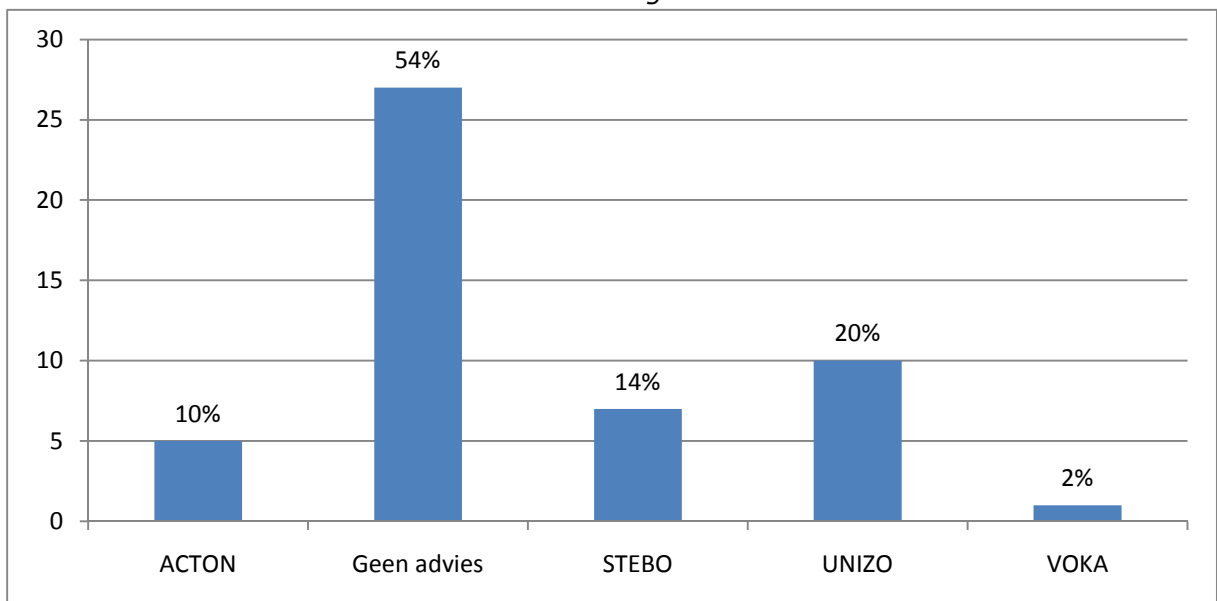
*Tabel 24: Uitgevoerde marktonderzoeken door Turkse zelfstandigen*

	Aantal	%
Ja	26	52 %
Nee	24	48 %
Totaal	50	100 %

Bron: eigen onderzoek

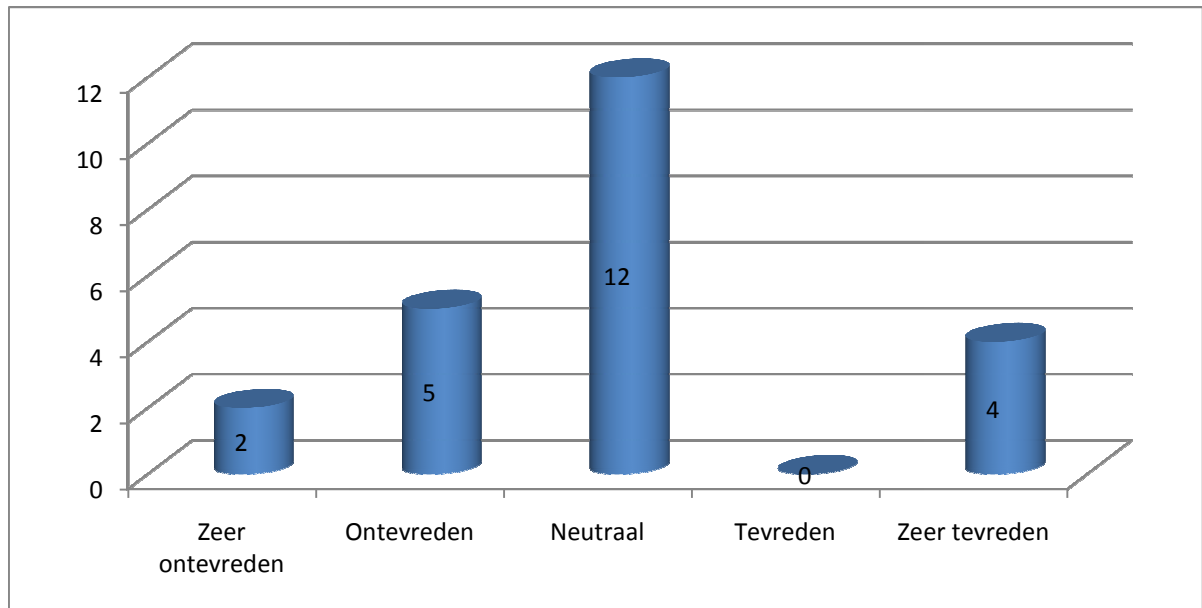
Via de enquête hebben we geconstateerd dat 46 % van de ondervraagden een beroep hebben gedaan op organisaties voor informatie en begeleiding bij de start van hun zaak. De overige 54 % beweert zonder enige hulp van een organisatie opgestart te zijn. Uit onderstaande figuur kunnen we afleiden bij welke instellingen men advies en begeleiding heeft gevraagd.

*Figuur 10: Instellingen geraadpleegd voor advies en begeleiding door Turkse zelfstandigen*



