



UHASSELT

KNOWLEDGE IN ACTION

Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de toegepaste economische
wetenschappen

Masterthesis

Heeft de mate waarin een familie een hechte familie is invloed op de intentie om een nieuwe onderneming te starten

Okke Kerkhofs

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen,
afstudeerrichting innovatie en ondernemerschap

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

2019
2020



Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de toegepaste economische
wetenschappen

Masterthesis

Heeft de mate waarin een familie een hechte familie is invloed op de intentie om een nieuwe onderneming te starten

Okke Kerkhofs

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen,
afstudeerrichting innovatie en ondernemerschap

PROMOTOR :

Prof. dr. Pieter VANDEKERKHOF

Deze masterproef werd geschreven tijdens de COVID-19 crisis in 2020. Deze wereldwijde gezondheids crisis heeft mogelijk een impact gehad op het schrijf- en verwerkingsproces, de onderzoekshandelingen en de onderzoeksresultaten die aan de basis liggen van dit werkstuk.

In concreto betekent dit voor deze thesis dat de gevolgen zich vooral situeren in de dataverzameling waarbij de hoeveelheid data die verzameld werd lager ligt dan indien deze gezondheids crisis zich niet voorgedaan zou hebben.

Woord vooraf

Deze masterproef vormt het sluitstuk van mijn opleiding Toegepaste Economische Wetenschappen, afstudeerrichting Innovatie en Ondernemerschap, aan de Universiteit Hasselt. Het volbrengen van deze leerrijke en boeiende studierichting heeft veel inzet gevraagd, maar hier staat de kennis en ervaring die ik in de loop van deze jaren heb opgepikt tegenover. Om dit traject, en in het bijzonder deze masterproef tot een goed einde te brengen, heb ik op veel steun kunnen rekenen van een aantal mensen die ik via deze weg zou willen bedanken.

Eerst en vooral wil ik mijn promotor, Prof. dr. Pieter Vandekerkhof, en mijn co-promotor, Maarten Colson bedanken om mij gedurende dit proces een zeer deskundige ondersteuning te geven. Met hun constructieve feedback was het mogelijk om deze masterproef tot een goed einde te brengen. Ondanks hun drukke schema en het COVID-19 virus stonden zij altijd klaar om de juiste begeleiding te geven.

Ten slotte wil ik ook mijn ouders bedanken, zij hebben mij de opportuniteit gegeven om van deze opleiding te genieten. Zij hebben mij gedurende mijn volledige opleiding altijd gesteund en zijn altijd in mijn kwaliteiten blijven geloven. Daarnaast wil ik ook mijn zussen en mijn vrienden bedanken die mij altijd weer motiveerden, zeker tijdens deze COVID-19 crisis.

Okke Kerkhofs

Hoeselt, 20 mei 2020

Samenvatting

Startups bevorderen de concurrentie, scheppen banen en stimuleren innovatie waardoor zij mee verantwoordelijk zijn voor de economische groei van ons land. Het is dan ook niet onlogisch dat er al een brede basis aan academische literatuur beschikbaar is over dit onderwerp. Zo is het al lange tijd geweten dat de ondernemer geen rationeel individu is en dat deze beïnvloed wordt door elementen uit zijn omgeving. Een van de belangrijkste elementen uit de omgeving is het netwerk van een individu dat bestaat uit drie determinanten: dichtheid, bereikbaarheid en omvang. Ook familie is een netwerk waarbij familie begrepen wordt als ouders en kinderen die een gemeenschappelijk huishouden delen. Over de invloed van familie op het starten van een onderneming is er al een aanzienlijk aanbod van literatuur beschikbaar. Desondanks bestaat er toch een lacune in de hedendaagse literatuur over welke invloed de hechtheid van een familie heeft op de intentie om een onderneming op te starten. Om die intentie te meten maakt deze thesis gebruik van *The Theory of Planned Behaviour*. Deze theorie definieert drie mediators die de ondernemingsintentie van een persoon beïnvloeden: *Personal Attitude*, *Subjective Norm* en *Perceived Behavioural Control*. Om de hechtheid van familie te meten gebruikt dit onderzoek de determinanten van een netwerk: dichtheid, bereikbaarheid en omvang. Vervolgens worden deze determinanten gelinkt aan de mediators van *The Theory of Planned Behaviour* om zo te onderzoeken welke invloed ze hebben op de *Entrepreneurial Intention*. Om een statistische analyse te kunnen doen, werd er een kwantitatief onderzoek uitgevoerd waarbij 102 families een online vragenlijst invulden.

Na het opbouwen van het bovenstaande conceptueel model waarbij relaties tussen variabelen worden weergegeven, werd er overgegaan naar de uitvoering van de empirische studie. Om de analyse tot een goed einde te brengen werd er eerst gekeken naar de regressie van de drie onafhankelijke variabelen namelijk dichtheid, bereikbaarheid en omvang op de *Entrepreneurial Intention*. Uit deze resultaten kwam naar voren dat dichtheid een positieve invloed heeft op de *Entrepreneurial Intention* terwijl bereikbaarheid een negatieve invloed heeft. Hieruit resulteert dat indien een familie een hogere dichtheid ervaart deze een grotere kans heeft om de intentie te ontwikkelen om een onderneming op te richten. Daarenboven stellen deze resultaten ook voor dat indien een familie een hogere mate van bereikbaarheid heeft dit de kans op de intentie om een onderneming op te richten beperkt. Vervolgens kan de invloed van omvang niet bevestigd worden aangezien deze regressie niet significant was.

Aangezien *The Theory of Planned Behaviour* de intentie meet aan de hand van drie mediators worden er in dit onderzoek ook drie mediatieanalyses uitgevoerd. De eerste mediatieanalyse verloopt volgens de *Personal Attitude* die de gedragsovertuigingen van een individu vertegenwoordigt alsook de mogelijke gevolgen die dat gedrag met zich meebrengt. Uit de resultaten blijkt dat bereikbaarheid een negatieve invloed heeft op de *Personal Attitude*. Dit wil zeggen dat hoe meer er gecommuniceerd wordt binnen een familie hoe kleiner de kans is dat een persoon een intentie ontwikkelt om een onderneming op te richten. Ook omvang heeft een negatieve invloed op de *Personal Attitude* wat betekent dat indien een familie groter is, de kans kleiner is dat een persoon de intentie om een onderneming op te richten, creëert. De dichtheid heeft geen significant effect waardoor de invloed op *Personal Attitude* niet bevestigd kan worden. Uit het tweede deel van de mediatieanalyse blijkt

dat *Personal Attitude* een positieve invloed heeft op de *Entrepreneurial Intention* van een persoon. Dit betekent dat een persoon die een positieve overtuiging heeft van het gedrag en de gevolgen die horen bij het oprichten van een onderneming, een hogere kans heeft om de intentie te ontwikkelen om een onderneming op te richten.

De tweede mediatieanalyse gebeurt via de *Subjective Norm* die verwijst naar de ondersteuning of goedkeuring die een persoon krijgt van andere belangrijke personen uit zijn omgeving bij het stellen van een bepaald gedrag. In dit onderzoek wil dit zeggen dat mensen uit de omgeving van de ondernemer het gedrag, dat gepaard gaat met het oprichten van een nieuwe onderneming, goedkeuren. Uit de bevindingen van deze thesis komt naar voren dat de dichtheid van een familie een positieve invloed heeft op de *Subjective Norm* van de ondernemer. Dit betekent dat hoe groter de dichtheid van een familie is, hoe meer de naaste personen van de ondernemer hem gaan steunen. Voor de invloed van bereikbaarheid en omvang op de *Subjective Norm* toonde het onderzoek geen significant effect aan waardoor deze invloed niet bevestigd kan worden.

De laatste mediatieanalyse verloopt via *Perceived Behavioural Control*. Deze mediator heeft betrekking op de perceptie van mensen op hun eigen capaciteiten om een bepaald gedrag uit te voeren. Dit houdt in dat de ondernemer ervan overtuigd is dat hij de kennis en de middelen heeft om een onderneming op te richten. De resultaten geven aan dat de omvang van een familie een negatieve invloed heeft op *Perceived Behavioural Control*. Dit betekent dat personen die uit een grotere familie komen, het gevoel hebben dat zij niet genoeg kennis en of middelen hebben om een onderneming op te richten. Dichtheid en bereikbaarheid hebben in deze mediatie geen significant effect waardoor we de invloed van deze variabelen op de mediator niet kunnen bevestigen. Daarnaast heeft de *Perceived Behavioural Control* een positieve invloed op de *Entrepreneurial Intention*. Anders verwoord wil dit zeggen dat indien een persoon het gevoel heeft dat deze de middelen en de kennis heeft om een onderneming op te richten, hij of zij ook een grotere kans heeft om een intentie te ontwikkelen met een onderneming als gevolg.

Samenvattend kan er dus maar een beperkt aantal van de vooropgestelde assumpties in deze thesis bevestigd worden waardoor dit onderzoek niet in staat is een uitspraak over hechtheid in zijn geheel te doen. Zo is er slechts maar een subhypothese, van de subhypothesen die een significante invloed hebben, waarbij het vooropgestelde resultaat bevestigd kan worden. Dit is de subhypothese die de positieve invloed van dichtheid op de *Subjective Norm* beschrijft. Daarentegen heeft het merendeel van de overige significante subhypothesen een tegenovergesteld effect. Zo heeft de omvang van het gezin een negatieve invloed op de *Perceived Behavioural Control* en hebben bereikbaarheid en omvang een negatieve invloed op de *Personal Attitude*.

Het is daarom belangrijk dat deze masterproef dient als aanzet tot verder onderzoek waarbij het enerzijds noodzakelijk is om een gevalideerde schaal te ontwikkelen voor hechtheid om op deze manier hypothesen op een significante manier te testen. Anderzijds is het ook belangrijk dat dit onderzoek op een grotere schaal wordt uitgevoerd met zowel meer geografische als demografische spreiding aangezien de bevindingen van deze proef gebaseerd zijn op een bevraging van een zeer nauwe doelgroep.

Inhoudstabel

Inleiding.....	1
Literatuurstudie en hypothese.....	3
Het starten van een nieuwe onderneming.	3
Factoren die het starten van een nieuwe onderneming beïnvloeden.....	5
De rol van de familie op het starten van een onderneming.	6
Hechtheid van familie als beïnvloedende factor.	8
Methodologie	11
Onafhankelijke variabelen	12
Mediatoren.....	12
Controlevariabelen	12
Het analyseren van de data.....	12
Resultaten	13
Lineaire regressie.....	14
Mediatieanalyse	15
Discussie.....	18
Conclusie	21
Lijst van geraadpleegde werken	23



Heeft de mate waarin een familie een hechte familie is een invloed op de intentie om een nieuwe onderneming te starten?

Okke Kerkhofs

Onder toezicht van Prof. dr. Vandekerckhof en Dhr. Maarten Colson

ABSTRACT

Deze thesis tracht een antwoord te vinden op de onderzoeksvraag of de hechtheid van een familie invloed heeft op de intentie om een onderneming op te richten. Met behulp van Qulatricks werd een kwantitatieve vragenlijst opgesteld die door 102 families werd ingevuld. Hechtheid wordt gemeten aan de hand van drie variabelen: dichtheid, bereikbaarheid en omvang. Deze variabelen worden gelinkt aan de determinanten van *The Theory of Planned Behaviour: Personal Attitude, Subjective Norm* en *Perceived Behavioural Control*. De resultaten worden bestudeerd met behulp van drie mediatieanalyses waaruit een aantal conclusies getrokken konden worden. Zo stelde dit onderzoek vast dat bereikbaarheid en omvang een negatieve invloed hebben op de *Personal Attitude*, dat dichtheid een positieve invloed heeft op de *Subjective Norm* en dat omvang een negatieve invloed heeft op de *Perceived Behavioural Control*. Over hechtheid in het geheel kan er geen uitspraak gedaan worden door gebrek aan significante resultaten.

Inleiding

Al sinds jaar en dag liggen startups aan de basis van de economie. Zij hebben niet alleen een belangrijke rol gespeeld in het verleden door de economie naar het huidige niveau te tillen, maar zij zijn ook bepalend voor de toekomstige economische groei. Startups zijn nieuwkomers in het bedrijfsleven die met een innovatief idee op de markt komen en die een ambitieus doel nastreven. Door hun

innovatieve karakter zullen zij met behulp van nieuwe producten en nieuwe technologieën, nieuwe markten creëren waardoor zij een doorslaggevende rol spelen in de groei van de huidige economie (I., 2020; Internet, 2020). In België zijn er vorig jaar maar liefst ongeveer 119 000 startups geregistreerd en dit cijfer groeit jaar na jaar. Ondanks het feit dat de meeste auteurs het eens zijn over de bovenstaande kenmerken van een startup, zijn ze er niet in geslaagd om

een eenduidige definitie voor dit begrip te formuleren. Deze thesis definieert een startup als 'een jonge onderneming die op een innovatieve manier een schaalbare oplossing biedt voor een lacune in de maatschappij' (Lavčák, Hudec, & Sinčáková, 2019).

Om een startup op te richten moeten er een aantal factoren aanwezig zijn. Volgens H. E. Aldrich (1990) speelt de persoonlijkheid van de ondernemer een belangrijk rol. Zo zal een persoon die streeft naar onafhankelijkheid, veel zelfvertrouwen heeft, risico durft nemen en opportuniteiten kan herkennen een grotere kans hebben om een startup op te richten. Ook de omgeving heeft een aanzienlijke invloed op een persoon. Omerzel Gomezelj and Kušce (2013) stellen dat, indien een persoon toegang heeft tot fysieke infrastructuur en financiële steun, van een opleiding kan genieten en professioneel ondersteund wordt in het proces, hij een grotere waarschijnlijkheid heeft om een onderneming op te richten.

Van Gelderen, Thurik, and Bosma (2005) beschreven in hun paper dat een ondernemer geen rationeel persoon is en dat deze sterk beïnvloed wordt door factoren uit zijn omgeving. Omwille van deze redenen is het interessant om deze omgeving eens onder de loep te nemen. Van Gelderen et al. (2005) verdelen de omgeving in drie grote categorieën. De eerste categorie is van ecologische aard. Hiermee bedoelen zij dat de omgevingscondities steeds blijven variëren en dat dit een invloed kan hebben op het aantal startups alsook op de werking van gevestigde bedrijven. De tweede categorie betreft het financiële aspect namelijk de bronnen en de omvang van het kapitaal. De meeste bedrijven starten met een kleine hoeveelheid kapitaal afkomstig van het eigen vermogen van de oprichters waarna ze in een volgende fase

beroep doen op eventuele *Business Angels* of *Venture Capitalists*. De derde categorie die Van Gelderen et al. (2005) beschrijven heeft betrekking op het netwerk van de ondernemer. Zimmer (1986) beschrijft het netwerk als het totale aantal van alle personen die een individu kent. Een netwerk wordt bepaald aan de hand van drie determinanten namelijk dichtheid, bereikbaarheid en omvang.

Een van de belangrijkste netwerken die een persoon heeft, is zijn familie. Aangezien er geen duidelijke definitie bestaat over familie definieert deze thesis familie als ouders en kinderen die een gemeenschappelijk huishouden delen (Brannon, Wiklund, & Haynie, 2013). Zoals eerder vermeld heeft de omgeving een grote invloed op de ondernemer. Aangezien de familie deel uitmaakt van deze omgeving heeft zij dus ook een aanzienlijke invloed op de ondernemer en dus ook op de beslissing of hij een onderneming zal oprichten. Over de invloed van familie op het ondernemerschap is al een grote hoeveelheid academische literatuur aanwezig. Zo stellen Adjei, Eriksson, Lindgren, and Holm (2019) dat indien vader en zoon samen een bedrijf oprichten, dit een positieve invloed heeft op de slaagkans van een onderneming aangezien zij vaak de onderlinge gezagsverhouding ten opzichte van elkaar blijven behouden. In dit geval is vaak de vader de CEO en de zoon een werknemer, waardoor de zoon moet luisteren naar de vader. De kans op een rollenconflict wordt hier dus gereduceerd. Dit is niet het geval wanneer twee broers samen een onderneming oprichten. Indien de ene broer, de CEO, bevelen moet geven aan de andere. Dit kan voor conflicten zorgen aangezien zij hun hele leven evenwaardig behandeld zijn door hun

ouders en een van de twee broers nu een hogere posities bekleedt dan de andere.

In de hedendaagse literatuur is er echter weinig te vinden over hechtheid van een familie en welke invloed die kan hebben op de intentie om een onderneming op te richten. Om deze leemte op te vullen probeert deze thesis de hechtheid van een familie te linken aan de intentie om een onderneming op te richten. Op basis van de redenering dat de familie een netwerk is, meten we de hechtheid van de familie aan de hand van de determinanten van een netwerk (dichtheid, bereikbaarheid en omvang). De intentie wordt gemeten aan de hand van *The Theory of Planned Behaviour*. Deze theorie gaat ervan uit dat een intentie de belangrijkste factor is om toekomstig gedrag te voorspellen (Liñán & Chen, 2009). Deze intentie zelf is afhankelijk van drie antecedenten: *Personal Attitude*, *Subjective Norm* en *Perceived Behavioural Control*. Om dan ook te zorgen voor een effectieve link tussen de hechtheid van een familie en de intentie om een onderneming op te richten, worden de drie determinanten van *The Theory of Planned Behaviour* als mediators gebruikt. Het is dus de bedoeling dat de invloed van de drie onafhankelijke variabelen namelijk dichtheid, bereikbaarheid en omvang op *Entrepreneurial Intention* getest wordt via de drie bovenstaande mediators (*Personal Attitude*, *Subjective Norm* en *Perceived Behavioural Control*).

Na een grondige literatuurstudie waarin alle nodige begrippen worden besproken, zal er een kwantitatief onderzoek uitgevoerd worden aan de hand van een online vragenlijst. Vervolgens zullen de resultaten die uit dit onderzoek voortvloeien getest worden aan de hand van een OLS-regressie alsook ook met behulp van drie mediatieanalyses. Vervolgens zullen deze resultaten worden besproken aan

de hand van een conclusie en discussie om vervolgens deze thesis af te ronden met enkele beperkingen en aanbevelingen voor toekomstig onderzoek.

Literatuurstudie en hypothese

Het starten van een nieuwe onderneming.

De financiële crisis heeft een sterke invloed gehad op de Belgische economie. Vandaag, een decennium later, mag ons land zich prijzen met een hoog aantal initiatieven rond startups. Zo kende het jaar 2018 een sterke groei, met maar liefst 100 113 startende bedrijven die uit de grond gestampt werden. Dit is een stijging van 5,29% (Baert, 2019). In 2019 deden de Belgische starters het nog beter wat zorgde voor een recordjaar tot nu toe waarin 119 246 bedrijven werden opgericht (gjs, 2019). Startups zijn dus haast niet meer weg te denken uit de maatschappij vandaag de dag.

Maar wat betekent het begrip juist? