

Nederlandse samenvatting

Het aangaan en creëren van productieve werkrelaties kan het werkplezier en succes van een professional sterk vergroten. Jarenlang onderzoek laat zien dat professionele relaties zorgen voor informatie, referenties naar banen en werkplezier. Tot nu toe is voornamelijk onderzocht hoe bepaalde relaties tot uitkomsten leiden. Het vermogen van werknemers om zelf relaties aan te gaan en hoe zij dat doen, is relatief gezien onderbelicht gebleven. In dit proefschrift heb ik onderzocht hoe professionele actoren relaties aangaan en welke componenten daarbij een rol spelen. Hiermee bekritiseer ik een tweetal aannames in het huidige onderzoeksveld. Ten eerste wordt aangenomen dat uitwisseling in relaties veelal economisch en rationeel van aard is en ten tweede dat relaties statische entiteiten zijn. In dit proefschrift stel ik deze aannames ter discussie en beargumenteer ik dat kwalitatief onderzoek nodig is om de dynamiek en subtiliteiten van interactie te begrijpen. Ik heb hiertoe in het bijzonder de subjectieve percepties en motivaties bestudeerd die interactie mede bepalen. In mijn perspectief biedt dit een meer waarheidsgetrouw beeld van de complexe en subjectieve werkelijkheid waar professionals mee te maken hebben. Ik onderzoek dit thema in meerdere contexten en heb gewerkt met de volgende onderzoeksvraag:

*Hoe kan interpersoonlijke interactie worden begrepen in verschillende organisatorische contexten wanneer interactie endogeen is?*

Mijn onderzoek omvat de twee specifieke fenomenen interpersoonlijk netwerkgedrag en intuïtie in taak-gerelateerde interacties. Door freelancers, ondernemers en managers te interviewen heb ik een veelheid aan data verzameld die een duidelijk beeld geven hoe deze professionele actoren in de praktijk omgaan met de twee bovengenoemde fenomenen. Hieronder geef ik een samenvatting van de belangrijkste bevindingen uit mijn proefschrift.

In de hoofdstukken 2, 3 en 4 heb ik netwerkgedrag van ondernemers en freelancers onderzocht. Hoofdstuk 2 beschrijft de motivaties voor en ideeën over netwerkgedrag van freelancers die werkzaam zijn in projecten in de infrastructuur. Hun lidmaatschap van een professioneel netwerk biedt hen contacten, uitwisseling van professionele kennis, de mogelijkheid om opleidingen te volgen en het gevoel ergens bij te horen. Deze freelancers hadden een bepaald idee over het fenomeen netwerken, waaraan zij ook hun acties staafden. Via netwerkgedrag ontstonden “zakelijke vriendschappen”. Netwerkgedrag bestond volgens hen uit geven en nemen, het loslaten van directe zakelijke uitkomsten, een voorkeur voor oprechte interactie boven doelgerichte interactie plus een waardering voor

onverwachte uitkomsten. Hiermee beschrijft dit hoofdstuk hoe en waarom freelancers netwerken en laat een bepaald soort aanpak van netwerkgedrag zien.

Hoofdstuk 3 benadrukt eveneens dat in het onderzoek van het fenomeen netwerken de percepties van de professionele actor onvoldoende belicht zijn. Dit hoofdstuk biedt in het bijzonder inzicht in hoe ondernemers netwerken wanneer zij geconfronteerd worden met een onzekere context. In plaats van doelgericht te netwerken, wordt voorgesteld dat netwerk acties en interacties meer open en exploratief zijn. Ondernemers zijn potentieel geneigd om anderen te helpen, om er voor anderen te zijn en staan open voor onverwachte wendingen en voor co-creatie om zo te zien wat er uit hun interacties met anderen kan ontstaan. Netwerkgedrag vormt zo een onderdeel van de activiteiten van de ondernemer. Dit hoofdstuk maakt gebruik van de creatie- en effectuatie-theorie uit de ondernemersliteratuur en biedt een set aan acties en patronen die beschrijven hoe ondernemers in een onzekere context netwerken.

Hoofdstuk 4 beschrijft hoe internationale startende ondernemers een nieuw bedrijfsnetwerk opbouwen. Dit hoofdstuk laat zien dat het creëren van een netwerk de volgende drie elementen omvat: het initiëren van contact, het opvolgen van contact en het evalueren van het interactieproces tussentijds. Na 20 weken zijn sommige ondernemers erin geslaagd om een netwerk op te bouwen in een nieuwe omgeving. Dit benoem ik het creëren van “netwerk momentum”. Dit betreft de perceptie dat het netwerk begint te “bestaan” en kan worden gerelateerd aan de eerste klant, het worden gevraagd door contacten of het verkrijgen van legitimiteit voor de startende onderneming. Deze bevindingen laten zien dat het belangrijk is om op gedetailleerd niveau naar relationele ontwikkeling van ondernemers te kijken. De details geven inzicht waarom bepaalde ondernemers wel een netwerk kunnen creëren en anderen niet.

In de hoofdstukken 5 en 6 het onderwerp intuïtie in taakgerichte interactie beschreven. Hoofdstuk 5 laat zien dat de ervaringen van intuïtie niet altijd duidelijk zijn voor de ondervraagden. Zij geven aan dat intuïtie aandacht behoeft en dat zij deze niet altijd hebben wanneer zij te druk zijn. De factoren aandacht, nieuwsgierigheid, moed en ontspanning zijn belangrijk om professioneel gezien aandacht voor intuïtie te hebben. Dit hoofdstuk laat ook zien dat de ondervraagden niet uniform zijn in hun aandacht voor dit fenomeen op het werk. Ik geef een driedeling van manieren om aandacht te geven die varieert van natuurlijke aandacht als de ervaring op komt, tot elke dag meditatieve oefeningen doen om “zo veel mogelijk informatie op te vangen”. Dit hoofdstuk laat zien

dat als het fenomeen intuïtie belangrijk is voor organisaties, het meer expliciete aandacht verdient om ermee te leren werken.

Hoofdstuk 6 ten slotte laat zien dat intuïtie een belangrijke rol speelt in interactie op het werk. Recent empirisch onderzoek benadrukt deze rol in het aannemen van nieuwe medewerkers en selectieprocedures. Dit hoofdstuk toont aan dat in dagelijkse interacties op het werk intuïtie wordt genoemd in het kader van ontwikkeling van de collega, verbeterde samenwerking en het inschatten of het een goed moment is om met een nieuw idee te komen. Bij deze ‘doelen’ van intuïtie worden ook manieren beschreven om deze informatie te delen. De informatie kan worden voorgelegd aan de collega, er kunnen vragen worden gesteld of de professional maakt zelf een inschatting van de juiste timing om de informatie te delen. Deze bevindingen vormen een aanvulling op literatuur over zogenoemde “sociale intuïties”.

Samenvattend kan dit proefschrift gezien worden als een oproep om de subtiliteiten, subjectieve percepties en dynamiek in interpersoonlijke interactie beter te begrijpen. De nadruk op het proces van netwerken en interactie heeft tot doel om uiteindelijk te begrijpen waarom in bepaalde contexten bepaalde professionals wel uitkomsten genereren terwijl anderen dat niet doen. Het loslaten van de aanname dat de interpersoonlijke interactie lineair en doelgericht is, toont een wereld van subjectieve ervaringen, motivaties om te geven en te delen, een open houding ten opzichte van onverwachte uitkomsten, het loslaten van directe zakelijke uitkomsten en het delen en opvolgen van subjectieve percepties als intuïties. Er is veel meer onderzoek nodig om de bevindingen uit dit proefschrift uit te breiden, te toetsen en te verfijnen. Onderzoek heeft zich tot op heden veelal gefocust op de uitkomst van relaties. Hiertoe moeten we wel eerst de oorsprong van professionele interpersoonlijke interactie begrijpen om tot betrouwbare uitkomsten te komen.