Bron: eigen onderzoek

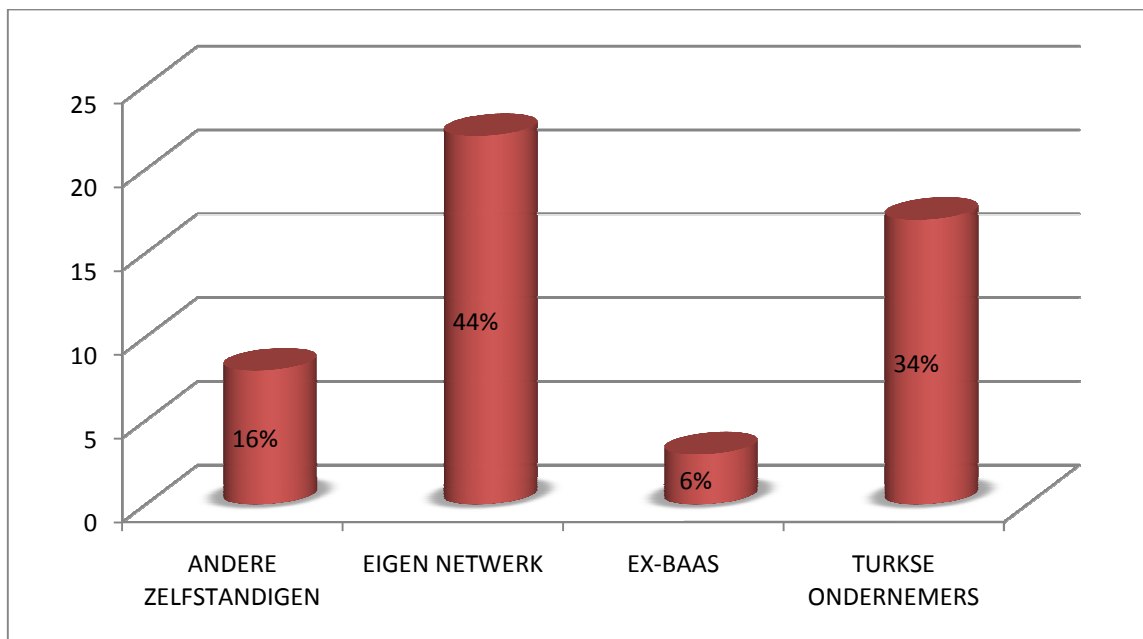
*Figuur 11: Tevredenheid over de ontvangen begeleiding*



Bron: eigen onderzoek

Bovenstaande figuur toont aan dat de meerderheid van de ondervraagden die van hulp hebben genoten neutraal (52 %) staan tegenover de ontvangen begeleiding. Zeven van de ondernemers (30 %) waren ontevreden over de verkregen begeleiding. Slechts 4 van de 23 zelfstandigen waren werkelijk tevreden over de begeleiding die ze hebben genoten.

*Figuur 12: Bronnen waartoe de Turkse zelfstandigen zich richten voor betrouwbare informatie*



Bron: eigen onderzoek

Uit voorgaande figuur kunnen we afleiden tot welke bronnen Turkse zelfstandigen zich richten om aan betrouwbare informatie te komen. De grote meerderheid met 44% gaat informatie halen bij zijn eigen netwerk. 34 % van de zelfstandigen raadplegen andere Turkse ondernemers voor het verkrijgen van betrouwbare informatie. Slechts 6 % richt zijn vragen toe tot zijn vroegere werkgever.

### 3.3.13 Financiering

*Tabel 25: Heb je nood aan financiële begeleiding?*

	Totaal	%
Ja	45	90 %
Nee	5	10 %
Eindtotaal	50	100 %

Bron: eigen onderzoek

Uit ons onderzoek blijkt uit dat 90 % van de Turkse zelfstandigen nood hebben aan financiële begeleiding. Slechts 10 % kan het redden zonder de financiële hulp. Een heel groot deel (71 %) van ondervraagden geven ook eerlijk toe geen gedetailleerd beeld te hebben van de financiële resultaten.

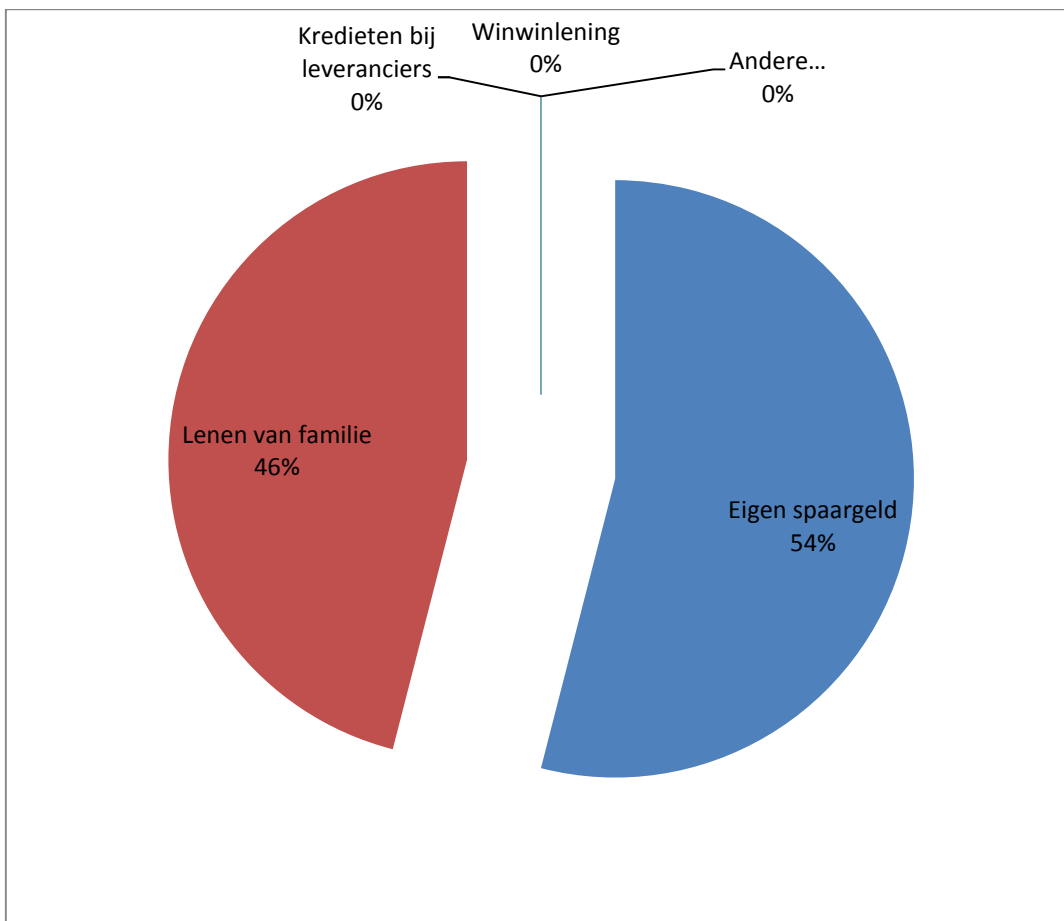
*Tabel 26: Heeft U bankleningen aangegaan bij de start van uw onderneming?*

	Totaal	%
Ja	44	88 %
Nee	6	12 %
Eindtotaal	50	100 %

Bron: eigen onderzoek

De enquête toont ons dat 44 starters (88 %) bij de start een banklening hebben aangegaan. Slechts 12 % heeft zich tot andere financieringsbronnen gericht om hun eigen zaak op de benen te brengen. De volgende figuur weerspiegelt duidelijk welke andere bronnen dit nog zijn. Het eigen spaargeld (54 %) vormt de belangrijkste alternatieve financieringswijze van de Turkse zelfstandigen. Het lenen bij de familie met maar liefst 46 % vormt een tweede belangrijke financieringsbron.

Figuur 13: Van welke andere financieringsbronnen heeft u nog gebruik gemaakt?



Bron: eigen onderzoek

## **3.4 Multivariate analyse**

### **3.4.1 Inleiding**

In dit onderdeel zal er een multivariate analysetechniek toegepast worden. Deze techniek heeft als doelstelling het bereiken van een typologie van de Turkse ondernemers. Er zal gestart worden met een factoranalyse, een methode om de oorspronkelijke variabelen te vervangen door factoren met zo weinig mogelijk verlies aan informatie. De factoranalyse zal toegepast worden op de vragen met betrekking tot de motieven en problemen, waar een beoordeling op een waardeschaal gevraagd werd. Voor deze analyse werd gebruik gemaakt van het softwareprogramma SPSS.

### **3.4.2 Factoranalyse: beschrijving van de techniek**

Factoranalyse is een multivariate analysetechniek die tracht te komen tot een reductie en samenvatting van gegevens. De bedoeling van deze techniek is om de variabelen te groeperen in een klein aantal factoren en het verlies aan informatie te beperken (Swinnen, 2005).

Voor de factoranalyse zijn er drie belangrijke doelstellingen (Jamers, 1996):

- Het bestuderen van de correlaties van een groot aantal variabelen door de variabelen te clusteren in factoren zodanig dat de variabelen binnen elke factor hoog gecorreleerd zijn;
- Het interpreteren van elke factor overeenkomstig de variabelen die ertoe behoren;
- Het samenvoegen van alle variabelen in een paar factoren.

Bij de uitvoering van de factoranalyse zal er telkens gekeken worden naar de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) maatstaf. Deze maatstaf gaat nakijken of de variabelen in de steekproef voldoende verbonden zijn om in factoren samengevoegd te kunnen worden. Om dit te kunnen uitvoeren wordt een grenswaarde van minimum 0,50 vooropgesteld. Het niet halen van deze grenswaarde betekent dat de gegevens niet geschikt zijn om een factoranalyse uit te voeren (Swinnen, 2005).

Voor de keuze van het aantal factoren wordt gebruik gemaakt van de 'scree plot'. Op deze grafiek kan afgelezen worden hoeveel eigenwaarden groter zijn dan 1. De bepaling van het aantal factoren is dus afhankelijk van het aantal eigenwaarden hoger dan 1 (Swinnen, 2005).

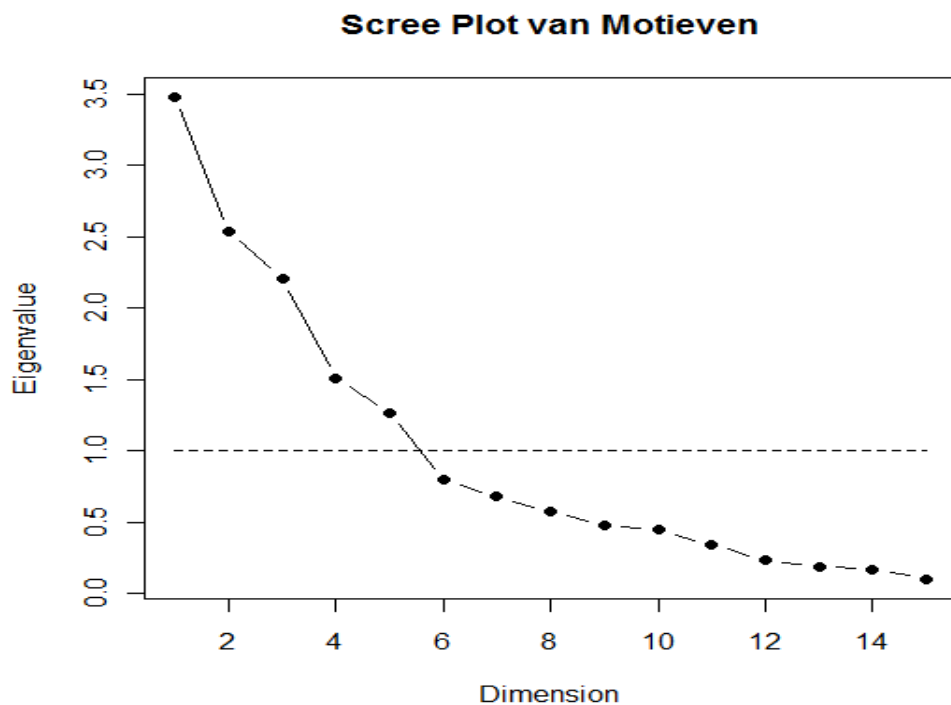


### 3.4.3 Motieven: factoranalyse

In de enquête is er een vraag opgenomen omtrent de motieven van Turkse zelfstandigen om een eigen zaak op te starten. De zelfstandigen hebben dus 15 verschillende motieven beoordeeld. De eerste factoranalyse zal dan op deze 15 motieven toegepast worden.

Figuur 14 hieronder toont het aantal eigenwaarden dat hoger is dan 1, namelijk 5. De motieven worden dus toegewezen aan vijf factoren. Deze scree plot legt het aantal factoren vast waarin de verschillende motieven worden onderverdeeld. In het referentieonderzoek van Jamers et al. (1996) werden de motieven ook onderverdeeld in vijf factoren.

Figuur 14: Scree plot van motieven



Bron: eigen onderzoek

#### **Factor 1:** zelfrealiserende motieven

- Iets willen realiseren
- Beroepsfierheid
- Drang naar macht
- Sociaal aanzien
- Een kans die zich voordeed

De motieven uit factor 1 vallen onder de categorie 'zelfrealiserende motieven'.

Bovenstaande motieven behoren tot zelfstandigen die zich volledig willen engageren voor hun eigen zaak. Dit zijn dus allemaal positieve motieven.

**Factor 2:** culturele motieven

- Noden en wensen van de eigen gemeenschap bevredigen
- Culturele achtergrond
- Familietradities in stand houden

Tot factor 2 behoren alle motieven die te maken hebben met de culturele achtergrond van de ondernemer. Dit zijn allemaal motieven voor de ondernemer die hij meekrijgt vanuit zijn cultuur en omgeving.

**Factor 3:** vrijheidsmotieven

- Financiële verdiensten
- Eigen baas zijn
- Niet graag werken in dienstverband
- Eigen werk kunnen regelen

Factor 3 is een verzameling van motieven die stellen dat personen van Turkse afkomst een eigen zaak opstarten omwillen van het belang dat zij hechten aan vrijheid. Tot de vrijheidsmotieven behoren het eigen werk kunnen regelen, eigen baas zijn en niet graag in dienstverband werken. Het motief financiële verdiensten kan in verband gebracht worden met imago.

**Factor 4:**

- Toekomst van de kinderen veilig stellen

Het garanderen en veilig stellen van de toekomst van de kinderen is het enige motief dat tot factor 4 toebehoort. Dit is eveneens ook een motief die op het eerste zicht weinig met andere motieven te maken heeft.

**Factor 5:**

- Werkloosheid en discriminatie op de arbeidsmarkt ontvluchten

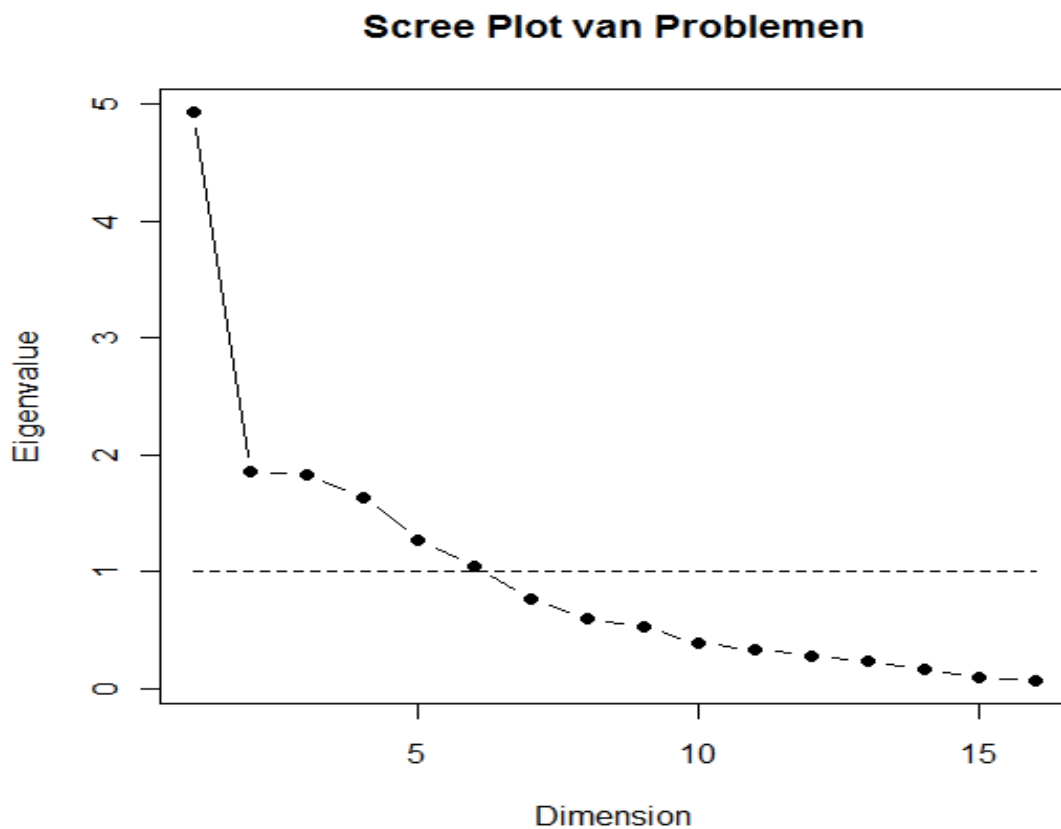
Tot de laatste factor behoren de starters die het minst gemotiveerd zijn. Zij gaan dus een eigen zaak opstarten gewoon om werk te hebben. Voor hen is deze gewoon een manier om de werkloosheid en discriminatie op de arbeidsmarkt te ontvluchten.

In vergelijking met het referentieonderzoek van Jamers et al. (1996) wordt er een verschil vastgesteld. Ons onderzoek had betrekking op starters van Turkse afkomst. Hierdoor komen specifieke motieven van de Turkse ondernemers naar voor. Culturele motieven is eigenlijk het grootste en belangrijkste verschil. De Turkse zelfstandigen gaan vooral een zaak opstarten om de noden en wensen van hun eigen gemeenschap te bevredigen. Hun culturele achtergrond en het in stand willen houden van familietradities zijn nog twee andere belangrijke motieven.

#### 3.4.4 Problemen: factoranalyse

Opnieuw gaan we een factoranalyse toepassen maar dan wel op de door ons aangeduide problemen. We gaan trachten om de 16 problemen die er zijn te groeperen met zo weinig mogelijk verlies aan informatie.

Figuur 15: scree plot problemen



Bron: eigen onderzoek

**Factor 1:** faalangst en onzekerheid

- Schrik en onzekerheid van niet te slagen
- Concurrentie
- Problemen met vestigingsplaats

**Factor 2:** problemen voortkomen uit de omgeving

- Problemen met wanbetalers
- Personeelsproblemen
- Zware loonkost

**Factor 3:** algemene startproblemen

- Gebrek aan ervaring
- Gebrek aan vaardigheden

**Factor 4:** probleem met verantwoordelijkheid

- Grote verantwoordelijkheid

**Factor 5:**

- Gebrek aan objectieve en correcte informatie
- Teveel onvoorziene kosten

Na het bestuderen van deze factoranalyse wordt er geconcludeerd dat de verschillende problemen in eenzelfde factor samenhangen. Dit heeft als gevolg dat de Turkse ondernemers meestal te maken hebben met een tal van problemen in plaats van met één specifiek probleem.

In het referentieonderzoek van Jamers et al. (1996) kunnen ongeveer dezelfde factoren teruggevonden worden. Factor 2 levert zelfs identieke resultaten op voor beide onderzoeken. De problemen die onder factor 5 staan gegroepeerd zien we niet direct terugkomen in het referentieonderzoek.



## **Hoofdstuk 4: Conclusies en aanbevelingen**

De bedoeling van dit onderzoek was een beter beeld verkrijgen van het profiel van de Turkse ondernemer in Limburg. De centrale onderzoeksvraag van dit onderzoek luidt dan als volgt: "analyse van het profiel van Turkse ondernemers in Limburg". Om dit vraag te beantwoorden, zijn we eerst op zoek gegaan naar bestaande literatuur over allochtoon ondernemerschap. Daarna zijn er interviews afgenomen met adviseurs die instaan voor de begeleiding van startende ondernemers. Ten slotte is er een enquête afgelegd met 50 ondernemers van Turkse afkomst in de regio Limburg.

In de bestaande literatuur zijn er vier verklaringsmodellen voor het allochtoon ondernemerschap. Uit de praktijk blijkt echter dat vooral het ondernemersmodel een belangrijke verklaring biedt voor het allochtoon ondernemerschap. De enorme ondernemingsdrang en iets willen realiseren brengt het ondernemersmodel sterk naar voren. Volgens het economisch model richten allochtonen een zaak op om aan de noden en wensen van de eigen etnische groep te voldoen. Het reactiemodel stelt dat allochtoon ondernemerschap ontstaat als gevolg van de werkloosheid en discriminatie op de arbeidsmarkt. Deze twee modellen komen in ons onderzoek ongeveer even sterk tot uiting.

De literatuurstudie spreekt ook over bepaalde belemmeringen waarmee allochtone ondernemers mee te maken hebben. Er zijn een zevental problemen waar allochtone ondernemers mee te maken kunnen krijgen en waarvoor ze strategieën moeten uitwerken om ze op te lossen. Deze moeilijkheden of belemmeringen zijn: informatie, kapitaal, training en vaardigheden, arbeid, klanten, concurrentie en politiek beleid.

Als eerste wordt er vastgesteld dat allochtone ondernemers een hinder ondervinden in de financiering van hun zaak. Ze trachten dit probleem op te lossen door tijdelijk geld te gaan lenen bij hun eigen intieme netwerk. Nadien gaan ze voor een verdere financiering beroep doen op financiële instellingen.

Een volgende factor die voor problemen zorgt, is de aanwezigheid van concurrentie. Het probleem van de concurrentie treffen we vooral in de concentratiebuurten. In de concentratiebuurten is er een grote aanwezigheid van gelijkaardige zaken. Uit de praktijk wordt dus vastgesteld dat ondernemers in deze buurten enorm veel last hebben van een hoge concurrentiedruk.

Te veel onvoorziene kosten en faalangst zijn ook nog twee belangrijke belemmeringen waar Turkse ondernemers mee te maken hebben. In de praktijk komen deze problemen heel sterk voor. Het probleem van faalangst is te wijten aan een gebrek aan ervaring en opleiding. Onvoorziene kosten worden vaak gemaakt wegens een gebrek aan correcte informatie.

In de literatuur wordt er ook gekeken naar de karakteristieke eigenschappen van allochtoon ondernemerschap. De volgende kenmerken kwamen aan bod: financiering, klanten, product, personeel, bedrijfsvoering en geografische concentratie.

Volgens Choenni (1997) verwerven allochtonen ondernemers hun kapitaal meestal op etnische wijze. Ze maken dus vooral gebruik van hun onderlinge etnische banden en gewoonten om aan geld te geraken. De resultaten echter tonen aan dat Turkse starters verkiezen een banklening aan te gaan bij de oprichting van hun zaak. Slechts een klein deel maakt gebruik van zijn eigen spaargeld en de mogelijkheid om te lenen bij de familie.

In de literatuurstudie lezen we dat de klantenkring van de allochtone ondernemers meestal beperkt is tot de eigen etnische groep. Uit de enquête blijkt dat Turkse ondernemers zowel allochtone als autochtone klanten hebben. Bijna 60 % van de Turkse ondernemers zeggen dat ze een gemengd klantenbestand hebben.

De etnische netwerken van de allochtone ondernemer is van essentieel belang voor hem. Via deze netwerken worden informatie, tips en adviezen verzameld. De concentratie ligt op onderling vertrouwen en loyaliteit. Uit het onderzoek blijkt dat 54 % van de Turkse zelfstandigen geen instellingen hebben geraadpleegd voor advies en begeleiding. Turkse starters richten zich tot hun eigen netwerk, ex-baas en andere zelfstandigen voor het bekomen van informatie en advies.

Bij de bespreking van het evolutiemodel van Waldinger wordt er vier vormen van etnisch ondernemerschap voorgesteld. De "replacement minority" en de "ethnic niche" worden gekenmerkt door een hoge etnische bevolkingsconcentratie. Aangezien allochtone ondernemingen zich nu meer tot de open markt richten, komen deze twee modellen minder voor. Dit is ook te merken wanneer het klantenbestand van de Turkse ondernemers wordt bekeken. De meeste ondernemingen hebben een evolutie doorstaan en beschikken nu over een gemengd klantenbestand.

Als laatste zou ik graag een aanbeveling willen geven die het allochtoon ondernemerschap in Limburg kan verhogen. Het is belangrijk dat er een goed uitgewerkte beleid komt die ervoor moet zorgen dat Turkse ondernemers positief en blijvend kunnen bijdragen tot de economie. Kurt Meers (2011) schrijft in Het Belang van Limburg dat meer dan 80 % van de nieuwe zelfstandigen in Limburg geen Belg is. Een permanente ondersteuning en opvolging is van groot belang aangezien deze ondernemers een toegevoegde waarde hebben voor het ondernemerschap en de economie in het algemeen (Meers, 2011). Op vlak van nationaliteit nemen Turkse ondernemers een derde plaats in de regio Limburg.



## Bibliografie

### Boeken

Choenni, A., 1997, Veelsoortig assortiment: Allochtoon ondernemerschap in Amsterdam als incorporatietraject, Universiteit van Amsterdam

Geerts, G., e.a., 1999, Van Dale groot woordenboek der Nederlandse taal, Van Dale Lexicografie, Utrecht, 4295 p.

Jenkins, R en Ward, R. (1984), *Ethnic communities in business: strategies for economic survival*, Cambridge University Press, Cambridge

Robbins, S en Coulter, M. (2003), *Management*, Diepenbeek, Universiteit Hasselt

Swinnen, G., (2005) 'Bedrijfseconometrie: multivariate statistische methoden, deel 1:readings', Diepenbeek, Universiteit Hasselt

Swinnen, G., (2005) 'Bedrijfseconometrie: multivariate statistische methoden, deel 2:transparanten en toepassingen', Diepenbeek, Universiteit Hasselt

WALDINGER, R. en andere, 1990, *Ethnic entrepreneurs: immigrant business en industrial societies*, Newbury Park, Californië, 226 p

### Eindwerken en werkstukken

Arslan, O., 2008, *Allochtoon ondernemerschap in Limburg*, Diepenbeek

Aldrich, H., 1977, *Testing the middleman minority of Asian entrepreneurial behaviour: Preliminary results from Wandsworth, England*

Becker, V., 2006, *Allochtoon ondernemerschap: beleidsinitiatieven in Vlaanderen – focus op Limburg*, Diepenbeek

Boussu, K., Vranken, L., 2007, *Startende ondernemers in Limburg, een tijdsperspectief van twintig jaar*, Diepenbeek, Universiteit Hasselt

Dethier, K., 2007, *Startende ondernemers in Limburg*, Diepenbeek, Universiteit Hasselt

Jamers, J. & Vercammen, N. (1996), *Startende ondernemers in Limburg*. Universiteit Hasselt

Lambrecht, H., Verhoeven, H., Martens, A., 2002, *Ondernemende allochtonen... of allochtone ondernemers? Een kwantitatief en kwalitatief verkennend onderzoek naar allochtone ondernemers in Vlaanderen*, KUL Departement Sociologie:Afdeling arbeids- en bedrijfssociologie, Leuven

Tilkioglu, H., 2006, *Allochtoon ondernemen in Vlaanderen*, Diepenbeek, Universiteit Hasselt

### **Jaarverslagen**

Bart Daemen, e.a., 2008, *Jaarboek integratie en migratie Limburg*, Provinciaal Integratiecentrum Limburg.

Bart Daemen, e.a., 2009, *Jaarboek integratie en migratie Limburg*, Provinciaal Integratiecentrum Limburg.

VDAB. (2009). *Allochtonen op de Vlaamse arbeidsmarkt. Jaarverslag VDAB 2009*, p. 16

VESOC (2006). *"Samen voor meer banen": een Vlaams Meerbanenplan*. Brussel: VESOC

### **Tijdschriften en artikels**

Antoncic, B. & Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the intrapreneurship concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), p. 7-24

Bovenkerk, F., 1983, *De sociologie van de etnische onderneming*, Sociologische Gids, Boom, Amsterdam, p. 264-275

CBS (1999). *Allochtonen in Nederland 1999*, Voorburg/Heerlen: CBS.

Vanhoren, I., Bracke, S., 1992, *Etnisch ondernemerschap in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest*, KUL.Hoger Instituut voor de arbeid, Leuven

Wennekers, S. en R. Thurik, 1999, Linking Entrepreneurship and Economic Growth, *Small Business Economics* 13, p. 27-55

Meers, K., 2011. 80 % van nieuwe zelfstandigen in Limburg is geen Belg. In: Het Belang van Limburg.

### **Website**

Druyts, E. (2004). Begrippenkader: Etnisch-culturele minderheden [Elektronische versie]. Medimmigrant. Opgevraagd op 22 september 2009, van de volgende website:  
<http://www.medimmigrant.be/Begrippenkader%20etnisch%20culturele%20minderheden.pdf>

<http://www.stebo.be/>

website geraadpleegd op 15 oktober 2010

<http://www.unizo.be/>

website geraadpleegd op 17 oktober 2010

<http://www.acton.be/>

website geraadpleegd op 17 oktober 2010

<http://www.unaco.be/web/index.php>

website geraadpleegd op 20 oktober 2010

<http://www.vlao.be/>

website geraadpleegd op 22 oktober 2010

<b>Lijst van figuren</b>
--------------------------

Figuur 1: Niet-Belgen in Limburg naar nationaliteit (01.01.2008).....	9
Figuur 2: Evolutie van het aantal werkzoekenden naar origine in Limburg (sep 2008 - sep 2009).....	10
Figuur 3: Gemeenten met hoogste aandeel niet werkende werkzoekenden van Turkse origine-maart 2009.....	11
Figuur 4: Vergelijking vorige met huidige sector.....	46
Figuur 5: Redenen die de keuze voor een bepaalde sector verklaren.....	47
Figuur 6: Belangrijkste redenen bij de keuze van een rechtsvorm bij het opstarten.....	49
Figuur 7: Klantenbestand van de Turkse zelfstandigen.....	51
Figuur 8: Motieven van starters.....	53
Figuur 9: Problemen van Turkse ondernemers.....	56
Figuur 10: Instellingen geraadpleegd voor advies en begeleiding door Turkse zelfstandigen.....	57
Figuur 11: Tevredenheid over de ontvangen begeleiding.....	58
Figuur 12: Bronnen waartoe de Turkse zelfstandigen zich richten voor betrouwbare informatie.....	58
Figuur 13: Van welke andere financieringsbronnen heeft u nog gebruik gemaakt.....	61
Figuur 14: Scree plot motieven.....	62
Figuur 15: Scree plot problemen.....	64

## Lijst van tabellen

Tabel 1: Evolutie van het totaal aantal zelfstandigen in België.....	8
Tabel 2: Evolutie van het aantal niet-Belgische zelfstandigen per nationaliteitsgroep...8	
Tabel 3: Verdeling van de ondernemers naar de verschillende verklaringsmodellen voor allochtoon ondernemerschap.....	19
Tabel 4: Evolutie van allochtone ondernemingen volgens de dimensies 'specialisatie in het aanbod' en 'etnische bevolkingsconcentratie'.....	25
Tabel 5: Geslacht versus leeftijd.....	37
Tabel 6: Samenvatting diepte- interviews.....	39
Tabel 7: Scholingsniveau.....	40
Tabel 8: Netto-inkomen op jaarbasis voor de start van de zaak.....	41
Tabel 9: Inkomen partner.....	42
Tabel 10: Werksituatie voor de start.....	42
Tabel 11: Sector van de laatste werkgever.....	43
Tabel 12: Ouders ooit zelfstandigen geweest.....	43
Tabel 13: Standpunt van de familie tegenover het idee van zelfstandig ondernemerschap.....	44
Tabel 14: Sectorkeuze van Turkse zelfstandigen.....	45
Tabel 15: Vergelijking vorige met huidige sector.....	45
Tabel 16: Redenen die de keuze voor één bepaalde sector verklaren.....	46
Tabel 17: Manier van starten.....	48
Tabel 18: Aard van het bedrijf.....	48
Tabel 19: Belangrijkste redenen bij de keuze van een rechtsvorm bij het opstarten.....	48
Tabel 20: Aantal personeelsleden.....	50

Tabel 21: Klantenbestand van de Turkse zelfstandigen.....	50
Tabel 22: Motieven voor starters.....	52
Tabel 23: Problemen van Turkse ondernemers.....	54
Tabel 24: Uitgevoerde marktonderzoeken door Turkse zelfstandigen.....	57
Tabel 25: Nood aan financiële begeleiding.....	59
Tabel 26: Banklening aangegaan bij de start van de onderneming.....	59

## Enquête

### 1. PROFIEL

Bedrijf:	
Voornaam:	
Naam:	
Adres:	
Gsm:	
Tel.:	
E-mail:	

1.1	Leeftijd bij start onderneming?	<ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> 18 - 20 j.</li><li><input type="radio"/> 21 - 25 j.</li><li><input type="radio"/> 26 - 30 j.</li><li><input type="radio"/> 31 - 35 j.</li><li><input type="radio"/> 36 - 40 j.</li><li><input type="radio"/> 41 - 45 j.</li><li><input type="radio"/> Ouder dan 45 jaar</li></ul>
1.2	Welk is uw geslacht?	<ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Man</li><li><input type="radio"/> Vrouw</li></ul>
1.3	Welk is uw nationaliteit?	<ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Belgische</li><li><input type="radio"/> Turkse</li></ul>
1.4	Wat was uw burgerlijke stand bij de oprichting van uw zaak?	<ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> Gehuwd</li><li><input type="radio"/> Ongehuwd</li><li><input type="radio"/> Gescheiden</li><li><input type="radio"/> Samenwonend</li><li><input type="radio"/> Weduwe/Weduwenaar</li></ul>
1.5	Wat was u netto-inkomen per jaar <u>voor</u> de start van uw zaak?	<ul style="list-style-type: none"><li><input type="radio"/> &lt; 9.999 EUR</li><li><input type="radio"/> 10.000 - 19.999 EUR</li><li><input type="radio"/> 20.000 - 29.999 EUR</li><li><input type="radio"/> 30.000 - 39.999 EUR</li></ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 40.000 – 49.999 EUR</li> <li>○ Meer dan 50.000 EUR</li> </ul>
1.6	Welk onderwijs heeft u gevolgd? Geef de <u>hoogst</u> beëindigde opleiding aan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Lager onderwijs</li> <li>○ Algemeen secundair onderwijs</li> <li>○ Technisch secundair onderwijs</li> <li>○ Beroepssecundair onderwijs</li> <li>○ Hoger niet universitair onderwijs</li> <li>○ Universitair onderwijs</li> </ul>
1.7	Wat deed u voor u zelfstandige werd?	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Leerjongen/leermeisje</li> <li>○ Arbeid(st)er</li> <li>○ Bediende</li> <li>○ Kaderlid</li> <li>○ Student(e)</li> <li>○ Gedeeltelijke werkloze</li> <li>○ Volledig werkloze</li> <li>○ Helper van een zelfstandige</li> </ul>
1.8	Oefende u nog andere beroepen uit voordat u zelfstandige werd?	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ja Welke?.....</li> <li>○ Nee</li> </ul>
1.9	In welke sector was het bedrijf van uw laatste werkgever actief?	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Landbouw</li> <li>○ Handel</li> <li>○ Industrie</li> <li>○ Diensten</li> <li>○ Bouwnijverheid</li> </ul>
1.10	Was u tevreden over u werk?	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zeer tevreden</li> <li>○ Tevreden</li> <li>○ Onverschillig</li> <li>○ Ontevreden</li> <li>○ Zeer ontevreden</li> </ul>
1.11	Zijn uw ouders ooit zelfstandigen geweest?	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ja</li> <li>○ Nee</li> </ul>
1.12	Hoe stond uw familie tegenover uw idee van zelfstandig ondernemerschap?	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zeer tevreden</li> <li>○ Tevreden</li> <li>○ Onverschillig</li> <li>○ Ontevreden</li> <li>○ Zeer ontevreden</li> </ul>
1.13	Indien gehuwd of samenwonend, had	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ja</li> </ul>



	uw partner een inkomen toen u startte?	<input type="radio"/> Nee
--	--	---------------------------

## **2. MOTIEVEN BIJ DE START**

2.1 Welke motieven hebben U er toe aangezet om zelfstandige te worden? Hoe sterk is de invloed van deze motieven?

Zonder  
belang

Neutraal

Zeer  
belangrijk

	-3	-2	-1	0	1	2	3
Financiële verdiensten							
Eigen baas zijn							
Niet graag werken in dienstverband							
Ontevreden over vorige werkgever							
Eigen werk kunnen regelen							
Iets willen realiseren							
Beroepsfierheid							
Drang naar macht							
Sociaal aanzien							
Een kans die zich voordeed							
Familietradities in stand houden							
Werkloosheid en discriminatie op de arbeidsmarkt ontvluchten							
Culturele achtergrond							
Noden en wensen van de eigen gemeenschap bevredigen							
Toekomst van de kinderen veilig stellen							

2.2	Wat heeft U er toe aangezet om voor één bepaalde sector te kiezen?	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ontdekking van bepaalde noden in de markt</li> <li>○ Vroegere professionele ervaring in de sector</li> <li>○ Sector van de toekomst</li> <li>○ Grondige technische kennis</li> <li>○ Voortzetting van een bestaande onderneming</li> <li>○ Gevolg van studiekeuze</li> <li>○ Sterke interesse voor bepaalde sector of product</li> <li>○ Andere:.....</li> </ul>
2.3	Hoe staat de maatschappij tegenover een mogelijk faillissement van de Turkse ondernemingen?	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Positief</li> <li>○ Negatief</li> <li>○ Neutraal</li> </ul>
2.4	Is er meer tolerantie voor failliet verklaarde Turkse ondernemers vanuit de Turkse maatschappij?	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ja</li> <li>○ Nee</li> </ul>
2.5	Krijgen Turkse ondernemers de nodige steun vanuit de maatschappij en familie om opnieuw ondernemer te worden?	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ja</li> <li>○ Nee</li> </ul>

### **3. SOORT BEDRIJF**

3.1	In welke sector hoort uw onderneming thuis?	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Landbouw</li> <li>○ Handel</li> <li>○ Bouwnijverheid</li> <li>○ Diensten</li> <li>○ Industrie</li> </ul>
3.2	Aantal personeelsleden?	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 0</li> <li>○ 1-5</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> 5-10</li> <li><input type="radio"/> 10-25</li> <li><input type="radio"/> 25+</li> </ul>
3.3	Wie zijn uw klanten?	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Overwegend allochtoon</li> <li><input type="radio"/> Overwegend autochtoon</li> <li><input type="radio"/> Gemengd</li> </ul>

#### **4. START VAN HET BEDRIJF**

4.1	Hoe bent u met uw zaak begonnen?	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Overname van een bestaande zaak</li> <li><input type="radio"/> Nieuw bedrijf opgericht</li> </ul>
4.2	Heeft U uw bedrijf alleen opgestart, of heeft U dit gedaan samen met andere vennoten?	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Alleen gestart</li> <li><input type="radio"/> Samen met andere vennoten gestart</li> </ul>
4.3	<p>Hoeveel vennoten had u bij de oprichting?</p> <p>Hoeveel vennoten heeft u momenteel?</p> <p>Zijn u vennoten ook van Turkse afkomst?</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> Ja</li> <li><input type="radio"/> Nee</li> </ul>

4.4 Welke vennootschapsvorm had uw bedrijf bij de oprichting, en welke heeft het nu?

VENNOOTSHAPSVORM	BIJ DE OPRICHTING	NU
N.V.		
B.V.B.A.		
VENNOOTSCHAP ONDER FIRMA		
C.V.		
EENMANSZAAK		
ANDERE.....		

4.5 Welke was de belangrijkste reden bij uw keuze van een rechtsvorm bij het opstarten?

- Het was de enige rechtsvorm die ik kende
- Het was de meest soepele rechtsvorm
- De rechtsvorm was het meest aangepast aan mijn manier van werken
- Ik vond het vereiste aantal vennoten niet om een andere rechtsvorm aan te nemen
- De rechtsvorm werd mij aangeboden door een adviesverlenende instelling
- Uit fiscale overwegingen
- Om de aansprakelijkheid te beperken
- Andere:.....

## **5. BEDRIJFSPLAN**

5.1 Heeft u voor de oprichting of overname van uw onderneming een marktonderzoek uitgevoerd of laten uitvoeren?

- Ja
- Nee

5.2 Beschikte U bij de start over een plan in verband met bijvoorbeeld omzetraming, kostenraming, winstprognose, personeelskosten,...?

- Ja
- Nee

5.3 Door wie werd dit plan opgesteld?

- Door uzelf
- Door iemand anders

## **6. BEDRIJFSBEGELEIDING**

6.1 Heeft U bij de start beroep gedaan op organisaties voor informatie en begeleiding?

- Ja
- Nee

6.2 Geef aan bij wie U begeleiding of advies gevraagd heeft:

- UNIZO
- STEBO
- VOKA
- ACTON
- UNACO
- Andere:.....

6.3 Is er voldoende begeleiding voor Turkse ondernemers?

- Ja
- Nee

6.4 Weet je waar je terecht kan voor begeleiding?

- Ja
- nee

6.5 Was U tevreden over de begeleiding die U gekregen heeft?

- Zeer tevreden
- Tevreden
- Onverschillig
- Ontevreden
- Zeer ontevreden

6.6 Uit welke bron krijg jij betrouwbare informatie over ondernemen?

.....

.....

.....

6.7 Is er voldoende informatie beschikbaar voor Turkse ondernemers over ondernemen?

- Ja
- Nee

6.8 Overleg je soms met andere Turkse ondernemers?

- Ja

- Nee

6.9 Ben je aangesloten bij een vereniging of organisatie?

- Ja
- Nee

## **7. FINANCIERING**

7.1	Wie doet uw boekhouding?	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Zelf</li><li>○ Familielid</li><li>○ Personeelslid</li><li>○ Boekhouder</li><li>○ Andere</li></ul>
-----	--------------------------	---

7.2	Heb je zelf een gedetailleerd beeld van de financiële resultaten?	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Ja</li><li>○ Nee</li></ul>
7.3	Heb je nood aan financiële begeleiding?	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Ja</li><li>○ Nee</li></ul>
7.4	Heeft U bankleningen aangegaan bij de start van uw onderneming?	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Ja</li><li>○ Nee</li></ul>
7.5	Van welke andere financieringsbronnen heeft u nog gebruik gemaakt?	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Lenen van familie</li><li>○ Eigen spaargeld</li><li>○ Winwinlening</li><li>○ Kredieten bij leveranciers</li><li>○ Andere:.....</li></ul>
7.6	Hoe beoordeelt u uw samenwerking met uw bank (en) of financiële instellingen?	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Zeer tevreden</li><li>○ Tevreden</li><li>○ Onverschillig</li><li>○ Ontevreden</li><li>○ Zeer ontevreden</li></ul>
7.7	Ken je subsidiekanalen of ondersteunende maatregelen voor kapitaal?	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Ja</li><li>○ Nee</li></ul>
7.8	Heb je reeds gebruik gemaakt van dergelijke subsidiekanalen of	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Ja</li><li>○ Nee</li></ul>

	ondersteunende maatregelen?	
--	-----------------------------	--

## **8. SPECIFIEKE PROBLEMEN**

8.1 Welke zijn de 3 belangrijkste problemen die U bij de start van uw onderneming heeft ondervonden?

.....

.....

.....

8.2 Hoe zwaar wogen onderstaande moeilijkheden of remmingen tijdens de eerste jaren van de onderneming door.

Niet  
zwaar

Middelmatig

Ze  
er  
zwaar

	-3	-2	-1	0	1	2	3
Tekort aan financiële middelen							
Schrik en onzekerheid van niet te slagen							
Gebrek aan ervaring							
Problemen met slechte betalers							
Problemen met personeel							
Zware loonkost							
Gebrek aan vaardigheden							
Gebrek aan opleiding							
Grote verantwoordelijkheid							
Te veel onvoorziene kosten							
Gebrek aan goede adviezen							
Problemen met vestigingsplaats							
Concurrentie							
Gebrek aan objectieve en correcte informatie							
Gebrekkige taalkennis							
Moeilijkheden met aantrekken van klanten							
Andere:.....							



# Auteursrechtelijke overeenkomst

Ik/wij verlenen het wereldwijde auteursrecht voor de ingediende eindverhandeling:

## **Allochtoon ondernemerschap**

Richting: **master in de toegepaste economische wetenschappen-beleidsmanagement**

Jaar: **2011**

in alle mogelijke mediaformaten, - bestaande en in de toekomst te ontwikkelen - , aan de Universiteit Hasselt.

Niet tegenstaand deze toekenning van het auteursrecht aan de Universiteit Hasselt behoud ik als auteur het recht om de eindverhandeling, - in zijn geheel of gedeeltelijk -, vrij te reproduceren, (her)publiceren of distribueren zonder de toelating te moeten verkrijgen van de Universiteit Hasselt.

Ik bevestig dat de eindverhandeling mijn origineel werk is, en dat ik het recht heb om de rechten te verlenen die in deze overeenkomst worden beschreven. Ik verklaar tevens dat de eindverhandeling, naar mijn weten, het auteursrecht van anderen niet overtreedt.

Ik verklaar tevens dat ik voor het materiaal in de eindverhandeling dat beschermd wordt door het auteursrecht, de nodige toelatingen heb verkregen zodat ik deze ook aan de Universiteit Hasselt kan overdragen en dat dit duidelijk in de tekst en inhoud van de eindverhandeling werd genotificeerd.

Universiteit Hasselt zal mij als auteur(s) van de eindverhandeling identificeren en zal geen wijzigingen aanbrengen aan de eindverhandeling, uitgezonderd deze toegelaten door deze overeenkomst.

Voor akkoord,

**Arslan, Hamdi**

Datum: **1/06/2011**