



UHASSELT

KNOWLEDGE IN ACTION

Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de handelswetenschappen

Masterthesis

Het ondernemingsklimaat binnen UHasselt

Marie Willekens

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de handelswetenschappen, afstudeerrichting ondernemerschap en management

PROMOTOR :

Prof. dr. Pieter VANDEKERKHOF



UHASSELT

KNOWLEDGE IN ACTION

www.uhasselt.be

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

2018
2019



Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de handelswetenschappen

Masterthesis

Het ondernemingsklimaat binnen UHasselt

Marie Willekens

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de handelswetenschappen, afstudeerrichting ondernemerschap en management

PROMOTOR :

Prof. dr. Pieter VANDEKERKHOF

WOORD VOORAF

Dit onderzoek in het kader van het ondernemingsklimaat van de Universiteit Hasselt vormt het finale stuk van mijn opleiding Handelswetenschappen met als afstudeerrichting Ondernemerschap en Management aan de Universiteit Hasselt. Voor de uitwerking van deze masterproef werd heel wat inzet, doorzettingsvermogen en tijd van mij gevraagd. Het bood mij de mogelijkheid om inzicht te krijgen in de ondernemingsattitudes en -intenties en het gedrag van UHasselt-studenten. Het was dus een zeer leerzame en boeiende ervaring.

Deze masterproef had niet verwezenlijkt kunnen worden zonder de steun en hulp van een aantal personen, die ik via deze weg wil bedanken.

Eerst en vooral wil ik mijn promotor, Prof. dr. Pieter Vandekerckhof, bedanken. Door hem heb ik de gelegenheid gekregen om dit interessant onderwerp uit te werken. Bovendien kon ik steeds terecht bij hem voor vragen en advies. Tevens ben ik Els Huysman enorm dankbaar voor haar hulp en steun. Het nalezen van mijn masterproef is gebeurd door Martin Reeskens, wie ik natuurlijk ook wil bedanken voor zijn tijd en hulp.

Daarnaast mag ik de respondenten niet vergeten, voor het vrijmaken van tijd en het geven van waardevolle informatie door mijn onlinevragenlijst in te vullen. Zonder hen had ik mijn masterproef niet tot een goed einde kunnen brengen.

Tot slot wil ik graag een woord van dank richten tot mijn ouders, familie, vriend en vrienden. Zij hebben mij altijd gesteund doorheen deze opleiding en ik kon steeds bij hen terecht wanneer het even moeilijker verliep.

Marie Willekens
Hasselt - Diepenbeek
mei 2019

SAMENVATTING

Deze masterproef gaat het effect van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen én de ondersteunende dienstverlening van StudentStartUP en Pitch Please na op ondernemersattitudes en -intentie van studenten binnen de Universiteit Hasselt. Verschillende studies hebben reeds aangetoond dat er een positieve relatie bestaat tussen onderwijs in ondernemerschap en ondernemersattitudes, intentie of actie om te ondernemen. Er is hier echter nog weinig empirisch bewijs van terug te vinden. Vandaar dit onderzoek om deze hypothese te confirmeren of juist tegen te spreken. Niet alleen de impact van het onderwijs op de ondernemingszin van UHasselt-studenten zal onderzocht worden, maar ook het effect van de ondersteunende dienstverleningen van StudentStartUP en Pitch Please. De centrale onderzoeksvraag luidt als volgt: *Wat is de impact van StudentStartUP, Pitch Please en onderwijs in ondernemerschap op de ondernemingsattitudes en -intenties van UHasselt-studenten?*

Deze masterproef onderzoekt eveneens de houding van UHasselt-studenten tegenover ondernemerschap en hun gepercipieerde voordelen en nadelen hiervan. De eerste deelvraag die hierbij hoort, luidt: *Welke voordelen en nadelen verbonden aan het ondernemerschap ervaren UHasselt-studenten?* Hieruit kan afgeleid worden welke aspecten in het onderwijs in ondernemerschap en welke specifieke ondersteuning volgens de studenten nog nodig zijn om een hogere ondernemingsintentie te bekomen. Aldus wordt de tweede deelvraag geformuleerd als volgt: *Wat kunnen ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen enerzijds en StudentStartUP en Pitch Please anderzijds extra doen om de ondernemingsgezindheid van UHasselt-studenten te verhogen?*

De literatuurstudie in dit onderzoek fungeert als basis voor het empirisch onderzoek. In deze literatuurstudie wordt dieper ingegaan op de definitie van ondernemerschap en de cruciale rol die ondernemerschap speelt in de duurzame economische groei en de werkgelegenheid in Vlaanderen. Er is met name in de afgelopen jaren een duidelijke stijging te merken van het aantal starters in Vlaanderen. Deze toename is ook zichtbaar bij student-ondernemers. De rol van studenten als mogelijke toekomstige ondernemers mag zeker niet uit het oog verloren worden. Naast het schetsen van de toegenomen populariteit van ondernemen onder studenten, wordt in de literatuurstudie aangegeven dat het zeer belangrijk is dat studenten voldoende erkenning en ondersteuning krijgen. Verschillende studies benadrukken het belang van onderwijsinstellingen die ondernemerschap op diverse manieren kunnen ondersteunen. Ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteunende dienstverlening zijn voorbeelden hiervan. Hiervoor is het onderzoek voornamelijk gebaseerd op de studies van Saeed et al. (2015) en Souitaris et al. (2007). Beide onderzoeken concluderen dat onderwijs en ondersteuning met betrekking tot ondernemerschap een positieve invloed hebben op de ondernemingsintenties van de respondenten. Het laatste onderdeel in de literatuurstudie handelt rond de dienstverlenende platformen binnen onderwijsinstellingen en het aanbod binnen de Universiteit Hasselt. De rol die StudentStartUP en Pitch Please spelen voor UHasselt-studenten komt in dit deel naar voren.

Om het onderzoek visueel weer te geven, is een conceptueel model opgesteld dat aansluit bij de *theory of planned behaviour* (Ajzen & Madden, 1986). Deze psychologische theorie veronderstelt dat gepland gedrag ("planned behaviour"), bijvoorbeeld het starten van een bedrijf, weloverwogen is (Ajzen, 1991) en beschouwt de intentie van dat gedrag als voornaamste voorspeller. Intentie wordt dan weer het best voorspeld door attitudes. Attitudes worden in de paper van Souitaris et al. (2007) onderverdeeld in de houding tegenover het gedrag, subjectieve normen en waargenomen gedragscontrole.

Aan de hand van de uitgebreide literatuurstudie zijn een achttal hypothesen tot stand gekomen, die in een kwantitatief onderzoek worden getoetst. Met behulp van het programma "Qualtrics" werd een onlinevragenlijst opgesteld met specifieke vragen betreffende elke afhankelijke in het conceptueel model. Deze enquête werd aan alle UHasselt-studenten verzonden en werd door 259 respondenten volledig ingevuld. De bevindingen werden getest aan de hand van één OLS-regressiemodel en drie *serial multiple mediator models* via het softwareprogramma SPSS.

Uit de toetsing van de hypothesen is gebleken dat StudentStartUP, Pitch Please en onderwijs in ondernemerschap wel degelijk de ondernemingsattitudes en -intenties van UHasselt-studenten positief kunnen beïnvloeden. Hoe dit positief effect gerealiseerd wordt, komt uitgebreid aan bod in het verloop van deze masterproef.

De onafhankelijkheid, eigen aan het ondernemerschap, wordt als het grootste voordeel ervaren. Gevolgd door flexibiliteit en de mogelijkheid om van uw passie uw beroep te maken. De risico's en stress vonden de respondenten het minst aantrekkelijk aan ondernemerschap.

De ondernemingsgezindheid van UHasselt-studenten kan op verschillende manieren gestimuleerd worden. Om te beginnen moet de UHasselt het bestaande aanbod binnen de universiteit meer zichtbaar maken zodat studenten ook de mogelijkheid hebben op hierop beroep te doen. Verder kunnen onderwijs en dienstverleningen gerelateerd aan ondernemerschap inspelen op de hindernissen die de respondenten ervaren bij het denken aan ondernemerschap. De financiering, een idee bedenken, het aantrekken en behouden van klanten en het vinden van een goed team vormen de voornaamste barrières. Een derde mogelijkheid om de ondernemingszin en ondernemerschap bij studenten te stimuleren, is door extra evenementen te organiseren, afgestemd op de behoeften van de student. Voorbeelden van gewenste initiatieven die naar voren kwamen, worden omschreven bij de onderzoeksresultaten verder in de paper. Om een besluit te vormen op de tweede en laatste deelvraag, kan gesteld worden dat er reeds een uitgebreid aanbod rond ondernemerschap aanwezig is binnen de Universiteit Hasselt maar dat dit niet voor elke student bekend is.

INHOUDSOPGAVE

WOORD VOORAF	1
INHOUDSOPGAVE	5
HOOFDSTUK 1: INLEIDING.....	7
HOOFDSTUK 2: LITERATUURSTUDIE	11
2.1. <i>Ondernemerschap: definitie en belang.....</i>	11
2.1.1. Definitie	11
2.1.2. Belang	12
2.2. <i>Het Belgische startup ecosysteem.....</i>	13
2.3. <i>Aangeboren vs. aangeleerd</i>	14
2.4. <i>Rol van student-ondernemers en statuut student-ondernemer</i>	16
2.5. <i>Onderwijs in ondernemerschap in functie van student-ondernemerschap.....</i>	18
2.5.1. Het belang	18
2.5.2. Wetenschappelijk onderzoek onderwijs in ondernemerschap	18
2.6. <i>Dienstverlenende platformen binnen onderwijsinstellingen</i>	20
2.6.1. Rol StudentStartUP binnen UHasselt	21
2.6.2. Rol Pitch Please binnen UHasselt	21
HOOFDSTUK 3: HYPOTHESESTELLING.....	23
HOOFDSTUK 4: EMPIRISCH ONDERZOEK – METHODOLOGIE	27
4.1. <i>Steekproef.....</i>	27
4.2. <i>Onderzoeksopzet.....</i>	27
4.2.1. Onafhankelijke variabele (X).....	30
4.2.2. Interveniërende variabelen (M)	30
4.2.3. Afhankelijke variabele (Y).....	32
4.2.4. Controlevariabelen	33
4.3. <i>Descriptive analysis.....</i>	35
4.3.1. Descriptives.....	35
4.3.2. Correlaties	36
HOOFDSTUK 5: EMPIRISCH ONDERZOEK – RESULTATEN.....	39

5.1.	<i>Serial multiple two-mediator analysis</i>	39
5.1.1.	Serial multiple mediator model A.....	39
5.1.2.	Serial multiple mediator model B.....	44
5.1.3.	Serial multiple mediator model C.....	48
5.2.	<i>Lineaire regressie</i>	51
5.3.	<i>Gepercipieerde voor- en nadelen</i>	52
5.4.	<i>Het verhogen van de ondernemingsgezindheid</i>	53
HOOFDSTUK 6: CONCLUSIE EN DISCUSSIE		57
6.1.	<i>Beperkingen en implicaties voor toekomstig onderzoek</i>	59
HOOFDSTUK 7: BIJLAGEN		61
7.1.	<i>Tabel A. Meetinstrumenten voor attitudes-intentie-gedrag</i>	61
7.2.	<i>Tabel B. Regressiecoëfficiënten, standaardfouten en modelsamenvatting model A</i>	63
7.3.	<i>Tabel C. Regressiecoëfficiënten, standaardfouten en modelsamenvatting model B</i>	63
7.4.	<i>Tabel D. Regressiecoëfficiënten, standaardfouten en modelsamenvatting model C</i>	63
7.5.	<i>Vragenlijst</i>	64
LIJST VAN DE GERAADPLEEGDE WERKEN.....		73

HOOFDSTUK 1: INLEIDING

Ondernemen is vandaag de dag enorm populair. Jonge, opstartende bedrijven schieten als paddenstoelen uit de grond. Meer en meer mensen blijken de stap te durven wagen naar het starten van een eigen onderneming.

Dit kan afgeleid worden uit de metingen van de Global Entrepreneurship Monitor (GEM), een zeer belangrijke bron die een wereldranglijst voor het ondernemerschap opmaakt. De GEM geeft namelijk een overzicht van de activiteitsniveaus van ondernemers en biedt daarnaast ook inzichten in ondernemersattitudes. Tientallen jaren geleden werd België door deze Global Entrepreneurship Monitor helemaal onderaan geplaatst. In 2007 was zelfs het aantal startende ondernemingen in geen enkel van de onderzochte landen zo laag als in Vlaanderen (Neudt, 2018).

Gelukkig de UNIZO-Starteratlas dat er in België tussen de jaren 2007 en 2017 een positieve evolutie van het aantal starters te zien is. Starters worden hier gedefinieerd als ondernemende mensen die een eigen zaak starten (De Smyter, 2018). Ook in Vlaanderen is deze trend zichtbaar. Zo waren er in 2017, enkel in Vlaanderen alleen al, 52.187 starters (Van den Broele, 2018). Uit een analyse van UNIZO op basis van gegevens van Graydon Belgium is gebleken dat er in 2018 in het Vlaamse Gewest 57.010 nieuwe eenmanszaken en vennootschappen werden opgericht. In vergelijking met 2017 is dit goed voor een toename van 9,1 procent (Belga, 2019).

Er zijn verschillende redenen die deze toename van het aantal starters kunnen verklaren. Ten eerste geeft een artikel in de krant *De Tijd* aan dat de drempel om meteen internationaal te ondernemen, kleiner is dan ooit en dit dankzij de digitalisering (Lissens, 2018). Ten tweede is sinds 1 september 2018 het verplicht bezit van het attest bedrijfsbeheer voor wie een eigen onderneming wil opstarten, afgeschaft. Dit maakt de stap naar het ondernemerschap kleiner. UNIZO geeft als verklaring voor de stijging van startups, een aantal gunstige regeringsbeslissingen zoals de verlaging van de vennootschapsbelasting, de goedkopere eerste aanwervingen en enkele financiële ondersteuningsmaatregelen, met name de win-winlening en de taxshelter voor startende ondernemingen (Belga, 2019). Daarnaast zijn er verschillende organen binnen het startup ecosysteem in België ontstaan die het innovatief ondernemen stimuleren. Innovatie is namelijk van cruciaal belang om een economie te doen groeien. Enkele voorbeelden zijn incubators, accelerators, dienstverlenende organisaties (VOKA, VKW, ...), ondernemersopleidingen, ...

De trend van meer ondernemingszin is ook zichtbaar bij studenten. Meer en meer onder hen zijn van mening dat studeren en ondernemen goed te combineren zijn. Ze zien immers het voordeel in van een dubbele rol van student en ondernemer. Zo wordt er in het artikel op de website van de VRT aangehaald, dat student-ondernemers kunnen genieten van een vermindering van sociale bijdragen en van fiscale voordelen (Grommen, 2018). Uit cijfers van het Rijksinstituut voor de Sociale Verzekeringen der Zelfstandigen (RSVZ) blijkt dat het aantal student-ondernemers jaar na jaar stijgt in alle Belgische gewesten. In 2018 startten maar liefst 6.931 Belgische studenten met een eigen onderneming. Dit is een enorme toename vergeleken met 2017, toen slechts 5.008 studenten de stap naar het ondernemerschap maakten. Wel opmerkelijk is dat er meer mannelijke studenten de

sprong wagen. In 2018 bedroeg het aantal Belgische mannelijke student-ondernemers 4.213, terwijl er slechts 2.718 vrouwelijke studenten startten met een eigen zaak. Het gebrek aan vrouwelijke ondernemende rolmodellen zou hier een logische verklaring voor zijn (De Wandeleer & Desmet, 2018).

Het belang van student-ondernemers mag zeker niet onderschat worden, aangezien deze profielen een belangrijke rol zullen spelen in de economische ontwikkeling van een land. Het zijn namelijk potentiële ondernemers die in de toekomst veel kunnen betekenen voor de economie. Ondernemerschap zou namelijk een van de belangrijkste factoren zijn voor economische ontwikkeling zoals innovatie, jobcreatie en het vervullen van de economische behoeften (Van Praag & Versloot, 2017). Ondernemingsactiviteiten zijn ook volgens Schumpeter (1934) en Drucker (1985) de voornaamste drijfveren voor innovatie en economische vooruitgang. Het is daarom heel belangrijk om voldoende ondersteuning en begeleiding aan te bieden aan studenten en student-ondernemers.

Verschillende wetenschappelijke studies hebben duidelijk gemaakt dat kennisinstellingen hier een cruciale rol kunnen in spelen. Zo heeft de studie van Saeed et al. (2015) aangetoond dat onderwijs en ondersteuning omtrent ondernemerschap de waargenomen haalbaarheid en de individuele motivaties van studenten positief beïnvloeden, wat vervolgens leidt tot een hogere intentie van studenten om te ondernemen (Saeed, Yousafzai, Yani-De-Soriano, & Muffato, 2015). De paper van Turker en Selcuk (2009) benadrukte eveneens de sleutelrol van het onderwijs in de ontwikkeling van ondernemersintenties van studenten. Volgens de resultaten van hun onderzoek zou de kans op een carrière als ondernemer onder studenten kunnen toenemen als universiteiten voldoende kennis en inspiratie met betrekking tot ondernemerschap voorzien. Ondanks dat er geen consensus over de inhoud en structuur van onderwijs in ondernemerschap bestaat, toonden de bevindingen van deze studie aan dat universiteiten het best zouden: "encourage the development of creative ideas for being an entrepreneur", "provide the necessary knowledge about entrepreneurship", and "develop the entrepreneurial skills" (Turker & Selcuk, 2009 p. 155). Ook de studie van Souitaris et al. (2007) haalde aan dat onderwijs in ondernemerschap heel wat voordelen biedt. Toch is de impact van onderwijs in ondernemerschap op de attitudes en intenties van studenten nog weinig getest tot nu (Krueger & Brazeal, 1994; Gorman, Hanlon & King, 1997; Peterman & Kennedy, 2003). Vandaar dat het interessant is om een gelijkaardig onderzoek naar deze ondernemingsfactoren van de studenten te onderzoeken binnen de Universiteit Hasselt.

Vandaag de dag bieden de meeste universiteiten en hogescholen in Vlaanderen studenten een gratis dienstverlening aan wanneer ze een eigen zaak willen starten. Dit kan gezien worden als een soort van ecosysteem binnen een onderwijsinstelling met als doel ondernemerschap en ondernemingszin bij jongeren te stimuleren en dit op een laagdrempelige wijze. Studenten kunnen hierdoor kennismaken en experimenteren met het ondernemerschap zodat ze eventueel kunnen doorgroeien tot volwaardige ondernemers. Binnen UHasselt zijn dit StudentStartUP en Pitch Please. Later in deze masterproef worden beide platformen uitgebreider toegelicht.

Omdat dienstverlening gericht op ondernemerschap binnen het onderwijs een belangrijke rol kan spelen in het prikkelen en ondersteunen van studenten tot ondernemen, is het zinvol om een duidelijk

beeld te krijgen van het huidige ondernemingsklimaat binnen een onderwijsinstelling en van de specifieke noden van student-ondernemers. Aan de hand van deze bevindingen kunnen suggesties voor verbetering van de werking van deze dienstverlenende organisaties aangekaart worden. Binnen de UHasselt is er momenteel een gebrek aan z'n overzicht. Vanuit bovenstaande gegevens is de centrale onderzoeksvraag van deze masterproef tot stand gekomen. *Wat is de impact van StudentStartUP, Pitch Please en onderwijs in ondernemerschap op de ondernemingsattitudes en -intenties van UHasselt-studenten?* Een bijkomend aandachtspunt bij deze onderzoeksvraag is de mate van meetbaarheid van de ondernemerschapsattitudes en -intenties van studenten. Een mogelijke manier is om een vergelijking te maken tussen BEW-studenten (Bedrijfseconomische Wetenschappen) en studenten uit andere richtingen. Studenten uit de faculteit BEW genieten namelijk van meer ondernemerschapsgerelateerde vakken dan studenten uit andere faculteiten. Vertonen BEW-studenten na het afstuderen effectief een hogere intentie om een onderneming op te starten in vergelijking met de andere? Tot de doelgroep van dit onderzoek zullen dus alle UHasselt-studenten behoren; niet alleen studenten uit economische richtingen worden bevraagd maar ook UHasselt-studenten uit niet-economische richtingen.

In deze studie zal niet alleen gekeken worden naar het effect van onderwijs op ondernemerschap maar zal ook onderzocht worden welke rol het ecosysteem ondernemend onderwijs binnen UHasselt speelt in de ondernemingsattitudes en -intenties van UHasselt-studenten. Onder dit ecosysteem behoren het aanbod van opleidingsonderdelen rond ondernemerschap alsook de ondersteunende dienstverleningen van StudentStartUP en Pitch Please.

Zoals eerder vermeld, is het zeker zinvol om ook een nauwkeurig beeld te verkrijgen van het huidige ondernemingsklimaat en de behoeften van studenten binnen UHasselt. Deze masterproef onderzoekt aldus wat de houding is van UHasselt-studenten tegenover ondernemerschap en hun gepercipieerde voordelen en nadelen van het ondernemerschap. *Welke voordelen en nadelen verbonden aan het ondernemerschap ervaren UHasselt-studenten?* is daarom een eerste deelvraag in deze masterproef. Uit deze deelvraag kan vervolgens afgeleid worden welke extra ondersteuning studenten nog nodig zouden kunnen hebben. Zo kan worden nagegaan welke aspecten in onderwijs in ondernemerschap en welke specifieke ondersteuning zouden kunnen leiden naar een hogere intentie van UHasselt-studenten om te kiezen voor het ondernemerschap. Een tweede deelvraag kan hieruit volgen: *Wat kunnen ondernemerschapsgerelateerde opleidingsonderdelen enerzijds en StudentStartUP en Pitch Please anderzijds extra doen om de ondernemingsgezindheid van UHasselt-studenten te verhogen?*

De bevindingen van deze masterproef kunnen een betekenisvolle bijdrage bieden in het aanbieden van een nog betere ondersteuning van studenten en student-ondernemers en in het creëren van een leeromgeving die ondernemingszin en ondernemerschap bij studenten binnen UHasselt nog meer stimuleert.

HOOFDSTUK 2: LITERATUURSTUDIE

2.1. Ondernemerschap: definitie en belang

2.1.1. Definitie

Om dit onderzoek zo goed mogelijk uit te voeren, wordt eerst nagegaan wat onder ondernemerschap precies wordt verstaan. In de Engelstalige literatuur worden de termen "self-employment" of "entrepreneurship" gebruikt om naar ondernemerschap te verwijzen. Er is uit onderzoeken in ondernemerschap gebleken dat er een gebrek is aan een algemeen aanvaarde definitie van ondernemerschap (Brockhaus, 1987; Brockhaus & Horwitz, 1985; Carsrud et al., 1985; Low & MacMillan, 1988; Ronstadt et al., 1986; Sexton & Smilor, 1985; Wortman, 1985). Daarom zijn verschillende beschrijvingen in de literatuur terug te vinden. Zo omschreef Bouckaert ondernemerschap als volgt: "Ondernemerschap is het nadenken over middelen en uitkomsten of het ontwikkelen van nieuwe systemen waarin bepaalde middelen worden bijeengebracht om bepaalde uitkomsten te verkrijgen. Dit zijn means-ends frameworks" (Bouckaert, 2013 p. 1). Blanchflower (2000) daarentegen legde de focus meer op het individu, de ondernemer zelf. Hij zag ondernemerschap eerder als een mogelijkheid om flexibiliteit, onafhankelijkheid en een bron van inkomsten te creëren voor het individu. Daarnaast benadrukt hij ook de risico's voor het individu die aan het ondernemerschap verbonden zijn, waaronder verlies van spaargeld, stress en spanningen (Blanchflower, 2000). Het is duidelijk dat ondernemerschap een zeer complex begrip is. Verschillende activiteiten en bestaansvoorwaarden worden gebruikt om het te beschrijven. Men moet daarom bij discussies over ondernemerschap zich er steeds van bewust zijn, dat dit een ruim concept is met verschillende betekenissen (Gartner, 1990).

Het begrip ondernemerschap in deze masterproef sluit aan bij welk Strate (2009) in haar onderzoek heeft gehanteerd. In deze omschrijving wordt immers duidelijk gemaakt welke gedragingen ondernemers moeten vertonen en dat deze beduidend verschillen in vergelijking met die van gewone werknemers. De definitie van ondernemerschap in deze studie, gevormd door Sarasvathy (2001) en Shane (2003), is dus gebaseerd op het gedrag. "Ondernemers moeten mogelijkheden ontdekken en weten hun voordeel eruit te halen, zij moeten ook in staat zijn onder onzekere omstandigheden en met beperkte middelen beslissingen snel te kunnen nemen, vergeleken met de meeste werknemers moeten zij harder werken en zij moeten over een grote diversiteit aan vaardigheden en kennis beschikken." (Shane, 2003 p. 2).

Als nu de vraag wordt gesteld wat een ondernemer juist is, is deze eenvoudiger te beantwoorden. Iemand die voor eigen rekening en risico werkt, wordt door Bruins (2006) als ondernemer omschreven. Daarnaast worden ondernemers hoofdzakelijk gekenmerkt door het bezitten van bepaalde attitudes die leiden tot sterkere intenties om ondernemer te worden. Zo wordt een ondernemer weerspiegeld als een individu met unieke persoonlijkheidskenmerken en vaardigheden. De meest beschreven aspecten zijn: risico nemen, locus of control, autonomie, doorzettingsvermogen, betrokkenheid, visie en creativiteit (Gartner, 1990).

De visie op een ondernemer die in dit onderzoek gehanteerd zal worden, komt grotendeels overeen met die van Gartner (1990). Ondernemers zijn personen die bepaalde unieke attitudes, karakteristieken en capaciteiten hebben die hen meer in de richting van ondernemerschap sturen. Hieronder wordt hoofdzakelijk gedacht aan creativiteit, het ontdekken van opportuniteiten, het nemen van risico's, veerkracht en onafhankelijkheid.

2.1.2. Belang

Het belang van ondernemerschap neemt steeds meer toe in deze samenleving. Niet alleen omwille van de nood aan de economische groei en de creatie van innovatieve ideeën, maar ook voor de ontwikkeling van het individu zelf. Het zou namelijk kunnen bijdragen tot zijn persoonlijke succes. (Van Praag, 2016).

Ook Baumel en Strom concludeerden in hun onderzoek dat "entrepreneurs, in their role as exploiters of unnoticed opportunities, play a primary role in the working of the market mechanism and the growth we have witnessed in recent years" (Baumel & Strom, 2007 p. 236).

Matlay haalde dan weer aan dat in de afgelopen jaren ondernemerschap en onderwijs in ondernemerschap worden beschouwd als redmiddel voor de stagnerende of afnemende economie in zowel ontwikkelde landen als ontwikkelingslanden (Matlay, 2006 p. 704).

In België blijkt de gebrekkige ondernemingscultuur de grote hinderpaal geweest te zijn voor ondernemerschap, wat op zijn beurt de Belgische economische ontwikkeling belemmerd heeft (Nationale Bank van België, 2016). In een rapport van Itinera Institute¹ van 2017 wordt vermeld dat in een meting van 2014, Belgische respondenten geen hoge status toekenden aan succesvolle ondernemers. In deze lijst van 21 OESO²-landen stond België als voorlaatste, voor Spanje (Van De Cloot & Simons, 2017). Het is daarom van essentieel belang dat een positieve houding tegenover het ondernemerschap aangemoedigd blijvend aangemoedigd wordt. Burgers in ons land moeten er nog meer van bewust gemaakt worden, dat het opstarten van een eigen onderneming een aantrekkelijke en waardevolle professionele keuze is en dat ondernemers een cruciale rol innemen in de Belgische maatschappij. Een dergelijke verandering in de Belgische ondernemingscultuur kan een zeer gunstig effect hebben op het handhaven en het verhogen van de toekomstige welvaart in ons land (Nationale Bank van België, 2016).

¹ Itinera is een Belgische denktank die in alle objectiviteit en volledig autonoom aanzienlijke maatschappelijke vraagstukken bestudeert, gericht op verbetering van het beleid (Itinera Institute).

² De Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling (OESO) is een samenwerkingsverband van 36 landen. De OESO speelt een rol in het bespreken, bestuderen en coördineren van sociaal en economisch beleid. Het gezamenlijk oplossen van problemen en het afstemmen van internationaal beleid zijn de streefdoelen van de aangesloten landen (FOD Buitenlandse Zaken, Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking, 2016).

2.2. Het Belgische startup ecosysteem

Het is van zeer groot belang dat de Belgische overheden initiatieven blijven nemen om het ondernemerschap te stimuleren. Dit omdat het ondernemerschap een belangrijke rol speelt in de duurzame economische groei en de bijkomende tewerkstelling in Vlaanderen (Neudt, 2018).

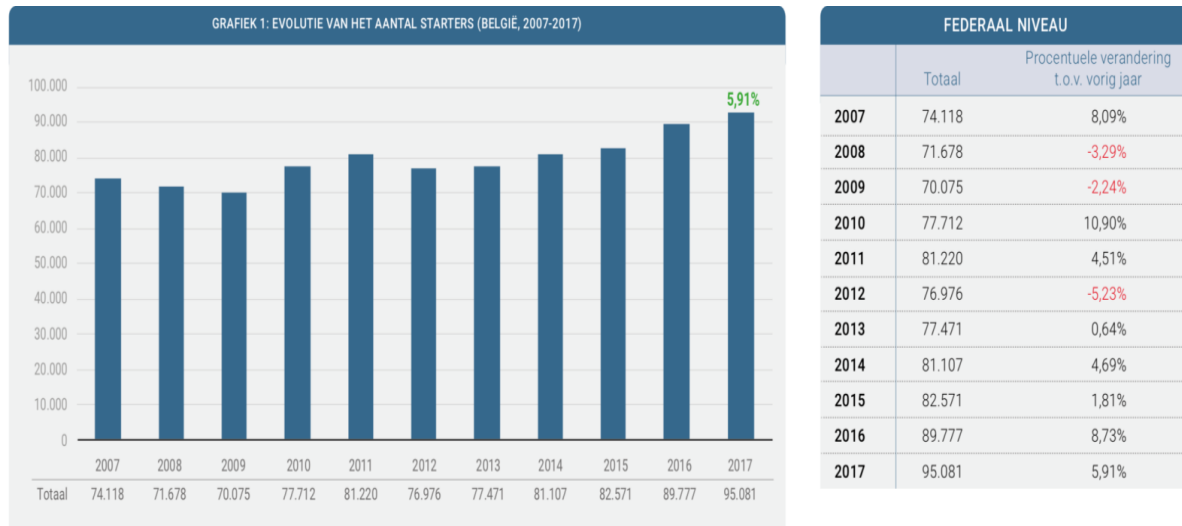
België heeft het op vlak van het aantal startende ondernemingen een lange tijd minder goed gedaan in vergelijking met onze buurlanden Duitsland, Nederland en Frankrijk. Twee keer per jaar maakt de Global Entrepreneurship Monitor (GEM), een internationaal initiatief, een soort van wereldranglijst op met betrekking op het ondernemerschap. De GEM-rapporten houden niet alleen rekening met de activiteitsniveaus van ondernemers maar bieden ook inzichten in de ondernemersattitudes. Daarom kunnen deze rapporten beschouwd worden als een belangrijke informatiebron voor de discussie over de mate van ondernemerschap in ons land. Zoals eerder vermeld in de inleiding, werd België een tiental jaren geleden door de Global Entrepreneurship Monitor helemaal onderaan geplaatst. In 2007 lag zelfs het aantal startende ondernemingen in de onderzochte landen nergens zo laag als in België (Neudt, 2018).

Een ondernemersland kan België dus niet genoemd worden. Het merendeel van de actieve burgers prefereren een job in dienstverband boven een eigen onderneming. Uit de statistieken van Eurostat en van de OESO in 2016 concludeerde men dat ons land achteraan stond. In de voorbije jaren lijkt er echter iets te bewegen. Het gaat steeds meer de goede richting uit met het ondernemerschap in België. Er worden meer nieuwe initiatieven genomen om ondernemerschap te stimuleren. Ook universiteiten en hogescholen merken een toename in het aantal studenten die een eigen startup nastreven (De Preter, 2016).

In de afgelopen jaren is er echter een duidelijke toename van het aantal starters in Vlaanderen te merken. Dankzij een verbetering van het imago van ondernemerschap, een ondernemersvriendelijk klimaat dat door de regering gecreëerd werd en een sterk gewijzigde tijdsgeschiedenis, is ondernemen steeds meer van deze tijd (Belga, 2018). Steeds meer mensen durven nu effectief de stap te zetten naar ondernemerschap. Uit de Startersatlas 2018 met cijfers van 2017 voorgesteld door bedrijfsinformatiespecialisten Graydon, UNIZO en UCM, blijkt dat er zowel in Wallonië als in Vlaanderen een flinke toename van de hoeveelheid starters was, respectievelijk 6.89% en 5,66%. Ook de jaren voordien was er een groei. In 2017 werden er 52.187 nieuwe ondernemingen in Vlaanderen opgestart (Van den Broele, 2018). Het jaar daarop, in 2018, werd eveneens een nieuw recordaantal startups vastgesteld. Voor het Vlaams Gewest zijn in 2018 maar liefst 57.010 nieuwe eenmanszaken en vennootschappen bijgekomen. Dit is een groei van 9.1% ten opzichte van het jaar voordien. (Belga, 2019).

De trend van de voorbije jaren blijft dus zeker standhouden. Het groeiende aantal nieuwelingen is in ieder geval positief nieuws, want het toont aan dat ondernemers vertrouwen hebben in de toekomst. (De Smyter, 2018).

In de UNIZO-Startersatlas wordt de onderstaande tabel (Startersatlas, 2018) weergegeven. Hierop wordt duidelijk de positieve evolutie weergegeven van het aantal starters in België tussen de jaren 2007 en 2017.



Figuur 1. Evolutie van het aantal starters (Startersatlas, 2018)

2.3. Aangeboren vs. aangeleerd

“Wordt men als ondernemer geboren of kan ondernemend gedrag ook aangeleerd worden?”. Deze vraag wordt frequent gesteld in gesprekken omtrent het ondernemerschap.

Het bestuderen van de volgende twee vragen kan een grote bijdrage leveren tot deze discussie (Van Praag, 2016):

- (1) “In welke mate wordt ondernemerschap bepaald door nature of nurture?” (Lindquist et al., 2015 p. 99).
- (2) “Als nature niet de enige bepalende factor is, kan de school dan een bijdrage leveren tot de ontwikkeling van succesvol ondernemerschap?” (Henrekson en Sanandaji, 2014; Van Praag et al., 2013 p. 99).

In de bestaande literatuur zijn verklaringen terug te vinden voor zowel de overtuiging dat ondernemerschap aangeboren is als voor die dat het aangeleerd kan worden.

Het standpunt dat ondernemerschap aangeboren is, steunt hoofdzakelijk op de resultaten van diverse studies bij tweelingen (Roderick, White, Thornhill, & Hampson, 2007). Uit deze studies is gebleken dat er genetische gelijkenissen en verschillen zijn die veel verklaren over de interesse en keuze van mensen om ondernemer te worden (Arvey et al., 1989; Moloney, Bouchard, & Segal, 1991; Nicolaou et al., 2008; Zhang et al., 2009; Nicolaou & Shane, 2010). Volgens deze

onderzoekers zijn bepaalde attitudes, waarden en interesses eerder genetisch bepaald (Loehlin, 1992).

Ook oudere studies van onder meer Garfield (1986), Hughes (1986) en Silver (1985) veronderstelden dat ondernemers beschikken over bepaalde aangeboren kenmerken en kwaliteiten waarmee ze zich onderscheiden van anderen (Cunningham & Lischeron, 1991).

Toch wordt in het grootste deel van de literatuur het standpunt dat ondernemerschap aangeleerd kan worden, aangetroffen. De overtuiging dat men ondernemende vaardigheden werkelijk kan aanleren, is van groot belang voor mijn onderzoek. In deze masterproef wordt dan ook de visie van het bovenstaande gevolgd dat ondernemerschap aangeleerd of ten minste geprikkeld kan worden.

Zo stelden Kolvereid en Moen (1997) in hun onderzoek vast dat de ondernemingsintenties van afgestudeerden in een studierichting met focus op ondernemerschap, beduidend hoger lagen dan afgestudeerden uit andere richtingen.

Bovendien is er ook een overvloed aan bewijs dat er succesvolle methoden zijn in het onderwijs voor ondernemerschap (Henry et al., 2003, 2005a, b). In de paper van Taatila (2010) worden verschillende succesvolle cases beschreven. Deze focussen zich op hoe bepaalde zaken aangeleerd kunnen worden in het ondernemerschap. Daarnaast worden er ook enkele belangrijke aspecten voorgesteld die onderwijsinstellingen zouden moeten overwegen om het leerproces te stimuleren. Zo wordt in de paper vermeld dat ondernemende vaardigheden aangeleerd kunnen worden via praktijkgerichte projecten om zich zo voor te bereiden op het werkelijke leven. Een ondernemende student heeft namelijk de mogelijkheid om voortdurend te leren via het opdoen van echte ervaringen. Er wordt echter wel benadrukt dat het leren gebaseerd moet zijn op persoonlijke belangen van studenten. Studenten moeten dus met andere woorden intrinsiek gemotiveerd zijn om ondernemingsvaardigheden te leren.

Het stimuleren van studenten om te ondernemen is dus van groot belang. Onderwijs in ondernemerschap zou hier een invloedrijke rol in kunnen spelen. Het is zeer interessant om te weten of ondernemerschapskwaliteiten en -vaardigheden wel degelijk aangeleerd kunnen worden of mensen eerder als ondernemers geboren worden. Zodoende kan onderzocht worden wat de impact van enerzijds ondersteunende diensten en anderzijds onderwijs in ondernemerschap is op ondernemingsattitudes en -intenties van studenten binnen UHasselt.

Onderwijs in ondernemerschap (opleidingsonderdelen omtrent ondernemen) en dienstverlenende organisaties waaronder StudentStartUP en Pitch Please zijn de voornaamste pushfactoren die aan bod zullen komen in dit onderzoek. Zo zal bestudeerd worden in welke mate deze factoren studenten meer kunnen "pushen" richting het ondernemerschap.

2.4. Rol van student-ondernemers en statuut student-ondernemer

Zoals meerdere onderzoekers hebben aangegeven, spelen ondernemers een cruciale rol in de economische ontwikkeling van een land want zij zorgen onder meer voor groei, tewerkstelling en innovatie (Schumpeter, 1934; Drucker, 1985; Neudt, 2018). Een specifiek fenomeen dat de laatste jaren aan een opmars bezig is, is student-ondernemerschap. Ondernemerschap als carrière-mogelijkheid aantonen bij studenten, is daarom van groot belang omdat ze als potentiële ondernemers in de toekomst veel kunnen betekenen voor de economie. Om deze reden zijn er de laatste jaren verschillende initiatieven genomen, gericht op jongeren en studenten. Dit weerspiegelt het bewijs van erkenning door beleidsmakers en onderwijsinstellingen. Voorbeelden van genomen initiatieven om ondernemingszin bij studenten te stimuleren, zijn Accent op Talent, Actieplan Ondernemend Onderwijs, Syntra-Vlaanderen, Vlajo, Ondernemende School door UNIZO, enzovoort (De Nijs, 2007).

In de wetenschappelijke literatuur zijn verschillende verbanden terug te vinden tussen "self-employment" (ondernemerschap) en werkloosheidscijfers (Thurik, Carree, Van Stel, & Audretsch, 2008). Zo omschreven Thurik, Carree, Van Stel en Audretsch (2008) in hun studie het zogenaamde "entrepreneurial effect". Met dit effect wordt bedoeld dat er een verlaagde werkloosheidsgraad optreedt als gevolg van meer startende ondernemingen. In deze visie is er dus sprake van een negatieve correlatie tussen ondernemerschap en de werkloosheidsgraad. Het investeren in een beleid dat ondernemerschap, en dus ook student-ondernemerschap, stimuleert, kan waardevol zijn in functie van de strijd tegen jongerenwerkloosheid. Daarom moet de focus meer gelegd worden op studenten. Deze groep is immers een aanzienlijk gedeelte van de jongerenpopulatie en kan dus door middel van ondernemerschapsgerelateerde activiteiten nog het grootste deel van hun leven besteden aan het creëren van een maatschappelijke waarde en werkgelegenheid. Het verminderen of wegnemen van de drempels omtrent ondernemerschap die studenten momenteel ervaren, kan hierop een zekere impact hebben.

Ook Sieger, Fueglistaller en Zellweger (2014) benadrukten in hun paper de waarde van studenten. Ze formuleerden het als volgt: "Students represent the entrepreneurs of tomorrow; their entrepreneurial plans and activities will shape tomorrow's societies and the overall economic well-being." (Sieger, Fueglistaller, & Zellweger; 2014 p. 5). Het is daarom zeer interessant voor verschillende belanghebbenden, zoals academici, onderwijzers, beleidsmakers en studenten om een zicht te hebben op het aantal studenten die van plan zijn om een loopbaan als ondernemer na te streven. Hoe die ondernemersintenties tot stand komen, is eveneens een belangrijk topic om te onderzoeken. Het GUESSS-project (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) is een groot onderzoeksproject over student-ondernemerschap dat deze vraag maar ook andere vragen op globaal niveau behandelt. De resultaten uit dit project toonden weerom aan dat student-ondernemerschap waarde kan toevoegen aan de samenleving en aan de economie in het algemeen. De extra jobs die reeds gecreëerd zijn door ondernemingen van studenten zijn hier een voorbeeld van (Sieger, Fueglistaller, & Zellweger; 2014).

Volgens Venkatraman (1996) is de toenemende interesse in student-ondernemers meer dan louter een rage. Het weerspiegelt namelijk de opkomende economische omgeving die gecreëerd wordt door een combinatie van verschillende gebeurtenissen, waaronder de opkomst van nieuwe technologieën en drastische veranderingen in de bedrijfswereld.

Het is dus zeer duidelijk dat de rol van studenten als mogelijke toekomstige ondernemers niet uit het oog verloren mag worden. Ze moeten echter voldoende erkenning en ondersteuning krijgen. Een mooi voorbeeld hiervan is de oprichting van het statuut van "student-ondernemer". Dit volledig nieuw statuut bestaat sinds 1 januari 2017. Dit initiatief heeft voornamelijk als doel de ondernemingsgeest bij jongeren aan te moedigen (Compass, 2017). Zo wil de overheid met deze regeling studenten motiveren om niet te wachten om te ondernemen tot ze daadwerkelijk een diploma in handen hebben, maar hen al de mogelijkheid geven om te starten tijdens hun studies (Jobat, 2017). Vanuit maatschappelijk belang geldt namelijk: hoe meer ondernemers, hoe beter voor de economie.

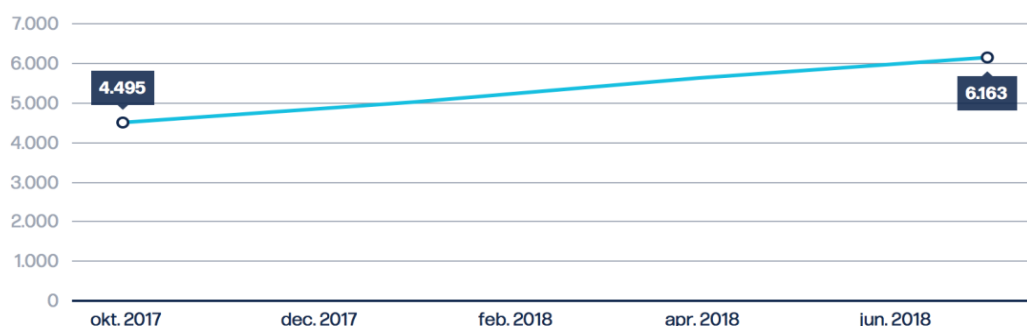
Het statuut voor student-ondernemers biedt zo ook tal van voordelen. Jongeren kunnen, zoals tevoren vermeld, met dit statuut hun studies combineren met het ondernemen terwijl ze nog steeds fiscaal ten laste kunnen blijven van hun ouders. Daarnaast voorziet het statuut een voordelig stelsel betreffende de sociale bijdragen. Wie nu in aanmerking komt voor dit statuut, zijn student-ondernemers tussen de 18 en 25 jaar die ingeschreven zijn voor lessen in een onderwijsinstelling om een diploma te behalen dat erkend wordt door de bevoegde instantie (De Unie van Zelfstandige Ondernemers [UNIZO], z.j.).

Dit sociaal statuut valt wel degelijk in de smaak bij studenten. Veel meer studenten durven hierdoor hun ideeën waar te maken en dus de sprong te wagen om te ondernemen. Zoals reeds vermeld in de inleiding, halen verschillende bronnen aan dat sinds het ontstaan van het nieuwe statuut "student-ondernemer" het aantal student-ondernemers alleen maar is toegenomen (Grommen, 2018). In 2018 startten maar liefst 6.931 studenten hun eigen onderneming (De Wandeleer & Desmet, 2018).

De onderstaande grafiek (VRT, 2018) laat duidelijk zien dat er een grote toename is van het aantal student-ondernemers tussen de periode van oktober 2017 en juni 2018.

Hoeveel student-zelfstandigen zijn er?

Evolutie sinds de invoering van het statuut op 1 januari 2017



Figuur 2. Evolutie student-zelfstandigen (VRT, 2018)

Daarnaast werd er in 2018 een nieuw decreet van Vlaams minister van Onderwijs Hilde Crevits goedgekeurd. Dit decreet laat toe dat ondernemingszin niet alleen beperkt wordt tot economische studierichtingen, maar ook een vakgebied zal worden binnen andere opleidingen van scholen en kennisinstellingen. Het nieuwe decreet zal van start gaan op 1 september 2019 voor alle studierichtingen in de eerste graad. Met deze invoering wordt verwacht dat het aantal student-ondernemers nog aanzienlijk zal toenemen, wat zeer positief is (De Wandeleer & Desmet, 2018).

2.5. Onderwijs in ondernemerschap in functie van student-ondernemerschap

2.5.1. Het belang

Kennisinstellingen, waaronder universiteiten en hogescholen, kunnen ondernemerschap ondersteunen op verschillende manieren. Het voorzien van co working plaatsen voor studenten en/of het doorverwijzen van studenten naar een (pre-) incubator of accelerator, zijn mogelijke voorbeelden. Zo kunnen studenten gebruikmaken van een kantoorruimte en bijhorende faciliteiten maar hebben ze eveneens de mogelijkheid om kennis te maken met andere starters en in contact te komen met andere ondernemers, mentors en coaches. Daarnaast kunnen kennisinstellingen een aantal onderwijs- en examenfaciliteiten aanbieden om de combinatie van studeren en ondernemen te vergemakkelijken. Het aanbieden van verschillende ondernemerschapsgerelateerde opleidingsonderdelen is tevens een effectieve aanpak waarmee kennisinstellingen het ondernemerschap kunnen ondersteunen. De technische kennis (boekhouden, btw, businessplan...) bij studenten verrijken en/of de ondernemende mindset bij deze groep activeren, zijn de voornaamste doelstellingen van ondernemerschapsgerelateerde vakken. Ondernemerszin, Bouwstenen van Ondernemerschap en Business Planning zijn voorbeelden van vakken die UHasselt momenteel aanbiedt aan studenten die geen economische richting volgen. Studenten uit economische richtingen krijgen standaard een aanbod van verschillende opleidingsonderdelen gerelateerd aan ondernemerschap waaronder Bedrijfskunde, Vennootschapsboekhouden, Ondernemen, Ondernemerschap, Business English, ... Het effect van onderwijs in ondernemerschap op de attitudes en intenties is tot nu verhoudingsgewijs echter weinig onderzocht. Dit ondanks dat onderzoekers toch de veronderstelde voordelen van onderwijs in ondernemerschap met betrekking tot attitudes en intenties meermaals benadrukt hebben (Krueger & Brazeal, 1994; Gorman, Hanlon & King, 1997; Peterman & Kennedy, 2003).

2.5.2. Wetenschappelijk onderzoek onderwijs in ondernemerschap

In dit onderdeel worden twee belangrijke studies besproken die de relatie tussen ondernemend onderwijs en ondernemingsattitudes en -intenties onderzocht hebben.

Het onderzoek van Saeed et al. (2015) had als doel het bepalen van de omvang van universitaire ondersteuning en de impact op de ondernemingsintentie en -gedrag van studenten. Hiervoor was het echter belangrijk om de waargenomen perceptie van deze ondersteuning bij de student na te gaan. De onderzoekers argumenteerden dat onderwijs in ondernemerschap en ondersteuning belangrijk zijn voor de mate van ondernemerschap bij studenten. Aan de hand van hun bevindingen

hebben ze een duidelijk beeld kunnen geven van de rol van onderwijs en ondersteuning bij de vorming van ondernemingsintenties van studenten (Saeed, Yousafzai, Yani-De-Soriano, & Muffato, 2015).

De resultaten van dit onderzoek toonden aan dat ondanks het feit dat onderwijs in ondernemerschap een belangrijke invloed heeft op de ondernemingsintentie van studenten, dit niet de enige factor is. Er was namelijk gebleken dat naast de institutionele ondersteuning nog drie soorten van universitaire ondersteuning voorkomen, die de waargenomen haalbaarheid van studenten verbeterde. Een eerste vorm van ondersteuning was "perceived education support". Dit komt in mijn masterproef overeen met onderwijs in ondernemerschap. Daarnaast konden universiteiten ook meer gerichte ondersteuning aanbieden aan individuele studenten of groepen studenten bij het opstarten van een eigen zaak. Deze specifieke ondersteuning kwam in twee soorten voor: "perceived concept development support" en "perceived business development support". "Concept development support" speelde door het prikkelen van bewustwording en motivatie vooral een belangrijke rol in de vroege stadia van het ondernemingsproces, waarin de ontdekking en ontwikkeling van opportuniteiten plaatsvonden. (Shane en Venkataraman 2000). "Business development support" werd typisch aangeboden aan startende ondernemingen gedurende de latere stadia van het ondernemingsproces. De intentie om een bedrijf op te starten werd naast de gepercipieerde haalbaarheid echter ook bepaald door het verlangen, gevormd door de individuele motivatie die studenten vertoonden (Saeed, Yousafzai, Yani-De-Soriano, & Muffato, 2015).

Als onderwijsinstellingen met hun ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen de ondernemingsintentie van studenten willen verhogen, moeten ze dus streven naar een hogere waargenomen haalbaarheid in combinatie met het prikkelen van de individuele motivatie van studenten. Zich toeleggen op het versterken van een aangepaste ondersteuning doorheen het ondernemingsproces zou volgens de studie een goede aanbeveling hiervoor zijn. Deze bevindingen kunnen gelinkt worden aan het bezitten van een "entrepreneurial mindset". Een ondernemersmentaliteit is een vereiste om succesvol te kunnen ondernemen. McGrath en MacMillan (2000) beschreven deze mindset als "The successful future strategists will exploit an entrepreneurial mindset, melding the best of what older models have to tell us with the ability to rapidly sense, act, and mobilize, even under highly uncertain conditions." (Ireland et al., 2003 p. 967).

Een andere studie heeft eveneens het effect van ondernemingsonderwijs getest op de ondernemingsattitudes en -intenties, maar specifiek voor wetenschaps- en ingenieursstudenten (Souitaris, Zerbinati, & Al-Laham, 2007). De focus van dit onderzoek lag op het nagaan of de hedendaagse veronderstelling dat onderwijs in ondernemerschap de intentie om een zaak op te starten, zou verhogen, al dan niet klopte.

Het onderzoek is gebaseerd op de volgende twee vragen (Souitaris et al., 2007, p. 1):

- (1) "Do entrepreneurship education programmes raise entrepreneurial attitudes and intention of students?"
- (2) "Which programme-derived benefits raise entrepreneurial attitudes and intention?"

Ze hebben hiervoor het effect getest van drie veronderstelde voordelen afgeleid uit het onderwijsprogramma. Deze voordelen waren leren, inspiratie en het gebruik van middelen. Onder leren werd de kennis over ondernemerschap die studenten tijdens een onderwijsprogramma verwerven, verstaan. Inspiratie riep attitudes en intenties op bij studenten en vergrootte de kansen dat studenten effectief een carrière als ondernemer zouden overwegen. Ten slotte kunnen studenten uit ondernemerschapsprogramma's ook gebruik maken van een pool van middelen, die hen kunnen helpen om hun ideeën te beoordelen en ze tot een onderneming te ontwikkelen. Voorbeelden van middelen zijn: toegang tot een groep ondernemende medestudenten om een team op te bouwen, toegang tot advies van docenten, ...

De studie illustreerde dat vakken gerelateerd aan ondernemerschap een bron zijn van trigger-evenementen, die studenten inspireren. Ze zouden bij de studenten emoties opwekken en hun manier van denken veranderen. Inspiratie of anders verwoord *de ingeving* was het programma-afgeleide voordeel met het meeste effect op het verhogen van ondernemersattitudes en -intenties. Studenten werden immers geïnspireerd en geënthousiasmeerd tijdens het volgen van ondernemerschapsprogramma's, wat leidde tot een toename in de attitudes en intenties tegenover het ondernemerschap.

Dus samengevat, de eerst omschreven studie van Saeed et al. (2015) concludeerde dat onderwijs en ondersteuning met betrekking tot ondernemerschap een positieve invloed hebben op de waargenomen haalbaarheid en de individuele motivaties van studenten. Dit verhoogde vervolgens de intentie van studenten om een onderneming op te starten. Het verbeteren van een aangepaste ondersteuning zou een grote bijdrage kunnen leveren aan een verhoogde intentie. Het onderzoek van Souitaris et al. (2007) daarentegen benadrukte eerder het belang van emoties die tijdens onderwijs in ondernemerschap opgewekt worden, die zo een gunstig effect hadden op de ondernemingsintenties van studenten.

Doordat deze twee studies nauw aansluiten op de centrale onderzoeksvraag van deze masterproef, zullen deze ook als belangrijkste inspiratiebron gehanteerd worden. Binnen deze masterproef zal niet enkel het effect van ondernemerschapsgerelateerde opleidingsonderdelen op ondernemingsintenties en -attitudes van studenten nagegaan worden, maar er zal ook nog onderzocht worden wat de impact van de ondersteunende dienstverlening (bijvoorbeeld instanties zoals StudentStartUP of projecten zoals Pitch Please) hierop is. Deze specifieke onderzoeksrichtingen zullen getoetst worden aan de context van één specifieke kennisinstelling, namelijk Universiteit Hasselt. Het belangrijkste uitgangspunt voor dit onderzoek zijn dan ook de beperkingen en suggesties voor verder onderzoek, afgeleid uit de twee hierboven beschreven studies.

2.6. Dienstverlenende platformen binnen onderwijsinstellingen

In zowat elke hogeschool en universiteit in Vlaanderen is er een platform dat studenten en student-ondernemers een gratis dienstverlening aanbiedt gedurende hun ondernemingstraject. Het prikkelen van ondernemingszin bij studenten is een van de voornaamste doelstellingen van deze diensten.

Studenten kunnen bij deze organisaties ook terecht voor onder andere feedback over een bepaald ondernemingsidee en advies bij de opstart, doorgroei of stopzetting van hun onderneming. Het is namelijk een soort van eerste aanspreekpunt voor alle vragen rond ondernemen. Deze instanties spelen dus een zeer belangrijke rol in het begeleiden en ondersteunen van student-ondernemers.

2.6.1. Rol StudentStartUP binnen UHasselt

Binnen Universiteit Hasselt bestaat er nu al meer dan drie jaar StudentStartUP, een samenwerkingsinitiatief tussen Hogeschool PXL en Universiteit Hasselt. Dit is een dienst met als doel een leefomgeving te creëren die ondernemingszin en ondernemerschap bij studenten stimuleert. Zo staat het studenten gedurende hun traject bij door hen tijdens hun studententijd te helpen te ontdekken waar ze goed in zijn en wat ze graag doen. Het geeft studenten eveneens de mogelijkheid om hun ondernemingsvaardigheden te verbeteren, zich te ontwikkelen en ervaringen op te doen. Zo organiseert StudentStartUP regelmatig interactieve sessies, workshops, infosessies,... om studenten klaar te stomen voor de toekomst en ook om in contact komen met andere ondernemende studenten.

Het ondersteunen en begeleiden van studenten die tijdens hun studie een eigen zaak willen opstarten, behoort ook tot het takenpakket van StudentStartUP. Er wordt advies gegeven over de beste manier om alle stappen in dit proces aan te pakken. Het in contact komen met de meest ideale partners is zeer belangrijk voor de verdere uitbouw van een onderneming. StudentStartUP helpt studenten (én alumni) hier dan ook bij (UHasselt, Jaarverslag StudentStartUP 2018).

Daarnaast wordt door de faculteit BEW een aanbod van vakken rond het topic ondernemen aangeboden aan studenten. StudentStartUP faciliteert dit aanbod en maakt studenten warm om ze te volgen. Deze vakken zijn bedoeld om de technische kennis van studenten (boekhouden, btw, businessplan,...) te verfijnen en/of hun ondernemende mindset te prikkelen. "Ondernemingszin", "Bouwstenen van Ondernemerschap" en "Businessplan in de praktijk" zijn multidisciplinaire vakken die sinds kort binnen de UHasselt georganiseerd worden om ook studenten uit niet-economische opleidingen kennis en kunde rond ondernemerschap bij te brengen.

UHasselt voorziet ook een aantal onderwijs- en examenfaciliteiten om de combinatie van studeren en ondernemen voor studenten te faciliteren (UHasselt, Jaarverslag StudentStartUP, 2017).

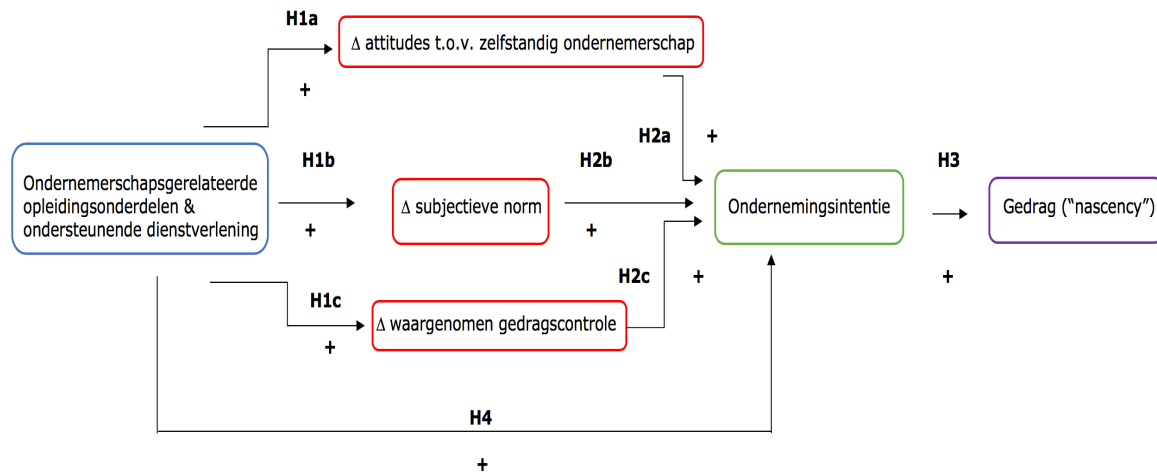
2.6.2. Rol Pitch Please binnen UHasselt

Pitch Please is een initiatief van Stad Hasselt in samenwerking met Universiteit Hasselt en Hogeschool PXL. Dit project wordt door VLAIO gesubsidieerd en heeft min of meer dezelfde bedoeling als StudentStartUP, namelijk om de ondernemende vaardigheden van jongeren (studenten) te versterken door hen te inspireren, informeren, uitdagen en te ondersteunen. Zo worden er vanuit Pitch Please regelmatig evenementen georganiseerd, waaronder inspiratiecafés, een "challenge day", workshops en online uitdagingen waarbij jongeren actief kunnen meezoeken naar oplossingen voor actuele uitdagingen in Hasselt. Daarnaast kunnen jongeren eveneens beroep doen op Pitch Please voor professionele begeleiding en advies om te ondernemen met een bepaald idee (Pitch Please, 2018). Docenten vallen tevens onder de doelgroep van Pitch Please. Om de ondernemende mindset

van deze doelgroep te verruimen, worden er vanuit Pitch Please een aantal workshops en inspiratie-events voor hen georganiseerd. Er is vastgesteld dat deze evenementen, georganiseerd door Pitch Please, een positieve invloed voortbrengen op de beeldvorming rond ondernemen, zowel bij studenten als docenten (Pitch Please, Jaarverslag 2019).

HOOFDSTUK 3: HYPOTHESESTELLING

Aan de hand van een conceptueel model zal duidelijk gemaakt worden welke aspecten onderzocht zullen worden.



Figuur 3. Conceptueel model

Het model in de bovenstaande figuur kadert binnen de *theory of planned behaviour* (Ajzen & Madden, 1986). Deze psychologische theorie veronderstelt dat gepland gedrag (planned behaviour), bijvoorbeeld het starten van een bedrijf, opzettelijk is (Ajzen, 1991) en beschouwt intentie van dat gedrag als voornaamste voorspeller. Intentie wordt dan weer het best voorspeld door attitudes. Attitudes worden in de paper van Souitaris et al. (2007) onderverdeeld in de houding tegenover het gedrag, subjectieve normen en waargenomen gedragscontrole.

De theorie van gepland gedrag (planned behaviour), specifiek bij ondernemerschap, heeft deze drie dimensies van attitudes omschreven (Souitaris et al., 2007). "Houding tegenover ondernemerschap" wordt gedefinieerd als het verschil tussen de percepties van het individueel verlangen om ondernemer te worden en organisatorisch in dienst te zijn. Iemand die meer voorstander is van een ondernemer dan van een organisatorische tewerkstelling, zal een hogere houding vertonen ten opzichte van ondernemerschap (Kolvereid, 1996). Met "subjectieve norm" wordt bedoeld wat belangrijke mensen uit de omgeving van de respondent denken in verband met of hij al dan niet zou kiezen voor ondernemerschap (Krueger et al., 2000). Ten slotte wijst "waargenomen gedragscontrole" op het eigen vermogen dat respondenten waarnemen om ondernemer te worden (Kolvereid, 1996).

Daarnaast wordt "intentie" gedefinieerd als een gemoedstoestand waarbij een persoon zijn belangstelling en actie richt op het realiseren van een zelfstandige activiteit in tegenstelling tot een tewerkstelling in een organisatie (Bird, 1988).

Een aantal onderzoekers (Dyer, 1994; Robinson et al., 1991; Krueger & Brazeal, 1994) waren van mening dat er een relatie bestaat tussen onderwijs in ondernemerschap en ondernemersattitudes,

intentie of actie om te ondernemen. Hier is echter nog weinig empirisch bewijs van terug te vinden (Souitaris, Zerbinati, & Al-Laham; 2007).

Er is dus wel degelijk een behoefte aan empirisch onderzoek naar het verband tussen onderwijs in ondernemerschap en ondernemingsattitudes en -intenties. Mijn eerste hypothese zal daarom betrekking hierop hebben. Deze hypothese wordt opgedeeld in drie verschillende veronderstellingen. Er zal immers voor elk van de drie componenten van attitudes: houding tegenover ondernemerschap, subjectieve norm en waargenomen gedragscontrole, nagegaan worden welk effect onderwijs in ondernemerschap en ondersteunende dienstverlening hierop hebben. Dit leidt ons tot de onderstaande drie hypothesen.

Hypothese 1a: Het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen (onderwijs) en/of ondersteunende dienstverlening (StudentStartUP, Pitch Please) m.b.t. ondernemerschap zullen een positief effect hebben op de attitude t.o.v. ondernemerschap

Met andere woorden, een student die onderwijs en/of ondersteunde dienstverlening m.b.t. ondernemerschap gevolgd heeft, zal ondernemerschap prefereren boven organisatorische tewerkstelling.

Hypothese 1b: Het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen (onderwijs) en/of ondersteunende dienstverlening (StudentStartUP, Pitch Please) m.b.t. ondernemerschap zullen een positief effect hebben op de subjectieve norm m.b.t. ondernemerschap.

Kortom, een student die onderwijs en/of ondersteunde dienstverlening m.b.t. ondernemerschap gevolgd heeft, zal positieve verwachtingen hebben in verband met wat belangrijke mensen uit de omgeving denken over zijn keuze voor een carrière als ondernemer.

Hypothese 1c: Het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen (onderwijs) en/of ondersteunende dienstverlening (StudentStartUP, Pitch Please) m.b.t. ondernemerschap zullen een positief effect hebben op de waargenomen gedragscontrole m.b.t. ondernemerschap.

Anders geformuleerd, een student die onderwijs en/of ondersteunde dienstverlening m.b.t. ondernemerschap gevolgd heeft, zal meer vertrouwen hebben in zijn vermogen om ondernemer te worden.

De relatie tussen attitudes (houding tegenover ondernemerschap, subjectieve norm en waargenomen gedragscontrole) en intentie om te ondernemen wordt grotendeels bevestigd aan de hand van empirische resultaten van onderzoek in ondernemerschap (Kolvereid, 1996; Krueger et al., 2000; Luthje & Franke, 2003). Toch is er vraag naar meer onderzoek om deze resultaten te bevestigen en te kijken of men dit verband al dan niet kan generaliseren (Kolvereid, 1996). De volgende stap in het model tracht dit te onderzoeken. Hieruit volgen deze veronderstellingen:

Hypothese 2a: Studenten met een hoge attitude t.o.v. ondernemerschap hebben een hoge ondernemingsintentie.

Hypothese 2b: Studenten met een hoge subjectieve norm m.b.t. ondernemerschap hebben een hoge ondernemingsintentie.

Hypothese 2c: Studenten met een hoge waargenomen gedragscontrole m.b.t. het ondernemerschap hebben een hoge ondernemingsintentie.

Ten slotte wil ik in deze masterproef de relatie tussen intentie en werkelijk gedrag onderzoeken. Er is hier echter eveneens een gebrek aan empirische studies die dit verband bewijzen. Daarom heersen er momenteel nog onduidelijkheden met betrekking tot deze relatie. Meer proefondervindelijk onderzoek hiernaar wordt door veel onderzoekers, waaronder Kolvereid (1996), gewenst.

Een individu met de intentie om een onderneming op te starten en dat in de startperiode een aantal gedragsactiviteiten uitvoert, zoals het verzamelen van middelen, wordt gedefinieerd als een "nascent entrepreneur" of een ontluikende ondernemer (Katz & Gartner, 1988). In de wetenschappelijke literatuur wordt de uitdrukkelijke veronderstelling aangenomen dat hoe meer activiteiten individuen initiëren of voltooien, hoe dichter de ontluikende ondernemer bij opstart van de onderneming komt. Men kan echter niet verwachten dat studenten na het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en/of ondersteunende dienstverlening effectief een onderneming zullen opstarten. Om deze reden zal getest worden of er een verband aanwezig is tussen enerzijds de intentie om ondernemer te worden en anderzijds "nascency". Van daaruit volgt deze laatste hypothese:

Hypothese 3: Het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen (onderwijs) en/of ondersteunende dienstverlening (StudentStartUP, Pitch Please) m.b.t. ondernemerschap zullen een positief effect hebben op de intentie van studenten om als ondernemer te werken, wat een positief effect heeft op de neiging om "nascent entrepreneurs" te worden en het aantal startupactiviteiten dat ze initiëren of voltooien.

Er moet echter opgemerkt worden dat hoge attitudes t.o.v. ondernemerschap (houding tegenover ondernemerschap, subjectieve norm en waargenomen gedragscontrole) eveneens aanwezig kunnen zijn bij UHasselt-studenten die niet voortgekomen zijn uit onderwijs in ondernemerschap of ondersteunende dienstverlening. Dit kan een vertekend beeld opleveren. Daarom zal een bijkomende hypothese opgesteld worden om een rechtstreekse vergelijking te maken tussen enerzijds onderwijs in ondernemerschap en dienstverlenende activiteiten en anderzijds ondernemingsintentie:

Hypothese 4: Het volgen van onderwijs en/of ondersteunende dienstverlening m.b.t. ondernemerschap hebben een positief effect op de ondernemingsintentie van studenten.

HOOFDSTUK 4: EMPIRISCH ONDERZOEK – METHODOLOGIE

4.1. Steekproef

Het uitgangspunt voor het empirisch onderzoek is een database met gegevens van 259 UHasselt-studenten. Voor het samenstellen van deze database is, d.m.v. het programma "Qualtrics", een onlinevragenlijst opgesteld met een 40-tal vragen. Om deze vragenlijst te construeren, is gebruik gemaakt van de voorafgaande literatuurstudie. Zo speelt de studie van Souitaris et al. (2007) een waardevolle rol in de vraagstellingen. De vragen die in de enquête opgenomen zijn, hebben als bedoeling de maatstaven van het conceptueel model te onderzoeken, specifiek bij UHasselt-studenten. Deze grootheden zijn het volgen van ondernemerschapsgerelateerde opleidingsonderdelen en ondersteunende dienstverlening, houding t.o.v. ondernemerschap, subjectieve norm, waargenomen gedragscontrole, ondernemingsintentie en -gedrag. Er is voor geopteerd om deze vragenlijst via het internet te verspreiden. Door de link naar deze online-enquête via mail te versturen naar alle studenten die momenteel studeren aan de Universiteit Hasselt, is het grootste deel van de respondenten verzameld. Aangezien dit meer dan 6000 studenten zijn, is dit in samenwerking met de communicatiedienst van de universiteit gebeurd. Als ervan uitgegaan wordt dat 6000 UHasselt-studenten de mail met de link naar de online-enquête ontvangen hebben en 430 studenten deze hebben ingevuld, bedraagt de *response rate* van dit onderzoek 7,17%. Jammer genoeg waren er veel respondenten die niet op alle vragen een antwoord hebben gegeven. Het aantal studenten die effectief de volledige vragenlijst hebben ingevuld, is 259. Dit komt slechts overeen met een *response rate* van 4,32%. Bovendien slaat dit onderzoek op een cross-sectionele studie vermits de gegevens verzameld zijn op één enkel tijdstip. De enquête heeft vier weken online gestaan.

4.2. Onderzoeksopzet

In het empirische gedeelte van dit onderzoek zal van het softwareprogramma SPSS gebruik gemaakt worden om meerdere hypotheses te toetsen. Er zullen drie afzonderlijke *serial multiple mediator models* en één OLS (*Ordinary Least Squares*) regressiemodel in SPSS getoetst worden.

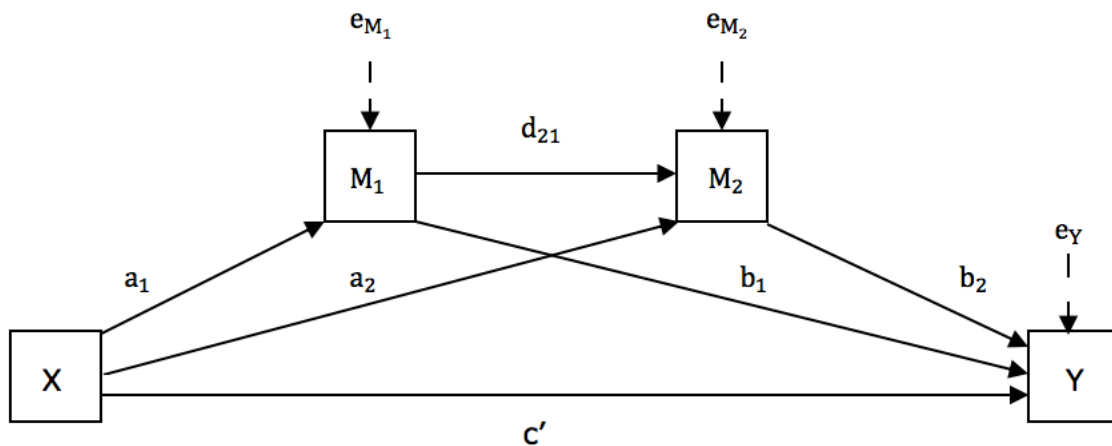
Om te beginnen worden drie mediatiemodellen in SPSS getoetst. Het model waarin de mediërende impact van variabelen geïntegreerd wordt, wordt een *multiple mediator model* genoemd (Hayes, 2013). Het conceptueel model van dit onderzoek bevat namelijk verschillende variabelen die als mediators optreden. Door een *multiple mediator analysis* toe te passen, kan het effect van een variabele overgebracht worden naar een andere variabele via meerdere mechanismen tegelijkertijd (Hayes, 2018). Er bestaan twee vormen van *multiple mediator models* die van elkaar verschillen. In het ene model opereren de mediators parallel van elkaar, zonder de andere te beïnvloeden. Het andere model bevat mediators die met elkaar verbonden zijn in een causale keten en dus onderling

gecorrleerd zijn (Hayes, 2013). Het doel van een *serial multiple mediator analysis* is het onderzoeken van de directe en indirecte effecten van de onafhankelijke variabele X op de afhankelijke variabele Y. Dit vindt plaats in een procesmodel waarin X een impact heeft op mediator M1 en die op zijn beurt een invloed uitoefent op mediator M2, enzovoort, eindigend bij Y als finale component.

Aangezien deze masterproef de directe en indirecte effecten van het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en dienstverlenende ondersteuning (X) op het ondernemingsgedrag (Y) van UHasselt-studenten bestudeert, hanteert dit onderzoek een *serial multiple mediator analysis*.

Voor het uitvoeren van de drie *serial multiple mediator analyses* wordt in dit onderzoek gebruik gemaakt van de methode van Hayes waarbij de regressiecoëfficiënten geschat worden aan de hand van de macro PROCESS. Deze berekeningstool gebruikt eveneens OLS, maar in vergelijking met gewone OLS-regressieanalyse biedt deze tool enkele voordelen. Zo verschaft PROCESS extra informatie nodig om inferentietesten en interpretaties te kunnen doen, die via een OLS-regressie in SPSS niet te bemachtigen is (Hayes, 2013). Voor het mediërend indirect effect maakt de macro bijvoorbeeld bootstrap betrouwbaarheidsintervallen (BootLLCI en BootULCI). Wanneer de waarde nul in het bootstrap betrouwbaarheidsinterval van het betreffende indirect effect voorkomt, dan wordt dit effect niet als statistisch significant geïnterpreteerd (Hayes, 2013).

Om de hypothesen H1a, H1b, H1c, H2a, H2b, H2c en H3 te testen, zullen drie afzonderlijke *serial multiple mediator models* opgesteld worden. Elke model bevat twee mediators die elkaar beïnvloeden. Er is dus steeds sprake van een ***serial multiple two-mediator model***. Eén van de drie onderverdelingen van attitudes fungeert telkens in de drie modellen als potentiële mediator. De literatuurstudie volgt namelijk de gedachtegang dat het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en dienstverlenende ondersteuning een positieve impact heeft op de ondernemingsintenties van studenten via de mediërende factor van de drie componenten van attitudes. Dit zijn houding tegenover het gedrag, subjectieve norm en waargenomen gedragscontrole. Het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en dienstverlenende ondersteuning wordt met andere woorden geacht de ondernemingsintentie indirect te beïnvloeden via de ondernemingsattitude. Vervolgens treedt ondernemingsintentie in de drie modellen op als een tweede mediator. De psychologische theorie, *Theory of Planned Behaviour*, beschouwt ondernemingsintentie namelijk als voornaamste voorspeller van ondernemingsgedrag (Ajzen & Madden, 1986). Het werkelijk gedrag om een onderneming te starten, opereert dan ook als afhankelijke variabele Y in het conceptueel model van dit onderzoek. Een *serial multiple two-mediator model* kan teruggevonden worden in figuur 4 in de vorm van een statistisch diagram.



Figuur 4. Een *serial multiple two-mediator model* in statistische diagramvorm

Het diagram in Figuur 4 geeft een mediatiemodel weer waarin X afgebeeld wordt als een effect te hebben op Y via vier paden. Drie routes zijn indirect. Een eerste loopt van X tot Y enkel via M_1 , een tweede opereert enkel via M_2 van X tot Y en een laatste indirecte stroom gaat achtereenvolgens zowel via M_1 als M_2 , waarbij M_1 een impact uitoefent op M_2 . Het resterende effect van de onafhankelijke variabele X is direct van X naar Y zonder door M_1 of M_2 te gaan. Het statistisch model in Figuur 4 kan overgebracht worden in drie vergelijkingen, omdat het model drie opeenvolgende variabelen bevat.

$$M_1 = i_{M_1} + a_1 X + e_{M_1} \quad (4.1)$$

$$M_2 = i_{M_2} + a_2 X + d_{21} + e_{M_2} \quad (4.2)$$

$$Y = i_Y + c' X + b_1 M_1 + b_2 M_2 + e_Y \quad (4.3)$$

In deze bovenstaande vergelijkingen schatten a_1 en a_2 het effect van X op respectievelijk M_1 en M_2 , b_1 en b_2 ramen het de impact van achtereenvolgens M_1 en M_2 op Y en d_{21} meet het effect van M_1 op M_2 . c' beoordeelt de invloed van X op Y terwijl alle drie M-variabelen constant blijven.

Hierbij geldt voor elk van de drie *serial multiple two-mediator models*:

X = Ondernemerschapgerelateerde opleidingsonderdelen en dienstverlenende ondersteuning

Y = Ondernemingsgedrag

M_1 = Houding t.o.v. ondernemerschap, subjectieve norm of waargenomen gedragscontrole

M_2 = Ondernemingsintentie

De drie *serial multiple two-mediator models* verschillen dus enkel van elkaar in de eerste mediator. In het eerste model is houding t.o.v. ondernemerschap de mediator, terwijl M_1 in de andere twee modellen gelijk is aan respectievelijk subjectieve norm en waargenomen gedragscontrole. Bijkomend wordt een OLS-regressieanalyse uitgevoerd. Deze analyse is bedoeld om hypothese 4 te testen. Gebruikmakend van deze methode is het immers mogelijk de vermeende relaties te onderzoeken, gegeven dat de andere factoren onveranderlijk blijven (Stock & Watson, 2012). Hypothese 4 gaat na of de intentie om te ondernemen gerelateerd is aan het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en dienstverlenende ondersteuning.

De volgende sectie bespreekt de definities van de verschillende variabelen in bovenstaande modellen. Een overzicht van de verschillende variabelen is terug te vinden in tabel 1.

4.2.1. Onafhankelijke variabele (X)

Ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteunende dienstverlening met betrekking tot ondernemerschap

Ondernemerschapsonderwijs en ondersteunende dienstverlening vormen samen één vaste grootheid in de acht hypothesen van dit onderzoek. In de opgestelde vragenlijst zijn er drie hoofdvragen die aan deze maatstaf gekoppeld kunnen worden. Dit zijn "Heeft u reeds vakken omtrent ondernemerschap gevolgd aan de Universiteit Hasselt?", "Heeft u al eens gebruikt gemaakt van deze ondersteunende dienstverlening?" en "Heeft u al eens een activiteit (event) bijgewoond, georganiseerd door StudentStartUP en/of Pitch Please?". De waarden die deze grootheid kan aannemen, zijn "ja" en "nee". Indien de student reeds opleidingsonderdelen omtrent ondernemerschap heeft gevolgd, gebruik heeft gemaakt van ondersteunende dienstverlening met betrekking tot ondernemerschap en/of evenementen heeft bijgewoond georganiseerd door StudentStartUP en/of Pitch Please, neemt deze variabele de waarde "ja" aan. In alle andere gevallen "nee".

4.2.2. Intervenierende variabelen (M)

Ondernemingsattitude (M_1)

Zoals afgeleid kan worden uit het conceptueel model van dit onderzoek, wordt attitude ten opzichte van ondernemerschap als voorspeller beschouwd om de ondernemingsintentie van de respondenten te bepalen. De maatstaf attitude wordt echter, net zoals in de paper van Souitaris et al. (2007), onderverdeeld in de houding tegenover het gedrag, subjectieve normen en waargenomen gedragscontrole.

1) *Houding t.o.v. ondernemerschap*

Om de houding t.o.v. ondernemerschap van UHasselt-studenten te meten, zijn er twee vragen opgenomen in de vragenlijst die dit voornamelijk trachten te beoordelen. Deze

hebben betrekking op het aantal aspecten die de respondenten aantrekkelijk en minder aantrekkelijk vinden bij het denken aan ondernemerschap. Er wordt gekeken naar de verhouding van het aantal aangeduide voordelige aspecten t.o.v. het totaal aantal voorgestelde voordelen en dit gegeven wordt gewogen op de verhouding van het aantal aangeduide nadelige aspecten t.o.v. het totaal aantal voorgestelde nadelen.

Dus de houding t.o.v. ondernemerschap wordt bepaald door de volgende formule:

$$\text{Houding t. o. v. ondernemerschap} = \frac{\text{aantal aangeduide voordelen} / \text{totaal aantal voordelen}}{\text{aantal aangeduide nadelen} / \text{totaal aantal nadelen}}$$

2) *Subjectieve norm*

Om de subjectieve norm van respondenten te meten, heeft de studie van Souitaris et al. (2007) gebruik gemaakt van een indicator van 3 items die aangenomen was door Kolvereid (1996). In dit onderzoek is min of meer dezelfde methode gehanteerd. Eén item, "mensen die voor u belangrijk zijn", wordt echter wegelaten. Dit onderzoek beperkt zich dus tot een indicator van 2 items. De respondenten moeten namelijk twee vragen van het volgende type beantwoorden: "U gelooft dat uw naaste familie denkt dat u geen carrière als zelfstandige zou moeten nastreven". De andere vraag betreft het geloof van de respondenten van "uw beste vrienden". De antwoorden worden gegeven op een 7-puntsschaal variërend van 1 (volledige oneens) tot 7 (volledig eens).

Motivatie om te voldoen, wordt gemeten door twee items die verwijzen naar elk van de geloofsvragen. De eerste vraag is: "In hoeverre vindt u het belangrijk wat uw naaste familie ervan denkt wanneer u moet beslissen om al dan niet een carrière als ondernemer na te streven?" De antwoorden worden gegeven op een 7-puntsschaal variërend van 1 (u vindt het helemaal niet belangrijk) tot 7 (u vindt het zeer belangrijk). De overtuigingsitems worden opnieuw gecodeerd in een bipolaire schaal (1 = -3 tot 7 = + 3) en vervolgens vermenigvuldigd met de respectievelijke motivatie om aan het item te voldoen. Ten slotte worden de scores opgeteld om een algehele maat voor de subjectieve norm te bekomen.

3) *Waargenomen gedragscontrole*

Om de waargenomen gedragscontrole onder studenten te meten, is opnieuw gebruik gemaakt van de methodiek die in de studie van Souitaris et al. (2007) toegepast wordt. Deze studie heeft zich gebaseerd op een 6-item meting van Kolvereid (1996). Aan de hand van zes stellingen zou een beter beeld verkregen kunnen worden van het eigen vermogen dat studenten waarnemen om ondernemer te worden. Deze stellingen zijn terug te vinden in tabel A van de bijlage. De antwoorden op vier van de zes vragen worden omgekeerd

gecodeerd (1=7, 2=6 enz.) Om een algemene maatstaf voor waargenomen gedragscontrole te verkrijgen, wordt het gemiddelde van de scores op de zes vragen genomen.

Ondernemingsintentie (M₂)

Een 3-item meting wordt gebruikt om de loopbaanintentie van de respondenten te onderzoeken. De betreffende vragen zijn bedoeld om de intentie vast te stellen van een individu om een eigen onderneming te starten in plaats van een carrière bij een organisatie na te streven. De eerste vraag die gesteld wordt, is "Zou u graag ooit een eigen bedrijf oprichten?". Respondenten die "neen" als antwoord geven, krijgen een score van 0. De andere keuzemogelijkheden, zijn "weet ik niet" en "ja". Deze opties nemen respectievelijk de punten van 0,5 en 1 aan en vervolgens krijgen die respondenten nog een extra vraag: "Wanneer zou u een eigen onderneming willen opstarten?". Deze vraag speelt eveneens een belangrijke rol in de waardering van de ondernemingsintentie, aangezien in dit onderzoek de veronderstelling wordt gemaakt dat studenten die een hoge intentie vertonen om te ondernemen, sneller een eigen onderneming zullen starten. Respondenten kunnen uit vier opties kiezen om deze vraag te beantwoorden: "tijdens uw studies nog", "na het behalen van uw diploma", "na enkele jaren werkervaring" of "andere". Met deze laatste keuze wordt bedoeld dat de respondent nog niet exact weet wanneer hij dit wil doen. Studenten die de eerste optie aanduiden, vertonen volgens de eerder aangehaalde veronderstelling een hogere intentie dan degenen die bijvoorbeeld de derde optie selecteren. Om die reden wordt er aan de eerste keuzemogelijkheid ("tijdens uw studies nog") een score van vier verbonden, aan de tweede optie ("na het behalen van uw diploma") een waarde van drie, de derde keuze ("na enkele jaren werkervaring") krijgt een waardering van twee en de laatste mogelijkheid ("andere") een score van 1. Daarnaast wordt een derde vraag opgenomen in de vragenlijst die tevens bijdraagt tot de bepaling van ondernemingsintentie. Deze luidt als volgt: "Verkiest u een carrière als ondernemer boven een tewerkstelling in een organisatie?". Indien de respondent "ja" als antwoord geeft, wordt een score van 1 aangenomen en anders 0. Om nu tot één getal te komen dat de totale hoogte van ondernemingsintentie weergeeft, wordt de score van de eerste vraag (0, 0,5 of 1) vermenigvuldigd met de waarde uit de extra bijvraag (1, 2, 3 of 4). Vervolgens wordt dat getal opgeteld bij de score (0 of 1) verkregen uit de derde meting. Studenten die een eigen onderneming hebben of reeds de eerste stappen hebben gezet naar de start van een eigen onderneming, hebben de bovenstaande vragen niet moeten beantwoorden. In deze masterproef wordt aangenomen dat deze groep studenten een hoge ondernemingsintentie bezitten en dus de hoogste score van 6 krijgen. De minimum- en maximumwaarden die ondernemingsintentie in dit onderzoek kan aannemen, zijn respectievelijk 0 en 6.

4.2.3. Afhankelijke variabele (Y)

Gedrag ("nascency")

In dit onderzoek worden "nascent" ondernemende studenten gedefinieerd als studenten die "ja" antwoorden op de vraag "Heeft u reeds de eerste stappen gezet naar de start van een eigen onderneming?". Naast het onderzoeken van het aantal "nascent entrepreneurs" wat "beginnende

ondernemer" betekent, is ook een vraag opgenomen in de enquête om het aantal respondenten na te gaan die reeds een eigen onderneming hebben.

4.2.4. Controlevariabelen

Om de resultaten van dit onderzoek zo accuraat mogelijk weer te geven, worden er drie controlevariabelen toegevoegd aan het OLS-regressiemodel en aan de drie mediatiemodellen. Er wordt echter geen bijzondere aandacht gegeven aan deze variabelen. Toch worden controlevariabelen meegenomen in dit onderzoek omdat ze een impact hebben op de afhankelijke variabelen en omdat deze eveneens samenhangen met de onafhankelijke variabelen.

De leeftijd van de student wordt als eerste controlevariabele meegenomen. Er zou een omgekeerde U-vormige relatie aanwezig zijn tussen leeftijd en ondernemingsintentie (Schwarz et al., 2009). Er wordt een lage intentie tot ondernemen waargenomen bij studenten die de middelbare school verlaten. Deze jonge studenten hebben meestal nog geen concrete plannen omtrent hun beroepsmatige toekomst. Daarnaast missen ze op dat moment enige kennis omtrent ondernemerschap. Naarmate de leeftijd toeneemt, groeit de ondernemingsintentie van studenten. Dit kan eraan te danken zijn, dat studenten in een latere fase, wanneer ze bijna afstuderen en doorgaans precieze werkplannen hebben, meer ervaring hebben en hun loopbaangerelateerde kennis toeneemt (Kruger et al., 2000). Daarbij staan jonge mensen meestal zeer open voor nieuwe ervaringen en diverse carrièrekansen, waaronder het ondernemerschap. Wanneer "studenten" echter de leeftijd van 35 jaar overschrijden, neemt de ondernemingsintentie af. Velen willen onzekerheid vermijden die in de loop van de tijd meestal toeneemt als gevolg van het hoger bewustzijn van mogelijke risico's. Dat kan hiervoor een verklaring zijn (Bhidé, 2000; Schwarz et al., 2005). De bevindingen van de studie van Hatak, Harms en Fink (2015) laten eveneens zien dat naarmate werknemers ouder worden, ze minder geneigd zijn om ondernemend te handelen. Verschillende andere onderzoekers zijn echter van mening dat er geen significante relatie aanwezig is tussen leeftijd en ondernemingsintentie (Kristiansen & Indarti, 2004; Mortan et al., 2014). Om de spreiding te beperken, wordt het natuurlijk logaritme van de leeftijd berekend.

Voorts wordt de dummy variabele **faculteit** opgenomen om te controleren of studenten die studeren binnen de faculteit Bedrijfseconomische wetenschappen, hogere ondernemingsintenties vertonen dan studenten uit andere faculteiten. De studie van Schwarz, Wdowiak, Almer-Jarz en Breitenecker (2009) concludeerde dat studenten die zijn ingeschreven in een economische richting een hogere ondernemingsintentie hebben dan studenten uit de richtingen "Wijsbegeerte" en "Wetenschap of Technologie". Dit sluit eveneens aan met de resultaten van "Global Entrepreneurship Monitor" (Apfelthaler et al., 2008). Volgens dit rapport hebben studenten bedrijfswetenschappen de meest uitgebreide mogelijkheden om ondernemerschap te leren. Ook Souitaris, Zerbinati, en Al-Laham (2007) benadrukten dat programma's voor ondernemerschapsonderwijs een bron zijn van ondernemerszin en algemene intenties om toekomstige ondernemers te worden (Souitaris, Zerbinati, & Al-Laham; 2007). Deze variabele is gelijk aan één indien de student een richting volgt uit de faculteit BEW en gelijk aan nul in alle andere gevallen.

Een derde en laatste controlevariabele is **werkervaring**. Verschillende studies hebben onderzoek gedaan of het hebben van eerdere werkervaring een positieve impact heeft op de ondernemersintentie van studenten. Fatoki (2014) heeft in dit verband aangetoond dat studenten met eerdere werkervaring een hoger niveau van ondernemersintentie vertonen in vergelijking met studenten zonder eerdere werkervaring. Het verschil was echter niet statistisch significant. De studie van Ahmed et al. (2010) wijst erop dat studenten met ondernemerservaring, of zelfervaring, familieervaring of eerdere werkervaring meer geneigd zijn om een loopbaan als ondernemer na te streven. Ook Mazzarol et al. (1999) rapporteren dat die eerdere werkervaring een invloed bleek te hebben op de intentie om een onderneming op te starten. Werkervaring wordt in dit onderzoek dus opgenomen als dummy variabele en is gelijk aan 1 indien de student werkervaring heeft en gelijk aan 0 indien dit niet het geval is.

Tabel 1. Variabelen

<i>Variabele</i>	Omschrijving
O_O	<p>Het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en/of ondersteunende dienstverlening m.b.t. ondernemerschap door een UHasselt-student.</p> <p>Dummy variabele, gelijk aan één voor het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en/of ondersteunende dienstverlening m.b.t. ondernemerschap, anders nul.</p> <p>Dit wordt gebruikt als onafhankelijke variabele (X).</p>
Houding	<p>De houding t.o.v. ondernemerschap van een UHasselt-student. (0,180 = zeer negatief; 10 = zeer positief)</p> <p>Berekend aan de hand van de onderstaande formule:</p> $= \frac{\text{aantal aangeduide voordelen} / \text{totaal aantal voordelen}}{\text{aantal aangeduide nadelen} / \text{totaal aantal nadelen}}$ <p>De variabele zal worden gebruikt als mediator.</p>
Subj_Norm	<p>De subjectieve norm van een UHasselt-student met betrekking tot de keuze voor ondernemerschap. (-42 = zeer laag; 30 = zeer hoog)</p> <p>De variabele zal worden gebruikt als mediator.</p>
Waargen_Gedrag	<p>De waargenomen gedragscontrole van een UHasselt-student om als ondernemer werkzaam te zijn. (2,17 = zeer laag; 6 = zeer hoog)</p> <p>De variabele zal worden gebruikt als mediator</p>

OI	<p>De intentie van een UHasselt-student om te ondernemen. (0 = zeer laag; 6 = zeer hoog)</p> <p>Deze variabele zal worden gebruikt als afhankelijke variabele (X) in de regressieanalyse en als mediator in de mediatieanalyses.</p>
OG	<p>Het ondernemingsgedrag van een UHasselt-student ("nascency"). Dummy variabele, gelijk aan één indien de student een eigen onderneming heeft of reeds de eerste stappen heeft gezet naar de start van een eigen onderneming, anders nul.</p> <p>Deze variabele zal worden gebruikt als afhankelijke variabele (X) in de mediatieanalyses.</p>
Leeftijd	<p>De natuurlijk logaritme van de leeftijd van een UHasselt-student.</p> <p>De variabele zal worden gebruikt als controlevariabele.</p>
Faculteit	<p>De faculteit waaraan een student een opleiding volgt aan de UHasselt.</p> <p>Dummy variabele, gelijk aan één indien de student een richting volgt uit de faculteit BEW, anders nul.</p> <p>De variabele zal worden gebruikt als controlevariabele.</p>
Werkervaring	<p>De werkervaring die UHasselt-student heeft of heeft gehad.</p> <p>Dummy variabele, gelijk aan één indien de student werkervaring heeft, anders nul.</p> <p>De variabele zal worden gebruikt als controlevariabele.</p>

4.3. Descriptive analysis

4.3.1. Descriptives

De beschrijvende statistieken van alle variabelen die gebruikt worden in dit onderzoek, zijn weergegeven in tabel 2. In deze tabel is te zien dat geen enkele variabele *missing values* vertoont. Valid N (*listwise*) wijst erop dat er voor 259 waarnemingen geen *missing values* aanwezig zijn. Aanvankelijk was dit wel het geval. Elke respondent waarbij een waarde van een bepaalde variabele ontbrak, is niet opgenomen in deze studie. Alle gegevens van die betreffende respondent zijn dan ook volledige verwijderd. Uiteindelijk blijven er 259 respondenten over bij wie er een waarde is voor elke variabele.

Tabel 2 laat zien dat ruim de helft van de respondenten (52%) ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en/of ondersteunende dienstverlening m.b.t. ondernemerschap hebben

gevolgd. De gemiddelde UHasselt-student, die een leeftijd heeft van ruwweg 22 jaar, wordt gekenmerkt door een matige houding t.o.v. ondernemerschap, een relatief lage subjectieve norm en waargenomen gedragscontrole. Daarnaast vertoont de gemiddelde respondent een ondernemingsintentie die vrij laag is. Desondanks hebben toch 12% van de respondenten een eigen onderneming of reeds de eerste stappen gezet naar de start van een eigen onderneming. De steekproef bestond uit studenten van wie meer dan 40% een economische richting volgen. Bovendien hebben bijna alle respondenten (98%) werkervaring.

Tabel 2. Beschrijvende statistieken

Variabele	N	Minimum	Maximum	Gemiddelde	Std. deviatie
O_O ^a	259	0,00	1,00	0,525	0,500
Houding	259	0,180	10,00	1,321	1,198
Subj_Norm	259	-42,00	30,00	-10,321	12,526
Waargen_Gedrag	259	2,17	6,00	3,689	0,580
OI	259	0,00	6,00	2,068	1,750
OG ^a	259	0,00	1,00	0,127	0,334
Faculteit ^a	259	0,00	1,00	0,421	0,495
Leeftijd ^b	259	2,89	3,43	3,079	0,100
Werkervaring ^a	259	0,00	1,00	0,981	0,138
Valid N (listwise)	259				

^adummy variabele, ^bnatuurlijk logaritme gebruikt in regressiemodel

4.3.2. Correlaties

Alvorens de OLS-regressie uitgevoerd wordt, wordt een correlatiematrix van alle variabelen opgemaakt. Een correlatie geeft slechts een beeld van de mate waarin variabelen correleren met elkaar. Zo geeft de correlatiecoëfficiënt enkel weer of twee variabelen samenhangen en niet of het één het ander veroorzaakt. Een sterke correlatie tussen twee variabelen kan multicollineariteit veroorzaken in de regressie. Multicollineariteit kan verschillende nadelige effecten hebben op geschatte coëfficiënten in een regressieanalyse. Het is daarom belangrijk om multicollineariteit te detecteren (Mansfield & Helms, 1982). De absolute correlatiewaarde en de waarde van de variantie-inflatiefactor (VIF) die in de correlatiematrix weergegeven worden, kunnen aangeven wanneer multicollineariteit een probleem kan vormen. De drempelwaarde voor de absolute correlatiewaarde is gelijk aan 0,80 en die voor de waarde van de variantie-inflatiefactor (VIF) is vastgesteld op 10 (Gujarati, 2003). Voor waarden die boven deze twee drempelwaarden liggen, kan multicollineariteit vertekende resultaten opleveren.

In tabel 3 is de Pearson correlatiematrix terug te vinden. Correlaties die significant zijn op 5%, worden in tabel 3 aangegeven met een asterisk. Subjectieve norm [Subj_Norm] blijkt significant negatief gecorreleerd te zijn met het volgen van ondernemerschapsgerelateerde opleidingsonderdelen en/of ondersteunende dienstverlening m.b.t. ondernemerschap [O_O]. Daarnaast laten de resultaten zien dat het ondernemingsgedrag [OG] een significante positieve relatie vertoont met zowel het volgen van ondernemerschapsgerelateerde opleidingsonderdelen en/of ondersteunende dienstverlening m.b.t. ondernemerschap [O_O] als de houding t.o.v. ondernemerschap [Houding]. Verder is de faculteit [Faculteit] significant negatief gecorreleerd met de subjectieve norm [Subj_Norm]. De leeftijd [Leeftijd] blijkt dan weer significant positief gecorreleerd te zijn met de waargenomen gedragscontrole [Waargen_Gedrag]. Ten slotte kan aan de hand van de correlatiematrix vastgesteld worden dat er geen significante correlaties zijn met de ondernemingsintentie [OI] en de werkervaring [Werkervaring]. Nochtans hebben verschillende onderzoekers vastgesteld dat het hebben van eerdere werkervaring een positieve impact heeft op de ondernemersintentie van studenten (Fatoki, 2014; Ahmed et al., 2010; Mazzarol et al., 1999).

De absolute waarde van het merendeel van de correlatiecoëfficiënten is vrij laag. Evenwel moet gecontroleerd worden of multicollineariteit voorkomt tussen de variabelen. De hoogste absolute correlatiewaarde tussen de verklarende variabelen die af te lezen is uit tabel 3, bedraagt 0,931. Dit bevindt zich boven de drempelwaarde van 0,8 boven dewelke multicollineariteit voor problemen kan zorgen. Bovendien is de hoogste waarde van de variantie-inflatiefactor (VIF) gelijk aan 1,788. Dit situeert zich ver onder de drempelwaarde van 10. Bijgevolg kan met enige zekerheid geconstateerd worden dat multicollineariteit tussen de onafhankelijke variabelen in deze studie niet voorkomt.

Tabel 3. Pearson correlatie

Variabele	O_O	Houding	Subj_Norm	Waargen_Gedrag	OI	OG	Faculteit	Leeftijd	Werkervaring
O_O	1	0,035	-0,134*	-0,038	0,170**	0,132*	0,764**	0,110	0,091
		0,579	0,031	0,538	0,006	0,034	0,000	0,076	0,143
	259	259	259	259	259	259	259	259	259
Houding	0,035	1	-0,167**	-0,326**	0,299**	0,145*	0,048	-0,047	0,031
	0,579		0,007	0,000	0,000	0,019	0,444	0,452	0,619
	259	259	259	259	259	259	259	259	259
Subj_Norm	-0,134*	-0,167**	1	0,409**	-0,266**	-0,028	-0,135*	-0,019	0,021
	0,031	0,007		0,000	0,000	0,652	0,030	0,763	0,735
	259	259	259	259	259	259	259	259	259
Waargen_Gedrag	-0,038	-0,326**	0,409**	1	-0,291**	-0,058	-0,018	0,134*	-0,059
	0,538	0,000	0,000		0,000	0,349	0,775	0,031	0,346
	259	259	259	259	259	259	259	259	259
OI	0,170**	-0,299**	-0,266**	-0,291**	1	0,575**	0,113	-0,095	0,005
	0,006	0,000	0,000	0,000		0,000	0,071	0,129	0,931
	259	259	259	259	259	259	259	259	259
OG	0,132*	0,145*	-0,028	-0,058	0,575**	1	0,120	0,047	0,054
	0,034	0,019	0,652	0,349	0,000		0,054	0,454	0,390
	259	259	259	259	259	259	259	259	259
Faculteit	0,764**	0,048	-0,135*	-0,018	0,113	0,120	1	0,021	0,063
	0,000	0,444	0,030	0,775	0,071	0,054		0,736	0,314
	259	259	259	259	259	259	259	259	259
Leeftijd	0,110	-0,047	-0,019	0,134*	-0,095	0,047	0,021	1	0,111
	0,076	0,452	0,763	0,031	0,129	0,454	0,736		0,074
	259	259	259	259	259	259	259	259	259
Werkervaring	0,091	0,031	0,021	-0,059	0,005	0,054	0,063	0,111	1
	0,143	0,619	0,735	0,346	0,931	0,390	0,314	0,074	
	259	259	259	259	259	259	259	259	259

*. Correlatie is significant op significantieniveau 0,05 (tweezijdig).

** . Correlatie is significant op significantieniveau 0,01 (tweezijdig).

HOOFDSTUK 5: EMPIRISCH ONDERZOEK – RESULTATEN

5.1. Serial multiple two-mediator analysis

Om de hypothesen H1a, H1b, H1c, H2a, H2b, H2c en H3 te testen, zijn drie afzonderlijke *serial multiple mediator analyses* uitgevoerd. Het eerste *serial multiple mediator model* wordt model A genoemd en test de hypothesen H1a, H2a en H3. Om de hypothesen H1b, H2b en H3 te toetsen, wordt een tweede *serial multiple mediator model* gehanteerd, dat model B als benaming krijgt. Ten slotte beoordeelt model C, het derde *serial multiple mediator model*, de hypothesen H1c, H2c en H3. Gegeven het feit dat het om drie *serial multiple mediator models* gaat, moeten de hypothesen die bij het betreffende model horen, als een serie beschouwd worden. Daarnaast moet alvorens het uitvoeren van de analyse de benoeming van het model in SPSS gelijk zijn aan 6. Dit geeft namelijk aan PROCESS weer dat het gaat om een *serial multiple mediator model*.

5.1.1. Serial multiple mediator model A

Figuur 5 geeft de output van de resultaten van de toetsing van het eerste *serial multiple mediator model* weer voor de mediërende impact van zowel de houding t.o.v. ondernemerschap [H] als de ondernemingsintentie [OI]. Aan de hand van deze outputgegevens kan model A uitgedrukt worden in de volgende drie vergelijkingen:

$$M_1 = 2,896 + 0,009 X + 0,106 [\text{Fac}] + (-0,621) [\text{Leeft}] + 0,293 [\text{Werk}]$$

$$M_2 = 6,863 + 0,791 X + 0,424 M_1 + (-0,253) [\text{Fac}] + (-1,806) [\text{Leeft}] + (-0,105) [\text{Werk}]$$

$$Y = -34,211 + (-0,321) X + (-0,058) M_1 + 1,176 M_2 + 0,931 [\text{Fac}] + 5,300 [\text{Leeft}] + 12,076 [\text{Werk}]$$

Vervolgens worden zeer uitgebreid het directe effect en de vier indirecte effecten van X op Y voor het eerste *serial multiple mediator model* besproken. Deze effecten zijn in figuur 5 te zien in de sectie "DIRECT AND INDIRECT EFFECTS" onder de derde kolom 'Effect'.

Het **direct effect** van X op Y is negatief maar niet statistisch significant ($c' = -0,321$, $Z = -0,453$, $p = 0,651$). Het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning [O_O] is dus niet gerelateerd aan het ondernemingsgedrag [OG]. Hierbij wordt geen rekening gehouden met het effect van houding t.o.v. ondernemerschap [H] en de ondernemingsintentie [OI].

Daarnaast bevat dit *serial multiple mediator model* vier indirecte effecten van X op Y die geschat worden door het vermenigvuldigen van de regressiecoëfficiënten die X met Y verbinden. Het **eerste indirect effect** is het specifieke indirect effect van het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning [O_O] op het ondernemingsgedrag [OG] via houding t.o.v. ondernemerschap [H] ($X \rightarrow M_1 \rightarrow Y$). Dit wordt geschat door $a_1 b_1 = 0,009(-0,058) = -0,001$ en is af te lezen in de output van figuur 5 in de rij "Ind 1". Dit indirect effect kan niet geïnterpreteerd worden

als een significant negatief effect aangezien de waarde nul zich bevindt in het bootstrap-betrouwbaarheidsinterval (-0,80 tot 0,79). De bootstrap-procedure laat dus zien dat hoewel de twee variabelen in eerste instantie geassocieerd met elkaar lijken te zijn, er in werkelijkheid geen verband is. Er kan dus aangenomen worden dat het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning [O_O] geen toename veroorzaakt in de houding t.o.v. ondernemerschap [H] en bijgevolg ook niet gepaard gaat met een stijging in het ondernemersgedrag [OG] die onafhankelijk is van de ondernemingsintentie [OI].

“Ind 3” in figuur 5 weerspiegelt het **tweede indirect effect**. Dit is het indirect effect van het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning [O_O] op het ondernemersgedrag via de ondernemingsintentie [OI] ($X \rightarrow M_2 \rightarrow Y$). Om deze impact te schatten, wordt het effect van het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning [O_O] op de ondernemingsintentie [OI] (a_2) vermenigvuldigd met het effect van de ondernemingsintentie [OI] op het ondernemersgedrag [OG] (b_2) en is gelijk aan $0,791(1,176) = 0,931$. Dit indirect effect kan echter niet worden geclaimd als statistisch significant vermits het bootstrap-betrouwbaarheidsinterval de waarde nul omvat (-0,155 tot 0,221).

Verder berekent het **derde indirecte effect** “Ind3” de impact van het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning [O_O] op het ondernemersgedrag [OG]. Deze route loopt via de houding t.o.v. ondernemerschap [H] en de ondernemingsintentie [OI] in serie, waarbij de eerste mediator een invloed heeft op de tweede, die op zijn beurt het ondernemersgedrag [OG] beïnvloedt ($X \rightarrow M_1 \rightarrow M_2 \rightarrow Y$). Het effect wordt geraamd door $a_1 d_{21} b_2 = 0,009(0,424)1,176 = 0,005$ en is significant positief vermits het bootstrap-betrouwbaarheidsinterval zich boven nul bevindt (0,050 tot 2,205). Met andere woorden, diegenen die ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning [O_O] volgen, zullen een positieve houding t.o.v. ondernemerschap vertonen (a_1 is positief), wat vervolgens een positieve impact heeft op de ondernemingsintentie [OI] (d_{21} is positief). Deze hogere intentie resulteert dan in een hoger ondernemersgedrag [OG] (b_1 is positief).

Ten slotte bevat elk *serial multiple mediator model* eveneens een totaal indirect effect dat geschat wordt door de som te nemen van alle andere drie specifieke indirecte effecten. In de PROCESS output in figuur 5 in de rij “Total” is te zien dat het totale indirecte effect is gelijk aan 0,935. Bovendien is dit positief effect significant zoals bepaald door een bootstrap-betrouwbaarheidsinterval dat nul niet bevat (0,038 tot 2,234).

Naast de gehele directe en indirecte effecten van X op Y van model A, kan tevens aan de hand van de outputgegevens (figuur 5) een controle uitgevoerd worden op de significantie van de aspecten van het model. Variabelen die een bootstrap-betrouwbaarheidsinterval (BootLLCI en BootULCI) hebben dat de waarde nul niet bevat, oefenen een statistisch significant effect uit op een andere variabele. Er blijkt dat zowel de houding t.o.v. ondernemerschap [H] en het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning [O_O] een positief significant

effect hebben op de ondernemingsintentie [OI]. Verder tonen de outputgegevens dat er een positief significant effect aanwezig is van de ondernemingsintentie [OI] op het ondernemingsgedrag [OG].

Om tot een conclusie te komen, kan vastgesteld worden uit deze eerste *serial multiple mediator analysis* dat het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en/of ondersteuning [O_O] een significant positief, indirect effect heeft op het ondernemingsgedrag [OG]. Deze positieve uitkomst wordt veroorzaakt door een positieve houding [H] die een positieve impact heeft op de ondernemingsintentie [OI]. Deze hogere intentie resulteert dan in een hogere mate van ondernemersgedrag [OG]. Daarnaast hebben de variabelen houding t.o.v. ondernemerschap [H] en het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning [O_O] een positief significant effect op de tweede mediator ondernemingsintentie [OI]. De ondernemingsintentie [OI] blijkt dan weer een positief significant effect uit te oefenen op het ondernemingsgedrag [OG]. In tabel 4 wordt de berekening van de indirecte effecten van X op Y verduidelijkt. Aan de hand van deze vaststellingen kan dus geconstateerd worden dat de hypothesen H1b en H3 bevestigd kunnen worden en de hypothese H1a verworpen kan worden.

Tabel 4. Indirecte effecten model A

<i>Effect van [O_O] op [H]</i>	<i>Effect van [H] op [OG]</i>		<i>Indirect effect 1</i>
0,009	-0,058		-0,009(-0,058) = -0,001
<i>Effect van [O_O] op [OI]</i>	<i>Effect van [OI] op [OG]</i>		<i>Indirect effect 2</i>
0,791	1,176		0,791(1,176) = 0,931
<i>Effect van [O_O] op [H]</i>	<i>Effect van [H] op [OI]</i>	<i>Effect van [OI] op [OG]</i>	<i>Indirect effect 3</i>
0,009	-0,424	1,176	= 0,009(-0,424)1,176 = 0,005
		<i>Totaal indirecte effect</i>	= (-0,001) + 0,931 + 0,005 = 0,935

Tenslotte is in tabel B van de bijlagen een overzicht weergegeven van de regressiecoëfficiënten, de standaardfouten en eveneens de samenvatting van het eerste mediatiemodel (model A) van dit onderzoek.

Model : 6
Y : OG
X : O_O
M1 : H
M2 : OI

Covariates:
Fac Leeft Werk

Sample
Size: 259

OUTCOME VARIABLE:

H

Model Summary

R	R-sq	MSE	F(HC0)	df1	df2	p
,076	,006	1,449	,678	4,000	254,000	,608

Model

	coeff	se(HC0)	t	p	LLCI	ULCI
constant	2,896	2,119	1,367	,173	-1,277	7,070
O_O	,009	,161	,057	,955	-,307	,325
Fac	,106	,164	,649	,517	-,216	,428
Leeft	-,621	,703	-,883	,378	-2,006	,763
Werk	,293	,296	,992	,322	-,289	,876

OUTCOME VARIABLE:

OI

Model Summary

R	R-sq	MSE	F(HC0)	df1	df2	p
,356	,127	2,729	7,231	5,000	253,000	,000

Model

	coeff	se(HC0)	t	p	LLCI	ULCI
constant	6,863	3,313	2,072	,039	,339	13,388
O_O	,791	,382	2,071	,039	,039	1,544
H	,424	,098	4,305	,000	,230	,617
Fac	-,253	,388	-,651	,516	-1,017	,512
Leeft	-1,806	1,087	-1,662	,098	-3,947	,334
Werk	-,105	,573	-,183	,855	-1,233	1,023

OUTCOME VARIABLE:
OG

Coding of binary Y for logistic regression analysis:

OG	Analysis
,00	,00
1,00	1,00

Model Summary

-2LL	ModelLL	df	p	McFadden	CoxSnell	Nagelkrk
108,736	88,850	6,000	,000	,450	,290	,544

Model

	coeff	se	Z	p	LLCI	ULCI
constant	-34,211	815,965	-,042	,967	-1633,472	1565,051
O_O	-,321	,709	-,453	,651	-1,710	1,068
H	-,058	,182	-,316	,752	-,415	,300
OI	1,176	,179	6,570	,000	,825	1,526
Fac	,931	,674	1,382	,167	-,389	2,252
Leeft	5,300	2,642	2,006	,045	,121	10,478
Werk	12,076	815,925	,015	,988	-1587,107	1611,259

These results are expressed in a log-odds metric.

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Direct effect of X on Y

Effect	se	Z	p	LLCI	ULCI
-,321	,709	-,453	,651	-1,710	1,068

Indirect effect(s) of X on Y:

	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
TOTAL	,935	,556	,038	2,234
Ind1	-,001	,040	-,080	,079
Ind2	,931	,543	,050	2,205
Ind3	,005	,098	-,155	,221

Indirect effect key:

Ind1	O_O	->	H	->	OG
Ind2	O_O	->	OI	->	OG
Ind3	O_O	->	H	->	OI
				->	OG

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:

10000

Figuur 5. Serial multiple mediator model A – mediators houding [H] en ondernemingsintentie [OI]

5.1.2. Serial multiple mediator model B

Voor de andere twee *serial multiple mediator analyses* is op dezelfde manier te werk gegaan. Deze analyses zullen minder uitgebreid toegelicht worden als het geval was bij model A. Model B weerspiegelt de tweede *serial multiple mediator model* en onderzoekt het effect van het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning [O_O] op het ondernemingsgedrag [OG] voor de mediërende impact van zowel de subjectieve norm [Subj_Norm] als de ondernemingsintentie [OI]. De outputresultaten van PROCESS van model B zijn weergegeven in figuur 6. De directe en indirect effecten worden in figuur 6 getoond in de sectie "DIRECT AND INDIRECT EFFECTS" onder de derde kolom 'Effect'.

Het **direct effect** van X op Y is negatief maar niet statistisch significant ($c' = -3,332$, $Z = -0,469$, $p = 0,639$). Er is dus geen directe relatie tussen het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning [O_O] en het ondernemingsgedrag [OG], onafhankelijk van het effect van subjectieve norm [Subj_Norm] en de ondernemingsintentie [OI].

Figuur 6 toont echter dat geen enkel van de **vier indirecte effecten** statistisch significant is. Bij elk van de vier indirecte effecten ("Ind 1", "Ind 2", "Ind 3" en "Total") bevat het bootstrap-betrouwbaarheidsinterval (BootLLCI en BootULCI) de waarde nul. Met andere woorden, het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen (onderwijs) en/of ondersteunende dienstverlening (StudentStartUP, Pitch Please) m.b.t. ondernemerschap hebben geen positief effect op de subjectieve norm m.b.t. ondernemerschap, wat op zijn beurt geen hoge ondernemingsintentie veroorzaakt en vervolgens eveneens geen bijdrage levert aan een hoger ondernemingsgedrag.

Een overzicht van de berekening van de vier indirecte effecten is weergegeven in tabel 5. Het eerste indirect effect schat de impact van het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning [O_O] op het ondernemingsgedrag via de subjectieve norm [Subj_Norm] ($X \rightarrow M_1 \rightarrow Y$). Het effect van het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning [O_O] op het ondernemingsgedrag via de tweede mediator ondernemingsintentie [OI] wordt geschat door het tweede indirect effect ($X \rightarrow M_2 \rightarrow Y$). Ten slotte gaat het derde indirect effect de impact van het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning [O_O] op het ondernemingsgedrag na, waarbij de subjectieve norm [Subj_Norm] en de ondernemingsintentie [OI] beide als mediators optreden ($X \rightarrow M_1 \rightarrow M_2 \rightarrow Y$).

Toch wil het niet zeggen dat, als de gehele directe en indirecte effecten van X op Y van model B niet statistisch significant zijn, dat de deelaspecten van het model dat niet kunnen zijn. Figuur 6 laat namelijk zien dat de subjectieve norm [Subj_Norm], de ondernemingsintentie [OI] en de controlevariabele leeftijd [Leeft] een positief significante impact hebben op het ondernemingsgedrag [OG]. Dit kan vastgesteld worden aangezien de bootstrap-betrouwbaarheidsintervallen van deze drie variabelen de waarde nul niet omvat. Aan de hand van de resultaten gerapporteerd in figuur 6, kan enkel hypothese H3 bevestigd worden. Deze hypothese wordt reeds ondersteund door model A. Voor de hypothesen H2a en H2b is echter geen bevestiging terug te vinden.

Tabel 5. Indirecte effecten model B

<i>Effect van [O_O] op [Subj_Norm]</i>	<i>Effect van [Subj_Norm] op [OG]</i>		<i>Indirect effect 1</i>
-1,894	0,051		-1,894(0,051) = -0,097
<i>Effect van [O_O] op [OI]</i>	<i>Effect van [OI] op [OG]</i>		<i>Indirect effect 2</i>
0,729	1,265		0,729(1,265) = 0,922
<i>Effect van [O_O] op [Subj_Norm]</i>	<i>Effect van [Subj_Norm] op [OI]</i>	<i>Effect van [OI] op [OG]</i>	<i>Indirect effect 3</i>
-1,894	-0,035	1,265	= -1,894(-0,035)1,265 = 0,084
		<i>Totaal indirecte effect</i>	= (-0,097) + 0,922 + 0,084 = 0,909

Voor model B zijn eveneens de regressiecoëfficiënten, de standaardfouten en de samenvatting van het mediatiemodel in een tabel afgebeeld. Deze waarden zijn terug te vinden in tabel C toegevoegd in de bijlagen.

Model : 6
Y : OG
X : O_O
M1 : Subjecti
M2 : OI

Covariates:

Fac Leeft Werk

Sample

Size: 259

OUTCOME VARIABLE:

Subjecti

Model Summary

R	R-sq	MSE	F(HC0)	df1	df2	p
,148	,022	155,889	1,461	4,000	254,000	,215

Model

	coeff	se(HC0)	t	p	LLCI	ULCI
constant	-6,682	26,732	-,250	,803	-59,327	45,962
O_O	-1,894	2,224	-,852	,395	-6,274	2,485
Fac	-2,007	2,109	-,952	,342	-6,160	2,145
Leeft	-1,579	8,983	-,176	,861	-19,270	16,112
Werk	3,124	6,003	,520	,603	-8,698	14,946

OUTCOME VARIABLE:

OI

Model Summary

R	R-sq	MSE	F(HC0)	df1	df2	p
,324	,105	2,797	5,830	5,000	253,000	,000

Model

	coeff	se(HC0)	t	p	LLCI	ULCI
constant	7,856	3,364	2,335	,020	1,230	14,482
O_O	,729	,386	1,889	,060	-,031	1,489
Subjecti	-,035	,009	-3,726	,000	-,054	-,017
Fac	-,278	,388	-,717	,474	-1,042	,486
Leeft	-2,125	1,097	-1,937	,054	-4,285	,036
Werk	,129	,568	,227	,821	-,989	1,247

OUTCOME VARIABLE:

OG

Coding of binary Y for logistic regression analysis:

OG	Analysis
,00	,00
1,00	1,00

Model Summary

-2LL	ModelLL	df	p	McFadden	CoxSnell	Nagelkrk
104,330	93,256	6,000	,000	,472	,302	,567

Model

	coeff	se	Z	p	LLCI	ULCI
constant	-37,033	843,628	-,044	,965	-1690,513	1616,447
O_O	-,332	,709	-,469	,639	-1,722	1,057
Subjecti	,051	,025	2,031	,042	,002	,101
OI	1,265	,196	6,464	,000	,882	1,649
Fac	1,190	,689	1,728	,084	-,160	2,540
Leeft	6,445	2,746	2,347	,019	1,062	11,828
Werk	11,439	843,586	,014	,989	-1641,959	1664,837

These results are expressed in a log-odds metric.

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Direct effect of X on Y

Effect	se	Z	p	LLCI	ULCI
-,332	,709	-,469	,639	-1,722	1,057

Indirect effect(s) of X on Y:

	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
TOTAL	,909	,604	-,022	2,313
Ind1	-,097	,176	-,428	,150
Ind2	,922	,601	-,012	2,321
Ind3	,084	,134	-,132	,339

Indirect effect key:

Ind1	O_O	->	Subjecti	->	OG		
Ind2	O_O	->	OI	->	OG		
Ind3	O_O	->	Subjecti	->	OI	->	OG

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:

10000

Figuur 6. Serial multiple mediator model B – mediators subjectieve norm [Subj_Norm] en ondernemingsintentie [OI]

5.1.3. Serial multiple mediator model C

De derde en laatste *serial multiple mediator model* (model C) meet de impact van het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning [O_O] op het ondernemingsgedrag [OG] waarbij zowel de waargenomen gedragscontrole [Waargen_Gedrag] als de ondernemingsintentie [OI] als mediërende variabelen optreden. In figuur 7 zijn de outputgegevens van PROCESS betreffende model C te zien. Opnieuw kunnen in deze figuur in de sectie "DIRECT AND INDIRECT EFFECTS" onder de derde kolom "Effect" de directe en indirect effecten worden teruggevonden. Hieruit kan afgeleid worden dat, net zoals het geval was bij het tweede *serial multiple mediator model* (model B), geen enkel van de **directe en indirecte effecten** van X op Y statistisch significant zijn. Wederom kan dit verklaard worden door het feit dat bij alle gevallen nul voorkomt in het bijhorende bootstrap-betrouwbaarheidsinterval (BootLLCI en BootULCI). Er kan dus vastgesteld worden dat het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen (onderwijs) en/of ondersteunende dienstverlening (StudentStartUP, Pitch Please) m.b.t. ondernemerschap [O_O] geen positief effect hebben op de waargenomen gedragscontrole [Waargen_Gedrag], wat op zijn beurt niet resulteert in een verhoogde ondernemingsintentie [OI] en verder geen toename in het ondernemingsgedrag [OG] veroorzaakt. De onderstaande tabel rapporteert de berekening van de vier indirecte effecten van X op Y voor het derde *serial multiple mediator model*.

Tabel 6. Indirecte effecten model C

<i>Effect van [O_O] op [Waargen_Gedrag]</i>	<i>Effect van [Waargen_Gedrag] op [OG]</i>		<i>Indirect effect 1</i>
-0,100	0,472		-0,100(0,472) = -0,047
<i>Effect van [O_O] op [OI]</i>	<i>Effect van [OI] op [OG]</i>		<i>Indirect effect 2</i>
0,713	1,188		0,713(1,188) = 0,847
<i>Effect van [O_O] op [Waargen_Gedrag]</i>	<i>Effect van [Waargen_Gedrag] op [OI]</i>	<i>Effect van [OI] op [OG]</i>	<i>Indirect effect 3</i>
-0,100	-0,829	1,188	-0,100 (-0,829)1,188 = 0,098
		<i>Totaal indirecte effect</i>	= (-0,047) + 0,847 + 0,329 = 0,898

Afgezien van de directe en indirecte effecten van X op Y, kan opnieuw voor model C nagegaan worden of bepaalde deelaspecten van het model een statistisch significante invloed kunnen hebben op een andere variabele binnen het model. De outputresultaten uit figuur 7 laten zien dat enkel de controlevariabele leeftijd [Leeft] een positief significant effect veroorzaakt op de variabele waargenomen gedragscontrole [Waargen_Gedrag]. Verder is er tevens een positief significant effect waar te nemen van de ondernemingsintentie [OI] op het ondernemingsgedrag [OG]. Hieruit kan afgeleid worden dat hypothese H3 nogmaals bevestigd wordt, terwijl de hypothesen H1c en H2c verworpen kunnen worden.

Tenslotte worden de regressiecoëfficiënten, de standaardfouten en de samenvatting van het derde en laatste *serial multiple mediator model* voorgesteld in tabel D van de bijlagen.

Model : 6
Y : OG
X : O_O
M1 : Waargeno
M2 : OI

Covariates:
Fac Leeft Werk

Sample
Size: 259

OUTCOME VARIABLE:
Waargeno

Model Summary	R	R-sq	MSE	F (HC0)	df1	df2	p
	,163	,027	,333	1,413	4,000	254,000	,230

Model	coeff	se (HC0)	t	p	LLCI	ULCI
constant	1,333	1,246	1,070	,286	-1,121	3,787
O_O	-,100	,102	-,976	,330	-,301	,101
Fac	,058	,098	,587	,558	-,136	,251
Leeft	,869	,413	2,102	,037	,055	1,683
Werk	-,298	,249	-1,196	,233	-,788	,192

OUTCOME VARIABLE:
OI

Model Summary	R	R-sq	MSE	F (HC0)	df1	df2	p
	,341	,117	2,761	7,418	5,000	253,000	,000

Model	coeff	se (HC0)	t	p	LLCI	ULCI
constant	9,195	3,483	2,640	,009	2,335	16,055
O_O	,713	,401	1,776	,077	-,078	1,503
Waargeno	-,829	,173	-4,796	,000	-1,169	-,488
Fac	-,160	,404	-,396	,692	-,955	,635
Leeft	-1,349	1,172	-1,151	,251	-3,657	,959
Werk	-,227	,572	-,397	,691	-1,354	,899

OUTCOME VARIABLE:
OG

Coding of binary Y for logistic regression analysis:

OG	Analysis
,00	,00
1,00	1,00

Model Summary

-2LL	ModelLL	df	p	McFadden	CoxSnell	Nagelkrk
107,945	89,641	6,000	,000	,454	,293	,548

Model

	coeff	se	Z	p	LLCI	ULCI
constant	-35,795	827,749	-,043	,966	-1658,154	1586,564
O_O	-,334	,709	-,471	,638	-1,724	1,056
Waargeno	,472	,499	,945	,345	-,507	1,450
OI	1,188	,179	6,644	,000	,838	1,539
Fac	,975	,676	1,443	,149	-,350	2,300
Leeft	5,220	2,672	1,953	,051	-,018	10,458
Werk	12,077	827,707	,015	,988	-1610,199	1634,352

These results are expressed in a log-odds metric.

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Direct effect of X on Y

Effect	se	Z	p	LLCI	ULCI
-,334	,709	-,471	,638	-1,724	1,056

Indirect effect(s) of X on Y:

	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
TOTAL	,898	,595	,000	2,242
Ind1	-,047	,086	-,246	,093
Ind2	,847	,583	-,081	2,156
Ind3	,098	,125	-,105	,364

Indirect effect key:

Ind1 O_O	->	Waargeno	->	OG	
Ind2 O_O	->	OI	->	OG	
Ind3 O_O	->	Waargeno	->	OI	-> OG

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:

10000

Figuur 7. Serial multiple mediator model C - mediators waargenomen gedragscontrole [Waargen_Gedrag] en ondernemingsintentie [OI]

5.2. Lineaire regressie

Om hypothese 4 te toetsen, is een OLS-regressieanalyse uitgevoerd. De causale lineaire relatie tussen de afhankelijke variabele ondernemingsintentie [OI] en de onafhankelijke variabele ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en/of ondersteunende dienstverlening m.b.t. ondernemerschap [O_O] zal onderzocht worden. De vergelijking van dit regressiemodel ziet eruit als volgt:

$$[OI] = \beta_0 + \beta_1 [O_O] + \beta_2 [Faculteit] + \beta_3 [Leeftijd] + \beta_4 [Werkervaring] + \varepsilon \quad (\text{Model D})$$

De coëfficiënt van [O_O] (β_2) geeft aan wat de relatie is tussen het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning enerzijds en de ondernemingsintentie van de studenten anderzijds. In tabel 7 zijn de regressieresultaten van model D terug te vinden die gebruikt zijn om hypothese 4 te toetsen. Zoals in de literatuur meermaals is verondersteld, tonen de resultaten dat [O_O] significant positief gecorreleerd is aan [OI]. Een stijging van één eenheid van [O_O] komt overeen met een toename van 0,795 eenheden van ondernemingsintentie, gegeven dat alle andere variabelen in het model constant blijven. Bovendien is het gehele model eveneens significant op significantieniveau 0,05. De hypothese dat het volgen van onderwijs en/of ondersteunende dienstverlening m.b.t. ondernemerschap een positief effect hebben op de ondernemingsintentie van studenten (H4), wordt dus ondersteund. Wat de controlevariabelen betreft, laten de resultaten zien dat studenten met een hogere leeftijd een significant lagere ondernemingsintentie hebben ($p < 0,10$). Verder lijken de faculteit en werkervaring geen significante impact te hebben op de hoogte van de ondernemingsintentie.

Tabel 7. Regressieresultaten model D

<i>Model D</i>	<i>Hypothese (voorspelde teken)</i>	B	Std. Error
1 (Constant)		8,090**	3,354
O_O	H4 (+)	0,795**	0,337
Faculteit		-0,208	0,338
Leeftijd		-2,069*	1,089
Werkervaring		0,019	0,787
Adjusted R	0,028		
Model F Statistic	2,864**		

Opmerkingen: N = 159; Afhankelijke variabele OI; *, **, *** geeft aan dat de resultaten significant zijn op significantieniveau 0,10, 0,05 of 0,01 (tweezijdig).

5.3. Gepercipieerde voor- en nadelen

Het toetsen van de acht hypotheses biedt enkel een antwoord op de centrale onderzoeksvraag van dit onderzoek, namelijk welke impact StudentStartUP, Pitch Please en onderwijs in ondernemerschap hebben op de ondernemingsattitudes en -intenties van UHasselt-studenten. Aanvullend worden in deze masterproef nog deelvragen onderzocht. Hiervoor zijn voornamelijk frequentietabellen in SPSS opgesteld die antwoorden trachten te geven op de betreffende deelvraag. Zo is nagegaan wat de houding is van UHasselt-studenten tegenover ondernemerschap door na te gaan welke gepercipieerde voordelen en nadelen met betrekking tot ondernemerschap ze ervaren. De onafhankelijkheid, eigen aan het ondernemerschap, wordt als het grootste voordeel ervaren. Gevolgd door flexibiliteit en de mogelijkheid om van uw passie uw beroep te maken. De risico's en stress vonden de respondenten het minst aantrekkelijk aan ondernemerschap.

In tabel 8 wordt een overzicht weergegeven van de aspecten die de respondenten als het meest aantrekkelijkst beschouwen bij het denken aan ondernemerschap. Tabel 9 toont de aspecten verbonden aan ondernemerschap die de respondenten het minst aantrekkelijkst vinden.

Tabel 8. Voordelen ondernemerschap volgens respondenten

Voordelen ondernemerschap	Aantal respondenten
Flexibiliteit (indelen van je eigen tijd)	192
Onafhankelijkheid, zelf eindbeslissingen kunnen maken (eigen baas)	196
Ontdekken van opportuniteiten	102
Betrokkenheid	88
Zelf verantwoordelijk zijn voor het product of dienst die je levert	155
Bron van inkomsten (geld)	112
Mogelijkheid om van uw passie uw beroep te maken	183
Bijdragen aan een betere gemeenschap	74
Meer afwisseling in je werk	108
Financiële onafhankelijkheid	57
Uitdagingen	159
Creativiteit	116
Bijleren	82
Andere:	3
Mede-ondernemers (zeer interessante mensen)	
Grote ambities uitvoeren	
Planning en organisatie	

Tabel 9. Nadelen aan ondernemerschap volgens respondenten

Nadelen ondernemerschap	Aantal respondenten
Risico's (verlies van spaargeld)	194
Stress (sociale druk)	163
Harder werken (lange uren)	91
Onregelmatig inkomen	128
Administratie (boekhouding, betalingen, belastingen, ...)	104
Moeilijkheidsgraad (beschikken over bepaalde vaardigheden en kennis)	61
Grote aansprakelijkheid bij eventuele fouten	125
Startkapitaal is te hoog	92
Minder bescherming in geval van ongeval, overlijden, ziekte, pensioen, werkloosheid	131
Andere:	3
De aanwezigheid van schijnheilige mensen binnen de bedrijfswereld, discriminatie	
Voortdurend bezig blijven met werken	
Geen goed idee hebben	

5.4. Het verhogen van de ondernemingsgezindheid

Wat kunnen ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen enerzijds en StudentStartUP en Pitch Please anderzijds extra doen om de ondernemingsgezindheid van UHasselt-studenten te verhogen? Dit vormde een tweede deelvraag in deze masterproef. Het verhogen van de ondernemingsgezindheid van UHasselt-studenten, kan bij nader inzien op verschillende manieren gebeuren.

Allereerst is het van cruciaal belang dat studenten op de hoogte zijn van het huidige aanbod van initiatieven op dit vlak van de UHasselt. Momenteel levert zij immers heel wat inspanningen om ondernemingszin en ondernemerschap bij studenten te stimuleren. Zo kunnen studenten opleidingsonderdelen volgen omtrent ondernemerschap, beroep doen op ondersteunende dienstverlening van StudentStartUP en tevens evenementen bijwonen, georganiseerd door StudentStartUP en/of Pitch Please. Opmerkelijk is dat nog geen derde van de respondenten een beeld hebben van de initiatieven die door de UHasselt zijn opgezet voor studenten en/of student-ondernemers. Slechts een kleine 6% van de respondenten laat verder weten, dat ze nog nooit hebben gehoord van zowel StudentStartUP als Pitch Please. Verder kan meer dan de helft (58%) van de bevroegde studenten geen antwoord geven op de vraag wat deze twee organisaties exact doen. Uit deze bevindingen kan geconstateerd worden dat de UHasselt meer inspanningen moet leveren om het bestaan en de werking van huidige aanbod meer zichtbaar te maken onder de studenten. Enkel en alleen als studenten op de hoogte zijn van de initiatieven m.b.t. ondernemerschap die de

universiteit voorziet, kunnen ze hierop beroep doen en zal dit op zijn beurt bijdragen tot een verhoogde ondernemingsgezindheid onder hen.

Daarnaast is uit de bevraging gebleken dat de meerderheid van de respondenten reeds vakken omtrent ondernemerschap aan de Universiteit Hasselt volgen of hebben gevolgd. Wel moeten we hierbij de nuance aanbrengen, dat 38% van de bevroegde studenten ondernemerschapsgerelateerde opleidingsonderdelen bijwonen of hebben bijgewoond omdat ze een economische richting studeren. Verder geeft iets minder dan 40% van de studenten aan dat deze vakken nuttig waren en een positieve impact hebben gehad op hun technische kennis (boekhouden, btw, businessplan, ...) en/of hun ondernemende mindset hebben geprikkeld. Aan de hand van de resultaten kan vervolgens vastgesteld worden dat slechts 13,2% van de respondenten ooit al eens gebruik heeft gemaakt van de ondersteunende dienstverlening aangeboden door StudentStartUP en/of Pitch Please. Voorts heeft iets meer dan 1/5^{de} van de bevroegde studenten reeds een evenement bijgewoond georganiseerd door StudentStartUP en/of Pitch Please. Hieruit kan geconcludeerd worden dat UHasselt-studenten meer geneigd zijn om deel te nemen aan vakken rond ondernemerschap dan beroep te doen op ondersteunende dienstverlening van StudentStartUP en/of Pitch Please.

Een tweede mogelijkheid om de ondernemingsgezindheid van UHasselt-studenten te verhogen, is de opleidingsonderdelen en dienstverlening gerelateerd aan ondernemerschap te laten inspelen op de moeilijkheden die de bevroegde UHasselt-studenten ervaren bij het denken aan ondernemerschap en van daaruit te proberen die problemenweg te werken. De financiering, het idee bedenken, het aantrekken en behouden van klanten en het vinden van een goed team zijn de voornaamste moeilijkheden die volgens respondenten komen kijken bij het oprichten een eigen onderneming. Vandaar kan het interessant zijn om extra initiatieven binnen de UHasselt te voorzien die studenten hierin begeleiden. In de onderstaande tabel is een overzicht te vinden van de aspecten van ondernemerschap die respondent aangaven als moeilijk te ervaren.

Tabel 10. Moeilijkheden bij het oprichten van een eigen onderneming volgens respondenten

Moeilijkheden bij opstart	Aantal respondenten
Het idee bedenken	128
Financiering (investeringen)	154
Een marktsegment bepalen	44
Klanten aantrekken en behouden	135
Administratieve en wettelijke verplichtingen (boekhouding, belastingen)	85
Prijsbepaling van uw product/dienst	42
Andere:	6
Het uitwerken van een idee	
Het vinden van juiste werknemers die goed kunnen samenwerken (het vinden van een goed team)	
Het eerlijk zaken blijven doen	

Het vergaren van de skills set die een onderneming opstarten (en uitbouwen) mogelijk maakt

Een laatste manier om UHasselt-studenten ondernemender te maken is door in te spelen op de specifieke behoeften die studenten aangeven nodig te hebben. Slechts 13% van de respondenten geeft aan dat hij andere initiatieven wenst rond ondernemerschap en ondernemingszin binnen de UHasselt. Dit is slechts een laag aantal. Waarschijnlijk kan dit te wijten zijn aan het gegeven dat niet veel studenten op de hoogte zijn van het reeds bestaande aanbod binnen de universiteit. Voorbeelden van extra initiatieven die werden voorgesteld, zijn infosessies rond: crowdfunding voor startende ondernemingen, boekhouding, administratieve en wettelijke verplichtingen, ... Daarnaast werden enkele voorbeelden van initiatieven opgelijst en kon de respondent aanduiden welke van deze hij zelf zou overwegen. Hieruit is gebleken dat meer dan de helft van de respondenten interesse vertonen in bepaalde initiatieven, waaronder het krijgen van een persoonlijke mentor en het opdoen van werkervaring tijdens de vakanties bij een startup zelf. Tabel 11 laat een overzicht zien van initiatieven die respondenten zelf zouden overwegen.

Tabel 11. Initiatieven die respondenten zelf zouden overwegen

Initiatieven	Aantal respondenten
Ondersteuning krijgen van een persoonlijke mentor	162
Werken aan een eigen bedrijf doorheen uw opleiding dat deel uitmaakt van uw curriculum	102
Tijdens de vakanties werkervaring opdoen bij een startup	129
Brainstormen en samenwerken met medestudenten	100
Coworking plaatsen binnen UHasselt kunnen gebruiken	63
Zomeropleiding rond ondernemerschap	67
Andere: Het leren omgaan met administratieve verplichten op internationaal niveau	3

HOOFDSTUK 6: CONCLUSIE EN DISCUSSIE

De impact van onderwijs in ondernemerschap op de attitudes en intenties van studenten is nog weinig getest tot nu (Krueger & Brazeal, 1994; Gorman, Hanlon & King, 1997; Peterman & Kennedy, 2003). Vandaar dat het doel van deze masterproef was om te onderzoeken wat de impact is van het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen én ondersteuning m.b.t. ondernemerschap op de ondernemingsattitudes en -intenties van studenten binnen de Universiteit Hasselt. Zo werd getracht de leegte in de literatuur betreffende dit onderwerp op te vullen. Ten eerste werd in deze studie beweerd dat onderwijs en ondersteuning omtrent ondernemerschap een positieve impact hebben op de ondernemingsattitudes (houding t.o.v. ondernemerschap, subjectieve norm en waargenomen gedragscontrole). Dit verhoogt vervolgens de intentie van studenten om een onderneming op te starten, wat op zijn beurt resulteert in werkelijk ondernemingsgedrag (Souitaris et al., 2007). De toetsing van deze hypothesen aan de hand van een steekproef van 259 UHasselt-studenten verschaft waardevolle inzichten over de rol die onderwijs en ondersteuning spelen in de ondernemingsattitudes en -intenties van studenten.

Om te beginnen is er geen bevestiging te vinden dat het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en/of ondersteuning m.b.t. ondernemerschap een positieve invloed heeft op een van de drie componenten van ondernemingsattitudes (houding t.o.v. ondernemerschap, subjectieve norm en waargenomen gedragscontrole) bij UHasselt-studenten. Bijgevolg kunnen de hypothesen H1a, H2a en H3a verworpen worden. Dit toont aan dat een positieve houding t.o.v. ondernemerschap, een verhoogde subjectieve norm en/of een verhoogde waargenomen gedragscontrole die studenten mogelijk vertonen, niet zijn voortgekomen uit onderwijs en ondersteuning gerelateerd aan ondernemerschap. Het onderzoek naar de herkomst van deze positieve attitudes kan een zeer interessante topic zijn voor toekomstige research. Vervolgens blijkt er wel een positief verband te zijn tussen de houding t.o.v. ondernemerschap en de intentie om te ondernemen. Een student die relatief meer voordelen ervaart bij het denken aan ondernemerschap dan nadelen, zal een hogere ondernemingsintentie vertonen. Hypothese H1b wordt dus ondersteund. De twee overige componenten (subjectieve norm en waargenomen gedragscontrole) die mee de ondernemingsattitude bepalen, blijken geen significant positieve impact te hebben op de ondernemingsintentie. Derhalve worden de bijhorende hypothesen H2b en H2c niet ondersteund. Hypothese H3 voorspelde dat het bezitten van een verhoogde intentie om te ondernemen daadwerkelijk resulteerde in ondernemingsgedrag. De bevindingen van deze masterproef tonen aan dat deze hypothese inderdaad bevestigd kan worden. Studenten die een hoge ondernemingsintentie bezitten, zijn meer geneigd om deze intentie om te zetten in werkelijk gedrag door bijvoorbeeld een eigen onderneming te starten.

Daarnaast ondersteunen de resultaten de hypothese H4 betreffende de positieve impact van het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en/of ondersteuning m.b.t. ondernemerschap op de ondernemingsintentie. Een student die opleidingsonderdelen omtrent ondernemerschap heeft gevolgd, gebruik heeft gemaakt van ondersteunende dienstverlening met betrekking tot ondernemerschap en/of evenementen heeft bijgewoond, georganiseerd door

StudentStartUP en/of Pitch Please, vertoont een hogere ondernemingsintentie dan een student bij wie dit niet het geval is. Deze bevinding benadrukt het belang van onderwijsinstellingen in de vorming van een hogere intentie om te ondernemen.

Bijkomend heeft dit onderzoek aangetoond dat het volgen van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en/of ondersteuning m.b.t. ondernemerschap een significant positief INDIRECT effect heeft op het ondernemingsgedrag van UHasselt-studenten. Dit indirect effect wordt opgeroepen door een positieve houding t.o.v. ondernemerschap en een daaruit volgende verhoogde ondernemingsintentie, waarbij de eerste mediator een invloed heeft op de tweede, die op zijn beurt het ondernemingsgedrag gunstig beïnvloedt. Aan de hand van deze bevindingen kan de hypothese H1a toch ondersteund worden. De hypothesen H2a en H3 werden reeds bevestigd. Met andere woorden, een student die opleidingsonderdelen omtrent ondernemerschap heeft gevolgd, gebruik heeft gemaakt van ondersteunende dienstverlening met betrekking tot ondernemerschap en/of evenementen heeft bijgewoond, georganiseerd door StudentStartUP en/of Pitch Please, vertoont een positieve houding t.o.v. ondernemerschap. Deze positieve houding resulteert in een hogere intentie om te ondernemen, wat op zijn beurt leidt tot het effectief kiezen voor een carrière als ondernemer.

Meerdere onderzoekers beargumenteren dat de leeftijd van de student een rol speelt in zijn intentie om te ondernemen. Studenten die de middelbare school verlaten, hebben meestal een gebrek aan carrièreplannen en kennis omtrent ondernemerschap. Om die reden worden zij verwacht een lage ondernemingsintentie te hebben (Schwarz et al., 2009). Naarmate de leeftijd toeneemt en studenten bijna afstuderen, groeit hun ondernemingsintentie. Dit kan worden verklaard door het gegeven dat in deze latere fase studenten een beter zicht hebben op hun carrièreplannen, meer ervaring hebben en hun kennis omtrent carrièremogelijkheden toeneemt (Kruger et al., 2000). Dit onderzoek heeft aangetoond, dat de leeftijd van de student een positieve invloed heeft op het ondernemingsgedrag. Studenten die een eigen onderneming hebben of reeds de eerste stappen hebben gezet naar hun eigen onderneming, studeren al meerdere jaren aan de universiteit Hasselt en bezitten dus een hogere leeftijd.

Verder heeft deze masterproef onderzocht wat volgens UHasselt-studenten de gepercipieerde voor- en nadelen zijn verbonden aan ondernemerschap. De onafhankelijkheid, eigen aan het ondernemerschap, spreekt hen het meeste aan, gevolgd door flexibiliteit en de mogelijkheid om van uw passie uw beroep te maken. De risico's en stress die ondernemen met zich meebrengen, vormen de meest cruciale barrières om te kiezen voor een carrière als ondernemer.

Uit de resultaten van dit onderzoek is eveneens gebleken dat de ondernemingsgezindheid van UHasselt-studenten op meerdere manieren verhoogd kan worden. Momenteel wordt er binnen de UHasselt al een specifiek aanbod voorzien voor studenten die interesse vertonen in ondernemerschap. Zo kunnen studenten opleidingsonderdelen volgen omtrent ondernemerschap beroep doen op ondersteunende dienstverlening van StudentStartUP en Pitch Please en tevens evenementen bijwonen, georganiseerd door StudentStartUP en/of Pitch Please. Allereest is het zeer belangrijk dat studenten op de hoogte zijn van het bestaande aanbod. Enkel dan kunnen ze er beroep op doen. Momenteel is dit niet het geval. Zo geeft nog geen derde van de respondenten aan een

exact een beeld te hebben van de initiatieven die door UHasselt zijn opgezet om ondernemingszin en ondernemerschap bij studenten te stimuleren. Een belangrijk werkpunt is dus het bestaande aanbod binnen de universiteit meer zichtbaar te maken. Vervolgens kan de ondernemingsgezindheid gestimuleerd worden door in te spelen op de moeilijkheden verbonden aan ondernemerschap die de bevroegde studenten ervaren. De financiering, het idee bedenken, het aantrekken en behouden van klanten en het vinden van een goed team zijn de meest aangehaalde problemen. Ten slotte zouden StudentStartUP en Pitch Please extra evenementen kunnen organiseren, afgestemd op de behoeften van de student, ook al is uit onderzoek gebleken dat slechts 13% van de respondenten extra initiatieven wenst rond ondernemerschap. Vermoedelijk is dit laag aantal te wijten aan het feit dat weinig studenten op de hoogte zijn van het bestaande aanbod en hierdoor het moeilijk vinden om extra voorstellen aan te brengen. Het organiseren van infosessies rond complexe ondernemende topics blijkt het meest gevraagde hulp te zijn onder de respondenten. Voorbeelden van mogelijke onderwerpen zijn: crowdfunding voor startende ondernemingen, boekhouding, administratieve en wettelijke verplichtingen, ...

6.1. Beperkingen en implicaties voor toekomstig onderzoek

In dit deel worden de beperkingen van het onderzoek aangegeven, eveneens worden suggesties aangekaart voor verder onderzoek.

Een eerste beperking van deze studie slaat op het aantal respondenten die opgenomen zijn in dit onderzoek. Rekening houdend met het aantal UHasselt-studenten die de vragenlijst volledig hebben ingevuld, bestond de dataset uit 259 respondenten. Aangezien de Universiteit Hasselt meer dan 6000 studenten telt, is dit slechts een beperkt aantal van de doelgroep. Dit kan een invloed hebben gehad op de representativiteit van de onderzoeksresultaten.

Vervolgens is het belangrijk op te merken dat dit onderzoek slaat op een cross-sectionele studie. Dat wil zeggen dat de gegevens zijn verzameld op één enkel tijdstip. Het kan interessant zijn om een pre-test-post-test controlegroep methode te hanteren om de verandering in ondernemingsattitudes en -intenties van een groep studenten over een bepaalde periode te meten. Voor de studenten ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en/of ondersteuning volgen, kan een vragenlijst opgesteld worden om de ondernemingsattitudes en de intentie om te kiezen voor ondernemerschap van een groep studenten te meten. Vervolgens krijgt dezelfde groep studenten na het deelnemen aan onderwijs en/of ondersteuning m.b.t. ondernemerschap opnieuw dezelfde vragenlijst. Op deze manier kan het verschil in attitudes, intentie en gedrag waargenomen worden en dus de impact van ondernemerschapsgelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning gemeten worden.

Verder heeft deze masterproef voornamelijk de focus gelegd op de impact van onderwijs en ondersteuning m.b.t. ondernemerschap op de ondernemingsattitudes en -intenties van UHasselt-studenten. Het feitelijk gedrag werd minder in rekening gebracht, aangezien het wegens tijdsgebrek

onhaalbaar was om het aantal studenten te voorspellen die hun intentie om te ondernemen daadwerkelijk zouden omzetten in reëel gedrag.

Een laatste beperking is het gegeven dat in dit onderzoek louter gekeken is of onderwijs en/of ondersteuning m.b.t. ondernemerschap een positieve invloed hebben op de ondernemingsattitudes en -intenties van UHasselt-studenten. Er is echter niet onderzocht welke voordelen studenten ervaren tijdens het volgen van ondernemerschapsgerelateerde opleidingsonderdelen en ondersteuning. Vandaar dat het zeer waardevol kan zijn om na te gaan wat de voordelen zijn die studenten hierbij ervaren. Tevens kan de rol van emoties, die opgewekt worden tijdens het volgen van onderwijs en ondersteuning m.b.t. ondernemerschap een interessante topic zijn om in de toekomst te onderzoeken.

Afgezien van de bovenstaande beperkingen, zal deze masterproef vermoedelijk toch een bijdrage leveren aan de bestaande literatuur omtrent het effect van onderwijs en ondersteuning op ondernemingsattitudes en -intenties van studenten. Dit onderzoek draagt op twee niveaus van theoretische ontwikkeling bij, die van gepland gedrag en van onderwijs in ondernemerschap. Het verband tussen attitude en intentie werd onderzocht en daar bovenop ook het effect van een "exogene invloed". In welke mate spelen namelijk onderwijs en ondersteuning in op attitudes en intenties ten aanzien van het gedrag (zelfstandig ondernemerschap)?

De bevindingen van deze masterproef kunnen een betekenisvolle bijdrage bieden in het aanbieden van een nog betere ondersteuning van studenten en student-ondernemers en in het creëren van een leeromgeving die ondernemingszin en ondernemerschap bij studenten binnen UHasselt nog meer stimuleert.

HOOFDSTUK 7: BIJLAGEN

7.1. Tabel A. Meetinstrumenten voor attitudes-intentie-gedrag

ATTITUDE T.O.V. ONDERNEMERSCHAP

A. Redenen om zelfstandig ondernemer te worden/Wat spreekt u het meest aan bij het denken aan ondernemerschap?

1. Flexibiliteit (indelen van uw eigen tijd)
2. Onafhankelijkheid, zelf eindbeslissingen kunnen maken (eigen baas)
3. Ontdekken van opportuniteiten
4. Betrokkenheid
5. Zelf verantwoordelijk zijn voor het product of dienst wat u levert
6. Bron van inkomsten (geld)
7. Mogelijkheid om van uw passie uw beroep te maken
8. Bijdragen aan een betere maatschappij
9. Meer afwisseling in uw werk
10. Financiële onafhankelijkheid
11. Uitdagingen
12. Creativiteit
13. Bijleren
14. Andere

B. Redenen om geen zelfstandige ondernemers/ Wat spreekt u het minst aan bij het denken aan ondernemerschap?

1. Risico's (verlies van spaargeld)
2. Stress (sociale druk)
3. Harder werken (lange dagen)
4. Onregelmatig inkomen
5. Administratie (boekhouding, betalingen, belastingen,...)
6. Moeilijkheidsgraad (beschikken over bepaalde vaardigheden en kennis)
7. Grote aansprakelijkheid bij eventuele fouten
8. Startkapitaal is te hoog
9. Minder bescherming in geval van ongeval, overlijden, ziekte, pensioen, werkloosheid
10. Andere

C. Moeilijkheden bij de opstart van een onderneming/ Wat is volgens u het moeilijkst aan het onderneming oprichten?

1. Het idee bedenken
2. Financiering (investeringen)
3. Een marktsegment bepalen
4. Klanten aantrekken en behouden

5. Administratieve en wettelijke verplichtingen (boekhouding, belastingen)
6. Prijsbepaling van uw product / dienst
7. Andere

SUBJECTIEVE NORM (2 items overgenomen van Kolvereid, 1996 / 7-puntschaal + 2 motivatie-items)

1. Bent u volgens mensen uit uw omgeving in staat om een eigen onderneming op te starten?
2. U gelooft dat uw naaste familie vindt dat u GEEN carrière als ondernemer zou moeten nastreven.
3. In hoeverre vindt u het belangrijk wat uw naaste familie er van denkt wanneer u moet beslissen om al dan niet een carrière als ondernemer na te streven?
4. In hoeverre vindt u het belangrijk wat uw beste vrienden er van denken wanneer u moet beslissen om al dan niet een carrière als ondernemer na te streven?

WAARGENOMEN GEDRAGSCONTROLE (6 items overgenomen van Kolvereid, 1996 / 7-puntschaal)

1. Als u zou willen, zou u gemakkelijk als ondernemer kunnen functioneren. (volledig oneens – volledig eens)
2. Ondernemer zijn, zou voor u (heel gemakkelijk - heel moeilijk) zijn.
3. Het aantal gebeurtenissen buiten uw controle die u zouden kunnen tegenhouden om als ondernemer te werken, is (zeer weinig - talrijk).
4. Als u ondernemer zou worden, zou de kans op succes (zeer laag, zeer hoog) zijn.
5. Als u een loopbaan als ondernemer zou nastreven, zou de kans op falen (zeer laag, zeer hoog) zijn.
6. Als ondernemer, hoeveel controle zou u hebben over de situatie? (absoluut geen controle - volledige controle)

ONDERNEMINGSINTENTIE

1. Zou u graag ooit een eigen bedrijf oprichten?
2. Verkiest u een carrière als ondernemer boven een tewerkstelling in een organisatie?

GEDRAG ("NASCENCY")

1. Heeft u reeds de eerste stappen gezet naar de start van een eigen onderneming?
2. Heeft u reeds een eigen onderneming?

7.2. Tabel B. Regressiecoëfficiënten, standaardfouten en modelsamenvatting model A

Consequent												
M ₁ (HOUDING)				M ₂ (INTENTIE)				Y (GEDRAG)				
Antecedent		Coeff.	SE	p		Coeff.	SE	p		Coeff.	SE	p
X (O_O)	a ₁	0,009	0,235	0,969	a ₂	0,791	0,322	0,015	c'	-0,321	0,709	0,651
M ₁ (H)					d ₂₁	0,424	0,086	<0,001	b ₁	-0,058	0,182	0,752
M ₂ (OI)									b ₂	1,176	0,179	<0,001
Constant	i _{M₁}	2,896	2,339	0,217	i _{M₂}	6,863	3,220	0,034	i _Y	-34,211	815,965	0,967
R ² = 0,006				R ² = 0,127								
F = 0,365, p = 0,833				F = 7,340, p < 0,001				p < 0,001				

7.3. Tabel C. Regressiecoëfficiënten, standaardfouten en modelsamenvatting model B

Consequent												
M ₁ (SUBJ. NORM)				M ₂ (INTENTIE)				Y (GEDRAG)				
Antecedent		Coeff.	SE	p		Coeff.	SE	p		Coeff.	SE	p
X (O_O)	a ₁	-1,894	2,224	0,395	a ₂	0,729	0,386	0,060	c'	-0,332	0,709	0,639
M ₁ (SN)					d ₂₁	-0,036	0,009	<0,001	b ₁	0,051	0,025	0,042
M ₂ (OI)									b ₂	1,266	0,196	<0,001
Constant	i _{M₁}	-6,682	26,732	0,803	i _{M₂}	7,856	3,364	0,020	i _Y	-37,033	843,628	0,965
R ² = 0,022				R ² = 0,105								
F = 1,461, p = 0,215				F = 5,830, p < 0,001				p < 0,001				

7.4. Tabel D. Regressiecoëfficiënten, standaardfouten en modelsamenvatting model C

Consequent												
M ₁ (GEDRAGSCONTROLE)				M ₂ (INTENTIE)				Y (GEDRAG)				
Antecedent		Coeff.	SE	p		Coeff.	SE	p		Coeff.	SE	p
X (O_O)	a ₁	-0,100	0,102	0,330	a ₂	0,713	0,401	0,077	c'	-0,334	0,709	0,638
M ₁ (GC)					d ₂₁	-0,829	0,173	<0,001	b ₁	0,472	0,499	0,345
M ₂ (OI)									b ₂	1,188	0,179	<0,001
Constant	i _{M₁}	1,333	1,246	0,286	i _{M₂}	9,195	3,483	0,009	i _Y	-35,795	827,749	0,966
R ² = 0,027				R ² = 0,117								
F = 1,413 p = 0,230				F = 7,418, p < 0,001				p < 0,001				

7.5. Vragenlijst

Enquête ondernemingsklimaat UHasselt

Beste studenten,

Ik ben Marie Willekens, studente handelswetenschappen (Master Ondernemerschap en Management), aan de Universiteit Hasselt. In het kader van mijn masterproef/bedrijfsproject doe ik onderzoek naar het ondernemingsklimaat binnen Universiteit Hasselt.

Hiervoor heb ik een vragenlijst opgesteld om meer inzicht te krijgen in de intenties om te ondernemen en het ondernemende gedrag van UHasselt-studenten.

De enquête bestaat uit eenvoudige vragen en stellingen en vraagt slechts een 10-tal minuten van uw tijd. Uw antwoorden worden anoniem verwerkt.

Uw deelname helpt mij enorm in mijn onderzoek naar het ondernemingsklimaat binnen UHasselt.

Alvast hartelijk bedankt voor uw medewerking!

Met ondernemende groeten,

Marie Willekens
Master HW – Ondernemerschap & Management
Universiteit Hasselt

Vragen

Q1. Voornaam (optioneel)

Q2. Naam (optioneel)

Q3. Wat is uw geboortjaar?

Q4a. Studeert u momenteel aan de Universiteit Hasselt?

(Voorwaarde: Neen is geselecteerd. Ga naar: Einde enquête.)

Q4b. Aan welke faculteit studeert u?

Q5. Welke studierichting volgt u?

Q6. In welk jaar van uw opleiding zit u momenteel?

Q7. Heeft u reeds enige werkervaring? Zo ja, welke?

- Studentenjob
- Vaste job
- Eigen onderneming
- Andere:

Q8. Heeft u reeds een eigen onderneming?

- Ja
- Neen

(Voorwaarde: Ja is geselecteerd. Ga naar: Q12.)

Q9a. Zou u ooit graag een eigen bedrijf oprichten?

- Ja
- Neen
- Weet ik niet

(Voorwaarde: Neen is geselecteerd. Ga naar: Q12.)

Q9b. Wanneer zou u dan een eigen onderneming willen starten?

- Tijdens uw studies nog
- Na het behalen van uw diploma
- Na enkele jaren werkervaring
- Andere:

Q10. Heeft u reeds een concreet idee in gedachten?

- Ja
- Neen

Q11. Heeft u reeds de eerste stappen gezet naar de start van een eigen onderneming?
Bijvoorbeeld het opstellen van een bedrijfsplan.

- Ja
- Neen

Q12. Verkiest u een carrière als ondernemer boven een tewerkstelling in een organisatie?

- Ja
- Neen

Q13. Bent u volgens mensen uit uw omgeving in staat om een eigen onderneming op te starten?

- Ja
- Neen

Q14. Welke van volgende initiatieven in kader van student-ondernemerschap kent u?

Meerdere keuzes zijn mogelijk.

Vink alle toepasselijke opties aan.

- Student Ghentrepreneur (UGent, AHS, HoGent)
- Durf Ondernemen (UGent)
- Idea Factory (Arteveldehogeschool)
- PXL - UHasselt StudentStartUP
- Pitch Please (UHasselt)
- LCIE (KU Leuven)
- LE(J)ON (Leuven)
- IusStart (KU Leuven)
- Start.VUB (Universiteit Brussel)
- Start(hi)er (Thomas More)
- Takeoffantwerp
- Commissie Ondernemerschap (UAntwerpen)
- Andere:

Q15. U gelooft dat UW NAASTE FAMILIE vindt dat u GEEN carrière als ondernemer zou moeten nastreven. (volledig oneens – volledig eens)

7-puntenschaal

Q16. U gelooft dat UW BESTE VRIENDEN vinden dat u GEEN carrière als ondernemer zou moeten nastreven. (volledig oneens – volledig eens)

7-puntenschaal

Q17. Als u zou willen, zou u gemakkelijk als ondernemer kunnen functioneren. (volledig oneens – volledig eens)

7-puntenschaal

Q18. Wat spreekt u HET MEEST aan wanneer u denkt aan ondernemerschap?

Meerdere keuzes zijn mogelijk.

Vink alle toepasselijke opties aan.

- Flexibiliteit (indelen van uw eigen tijd)
- Onafhankelijkheid, zelf eindbeslissingen kunnen maken (eigen baas)
- Ontdekken van opportuniteiten
- Betrokkenheid
- Zelf verantwoordelijk zijn voor het product of dienst wat u levert
- Bron van inkomsten (geld)
- Mogelijkheid om van uw passie uw beroep te maken
- Bijdragen aan een betere maatschappij
- Meer afwisseling in uw werk
- Financiële onafhankelijkheid
- Uitdagingen
- Creativiteit
- Bijleren
- Andere:

Q19. Wat spreekt u dan HET MINST aan bij het denken aan ondernemerschap?

Meerdere keuzes zijn mogelijk.

Vink alle toepasselijke opties aan.

- Risico's (verlies van spaargeld)
- Stress (sociale druk)
- Harder werken (lange dagen)
- Onregelmatig inkomen
- Administratie (boekhouding, betalingen, belastingen...)
- Moeilijkheidsgraad (beschikken over bepaalde vaardigheden en kennis)
- Grote aansprakelijkheid bij eventuele fouten
- Startkapitaal is te hoog
- Minder bescherming in geval van ongeval, overlijden, ziekte, pensioen, werkloosheid
- Andere:

Q20. Wat is volgens u HET MOEILIJKST aan een onderneming oprichten?

Meerdere keuzes zijn mogelijk.

Vink alle toepasselijke opties aan.

- Het idee bedenken
- Financiering (investeringen)
- Een marktsegment bepalen
- Klanten aantrekken en behouden
- Administratieve en wettelijke verplichtingen (boekhouding, belastingen)
- Prijsbepaling van uw product/dienst
- Andere:

Q21. Weet u welke stappen u allemaal moet doorlopen om een onderneming op te richten?

- Ja
- Neen

Q22. Ondernemer zijn, zou voor u (heel gemakkelijk - heel moeilijk) zijn.

7-puntenschaal

Q23. Het aantal gebeurtenissen buiten uw controle die u zouden kunnen tegenhouden om als ondernemer te werken, is (zeer weinig - talrijk).

7-puntenschaal

Q24. Als u ondernemer zou worden, zou de kans op SUCCES (zeer laag - zeer hoog) zijn.

7-puntenschaal

Q25. In hoeverre vindt u het belangrijk wat UW NAASTE FAMILIE ervan denkt wanneer u moet beslissen om al dan niet een carrière als ondernemer na te streven?

7-puntenschaal

Q26. In hoeverre vindt u het belangrijk wat UW BESTE VRIENDEN ervan denken wanneer u moet beslissen om al dan niet een carrière als ondernemer na te streven?

7-puntenschaal

Q27. Als u een loopbaan als ondernemer zou nastreven, zou de kans op FALEN (zeer laag, zeer hoog) zijn.

7-puntenschaal

Q28. Als ondernemer, hoeveel controle zou u hebben over de situatie? (absoluut geen controle - volledige controle)

7-puntenschaal

Q29. Bent u op de hoogte dat de UHasselt opleidingsonderdelen rond ondernemerschap voorziet ook aan studenten uit niet-economische richtingen?

- Ja
- Neen

Q30. Heeft u reeds vakken omtrent ondernemerschap gevolgd aan de Universiteit Hasselt?

	Vink uw optie aan.	
	Ja	Neen
OndernemingsZIN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bouwstenen van OndernemerSCHAP	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Businessplan in de praktijk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
U volgt een economische richting, dus ja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q31. U vond deze nuttig en hebben een positieve invloed gehad op uw technische kennis (boekhouden, btw, businessplan...) en/of hebben uw ondernemende mindset geprikkeld?

- Ja
- Neen
- U heeft geen vakken omtrent ondernemerschap gevolgd

Q32a. Heeft u een beeld van de initiatieven die door UHasselt voor student-ondernemers opgezet zijn?

- Ja
- Neen

(Voorwaarde: Neen is geselecteerd. Ga naar: Q33.)

Q32b. Welke initiatieven worden volgens u opgezet door UHasselt voor student-ondernemers?

Q33. Heeft u al eens gehoord van StudentStartUP en/of Pitch Please?

- Ja van beide
- Ja, enkel van StudentStartUP
- Ja, enkel van Pitch Please
- Neen

Q34. Heeft u een idee wat deze bovenstaande initiatieven doen?

- Ja
- Neen

(Q35.) Binnen Universiteit Hasselt bestaat er nu al meer dan drie jaar **StudentStartUP**, een samenwerkingsinitiatief tussen Hogeschool PXL en Universiteit Hasselt. Dit is een gratis dienst waarbij studenten terecht kunnen voor feedback over een bepaald ondernemingsidee en advies bij de opstart, doorgroei of stopzetting van hun onderneming. Daarnaast geeft het studenten eveneens de mogelijkheid om hun ondernemende vaardigheden te verbeteren, zich te ontwikkelen en ervaringen op te doen. Zo organiseert StudentStartUP regelmatig interactieve sessies, workshops, infosessies, ... Ook is StudentStartUP betrokken bij enkele opleidingsonderdelen rond ondernemen.

Pitch Please heeft min of meer dezelfde doelstelling als StudentStartUP maar dan op stedelijk niveau, namelijk om de ondernemende vaardigheden van jongeren te versterken door hen te inspireren, informeren, uitdagen, en te ondersteunen.

Q36. Heeft u al eens gebruikt gemaakt van ondersteunende dienstverlening aangeboden door StudentStartUP en/of Pitch Please?

- Ja
- Neen

Q37. Heeft u al eens een activiteit (event) bijgewoond, georganiseerd door StudentStartUP en/of Pitch Please?

- Ja
- Neen

Q38. Moest u ooit interesse hebben om een eigen onderneming te starten, zou u dan beroep doen op StudentStartUP en/of Pitch Please?

- Ja
- Neen
- Waarom wel/niet?

Q39a. Wenst u nog andere initiatieven rond ondernemerschap en ondernemingszin binnen UHasselt?

- Ja
- Nee

(Voorwaarde: Ja is geselecteerd. Ga naar: Q39b.)

Q40. Op welke manier zou StudentStartUP en/of Pitch Please u het best kunnen bereiken?

- Via mail
- Via lesbezoeken
- Via affiches
- Via sociale media
- Via Blackboard
- Andere:

Q41. Welk initiatief zou u zelf overwegen?

Meerdere keuzes zijn mogelijk.

Vink alle toepasselijke opties aan.

- Ondersteuning krijgen van een persoonlijke mentor
- Werken aan een eigen bedrijf doorheen uw opleiding dat deel uitmaakt van uw curriculum
- Tijdens de vakanties werkervaring opdoen bij een start-up
- Brainstormen & samenwerken met medestudenten
- Coworking plaatsen binnen UHasselt kunnen gebruiken
- Zomeropleiding rond ondernemerschap
- Andere:

Bedankt voor uw medewerking en tijd om aan deze enquête deel te nemen.

Uw antwoord is geregistreerd.

LIJST VAN DE GERAADPLEEGDE WERKEN

- Ahmed, I., Nawaz, M.M., Ahmad, Z., Shaukat, M.Z., Usman, A., Rehman, W., & Ahmed, N. (2010). Determinants of Students' Entrepreneurial Career Intentions: Evidence from Business Graduates. *European Journal of Social Sciences*, Vol. 15, No. 2.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organisational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, Issue 2, 1-63.
- Ajzen, I., & Madden, T.J. (1986). Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol. 22, Issue 5, 453-474.
- Apfelthaler, G., Schmalzer, T., Schneider, U., & Wenzel, R. (2008). Global Entrepreneurship Monitor Austria 2007, FH Joanneum and University of Graz, Graz.
- Arvey, R. D., Bouchard, T. J. J., Segal, N. L., & Abraham, L. M. (1989). Job satisfaction: Environmental and genetic components. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 74, 187-192.
- Baumel, W., & Strom, R. (2007). Moderator comments entrepreneurship and economic growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1, 233-237.
- Bhidé, A.V. (2000). *The Origin and Evolution of New Businesses*, Oxford University Press, New York, NY.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case of intentions. *Academy of Management Review*, Vol. 13, No. 3, 442-454.
- Blanchflower, D. (2000). Self-employment in OECD countries. *Labour Economics*, Vol. 7, Issue 5, 471-505.
- Belga. (2018, 9 april). Recordaantal van 95.081 nieuwe ondernemingen opgestart in 2017. *Hln*. Geraadpleegd op 19 oktober 2018 via <https://www.hln.be>
- Belga. (2019, 2 januari). *Bijna 10 procent meer startende ondernemingen in 2018*. Geraadpleegd op 22 februari 2019 via <http://www.vilt.be>
- Bouckaert, M. (2013). *Gebrek aan Ondernemerschap in België: Oorzaken & Remedies*. [Masterproef]. Brussel: Vrije Universiteit Brussel. Toegepaste Economische Wetenschappen: Handelsingenieur.
- Brockhaus, R.H. (1987). Entrepreneurial folklore. *Journal of Small Business Management*, Vol. 25, Issue 3, 1-6.

- Brockhaus, R.H., & Horwitz, P. S. (1985). The psychology of the entrepreneur. In D. L. Sexton, & R. W. Smilor, *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger.
- Bruins, A. (2006). *Ondernemerschap en strategie in het MKB*. Geraadpleegd op 16 oktober 2018 via <http://ondernemerschap.panteia.nl>
- Carsrud, A.L., Olm, K.W., & Eddy, G.G. (1985). Entrepreneurship: Research in Quest of a paradigm. In D.L. Sexton and R.W. Smilor, eds. *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger.
- Compass. (2017). *Nieuw statuut van student-ondernemer*. Geraadpleegd op 12 oktober 2018 via <https://www.partena-professional.be>
- Cunningham, B., & Lischeron, J. (1991). Defining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, Vol. 29, 45-61.
- Startersatlas 2018*. Geraadpleegd op 2 november 2018 via <https://www.unizo.be>
- De Nijs, S. (2007). *Hoe ondernemend zijn Vlaamse studenten?* [Masterproef]. Gent: Universiteit Gent. Faculteit economie en bedrijfskunde.
- De Preter, W. (2016, 22 november). Vlaming wil ondernemen, nu nog durven. *De Tijd*. Geraadpleegd op 15 maart 2019 via <https://www.tijd.be>
- De Smyter, G. (2018, 9 april). *Startersatlas UNIZO, Graydon en UCM: "Record aantal starters opnieuw verbroken in 2017"*. Geraadpleegd op 19 oktober 2018 via <https://graydon.be>
- De Unie voor Zelfstandige Ondernemers. *Kan je een zelfstandige activiteit starten als student?* [Website]. (z.j.). Geraadpleegd op 12 oktober 2108 via <https://www.unizo.be>
- De Wandeleer, S., & Desmet, L. (2018, 19 januari). Wanneer ondernemen hip wordt: steeds meer studenten starten eigen zaak. *De Morgen*. Geraadpleegd op 13 februari 2019 van <https://www.demorgen.be>
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper & Row.
- Dyer Jr., G.W. (1994). Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 19 (2), 7-21.
- Fatoki, O. (2014). The Entrepreneurial Intention of Undergraduate Students in South Africa: The Influences of Entrepreneurship Education and Previous Work Experience. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol 5, No 7.

- FOD Buitenlandse Zaken, Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking (2016). [Website]. Geraadpleegd op 3 mei 2019 via <https://diplomatie.belgium.be>
- Garfield, C. (1986). *Peak Performers: The New Heroes of American Business*, New York: Avon Books.
- Gartner, W.B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, Vol. 5, 15-28.
- Gorman, G., Hanlon, D., & King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: A ten-year literature review. *International Small Business Journal*, Vol. 15 (3), 56-77.
- Grommen, S. (2018, 15 september). Studeren en ondernemen gaan hand in hand: aantal "student-zelfstandigen" fors gestegen. *vrtNWS*. Geraadpleegd op 12 oktober 2018 via <http://www.vrt.be>
- Gujarati, D. (2003). *Basic Econometrics* (4 ed.). Boston: McGraw Hill.
- Hatak, I., Harms, R., & Fink, M. (2015). Age, job identification, and entrepreneurial intention. *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 30, Issue 1, 38-53.
- Hayes, A.F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York, NY: The Guilford Press.
- Henrekson, M., & Sanandaji, T. (2014). Small business activity does not measure entrepreneurship. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, Vol. 111 (5), 1790-1765.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C.M. (2003), *Entrepreneurship Education and Training*, Ashgate, Aldershot.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005a). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I. *Education + Training*, Vol. 47, No. 2, 98-111.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005b). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part II. *Education + Training*, Vol. 47, No. 3, 158-69.
- Hughes, J. R. T. (1986). *The Vital Few: American Economic Progress and Its Protagonists*. New York: Oxford University Press.
- Ireland, R., Hitt, M., & Sirmon, D. (2003). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions. *Journal of Management*, Vol. 29 (6), 963-989.

- Jobat. (2017, 8 maart). *Nieuw statuut student-zelfstandige: alle info*. [Website]. Geraadpleegd op 17 oktober 2018 via <https://jobat.be>
- Kane, T. (2010). The Importance of Startups in Job Creation and Job Destruction. *Kauffman Foundation Research Series: Firm Formation and Economic Growth*.
- Kolvereid, L. (1996). Organisational employment versus self-employment: Reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 20 (3), 23-31.
- Kolvereid, L., & Moen, Ø. (1997). Entrepreneurship among business graduates: does a major in entrepreneurship make a difference? *Journal of European Industrial Training*, Vol. 21 (4), 154-160.
- Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*, Vol. 12, No. 1, 55-78.
- Krueger, N., & Brazeal, D.V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 18 (3), 91-104.
- Krueger, N., Reilly, M.D., & Carsrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, Vol. 15 (5-6), 411-432.
- Lindquist, M., Sol, J., & Van Praag, C.M. (2015). Why do entrepreneurial parents have entrepreneurial children? *Journal of Labor Economics*, Vol. 33 (2), 269-296.
- Lissens, J. (2018, 9 september). Goesting. *De Tijd*. Geraadpleegd op 2 oktober 2018 via <http://www.detijd.be>
- Loehlin, J.C. (1992). Behavior genetic methods. In R. Plomin (Ed.), *Genes and environment in personality development*. Newbury Park, CA: Sage Publications, Inc.
- Low, M.B., & MacMillan, I.C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of Management*, Vol. 14 (2), 139-162.
- Luthje, C., & Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, Vol. 33 (2), 135-147.
- Mansfield, E.R., & Helms, B.P. (1982). Detecting Multicollinearity. *The American Statistician*, Vol. 36, Issue 3a, 158-160.
- Matlay, H. (2006). Researching entrepreneurship and education: Part 2: what is entrepreneurship education and does it matter? *Education + Training*, Vol. 48, Issue 8/9, 704-718.

- Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N., & Thein, V. (1999). Factors influencing small business start-ups. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, Vol. 5 (2), 48-63.
- Moloney, D. P., Bouchard, T. J. J., & Segal, N. L. (1991). A genetic and environment analysis of the vocational interests of monozygotic and dizygotic twins reared apart. *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 39, 76-109.
- Mortan, R.A., Ripoll, P., Carvalho, C., & Bernal, M.C. (2014). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol. 30, 97-104.
- Nationale Bank van België (2016, 22 september). Hoe kan het ondernemerschap in België worden gestimuleerd? *Economisch Tijdschrift*. Geraadpleegd op 14 maart 2018 via <https://www.nbb.be>
- Neudt, D. (2018). *Is Vlaanderen rijk of arm aan ondernemerschap?* [Website]. Geraadpleegd op 18 oktober 2018 via <http://www.depunt.be>
- Nicolaou, N., & Shane, S. (2010). Entrepreneurship and occupational choice: genetic and environmental influences. *Journal of Economic Behavior & Organization*, Vol. 76, 3-14.
- Nicolaou, N., Shane, S., Cherkas, L., Hunkinn J., & Spector, T. (2008). Is the tendency to engage in entrepreneurship genetic? *Management Science*, Vol. 54 (1), 167-179.
- Over Itinera Institute [Website]. (z.j.). Geraadpleegd op 3 mei 2019 via <http://www.itinerainstitute.org>
- Over Pitch Please [Website]. (z.j.). Geraadpleegd op 5 februari 2019 via <http://www.pitchplease.be>
- Peterman, N., & Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 28 (2), 129-144.
- Pitch Please Hasselt*. [Jaarverslag 2019].
- Robinson, P., Stimpson, D.V., Huefner, J.C., & Hunt, H.K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 15 (4), 13-31.
- Roderick, E., White, R., Thornhill, S., & Hampson, E. (2007). A biosocial model of entrepreneurship: the combined effects of nurture and nature. *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 28, 451-466.
- Ronstadt, R., Homaday, J.A., Peterson, R., and Vesper, K.H. (1986). Introduction. In R. Ronstadt, J.A., Homaday, R. Peterson, and K.H. Vesper, eds., *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College.

- Saeed, S., Yousafzai, S., Yani-De-Soriano, M., & Muffatto, M. (2015). The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. *Journal of Small Business Management*, Vol. 53 (4), 1127-1145.
- Schwarz, E.J., Ehrmann, T., & Breitenecker, R.J. (2005). Erfolgsdeterminanten junger Unternehmen in Österreich: eine empirische Untersuchung zum Beschäftigungswachstum. *Zeitschrift für Betriebswirtschaftslehre*, Vol. 75, No. 11, 1077-98.
- Schwarz, E.J., Wdowiak, M.A., Almer-Jarz, D.A., & Breitenecker, R.J. (2009). The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent: An Austrian perspective. *Education + Training*, Vol. 51, Issue 4, 272-291.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Sexton, D.L., and Smilor, R.W. (1985). Introduction. In D.L. Sexton and R.W. Smilor, eds., *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014). Student entrepreneurship across the globe: a look at intentions and activities. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG).
- Silver, D.A. (1985). *Entrepreneurial Megabucks: The 100 Greatest Entrepreneurs of the Last Twenty-five Years*. New York: John Wiley and Sons.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, Vol. 22 (4), 566-591.
- Stock, J.H., & Watson, M.W. (2012). Introduction to Econometrics. Global Edition (Third ed.): Pearson education.
- Strate, M.G. (2009). *Competentieontwikkeling op basis van persoonlijkheid: Vijf ingrediënten van Ondernemerschap* [Bachelorproef]. Enschede: Universiteit Twente Faculteit Gedragwetenschappen
- StudentStartUP, Studeren en Ondernemen: dat kan samen!* [Jaarverslag 2017].
- Taatila, V.P. (2010). Learning entrepreneurship in higher education. *Education + Training*, Vol. 52 Issue 1, 48-61.

- Thurik, A.R., Carree, M.A., van Stel, A., & Audretsch, D.B. (2008). Does self-employment reduce unemployment? *Journal of Business Venturing*, Vol. 23 (6), 673- 686.
- Turker, D., & Selcuk, S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students, *Journal of European Industrial Training*, Vol. 33, Issue 2, 142-159.
- Van De Cloot, I., & Simons, A. (2017). Ondernemerschap: Belang en beleid. Itinera institute analyse. <https://www.itinerainstitute.org/wp-content/uploads/2017/06/Analyse-Ondernemerschap.pdf>
- Van den Broele, E. (2018, 9 april). Stijging van het aantal startende ondernemers met 5,91%. *Graydon*. Geraadpleegd op 16 maart 2019 via <https://graydon.be>
- Van Praag, M. (2016). Ondernemerschap en onderwijs: van basisschool tot universiteit. *Bedrijfseconomie RVS*.
- Van Praag, C.M., Van Witteloostuijn, A., & Van de Sluis, J. (2013). The higher returns to formal education for entrepreneurs versus employees, *Small Business Economics*, Vol. 40 (2), 375-396.
- Van Praag, C.M., & Versloot, P.H. (2017). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics*, Vol. 29, 351–382.
- White, R., Thornhill, S., & Hampson, E. (2007). A biosocial model of entrepreneurship: the combined effects of nurture and nature. *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 28, 451–466.
- Wortman, M.S. (1985). A unified framework, research typologies, and research prospects for the interface between entrepreneurship and small business. In D.L. Sexton and R.W. Smiler, eds., *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger.
- Zhang, Z., Zyphur, M.J., Narayanan J., Arvey, R.D., Chaturvedi, S., Avolio, B.J., Lichtenstein, P., & Larsson, G. (2009). The genetic basis of entrepreneurship: effects of gender and personality. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 110 (2), 93–107.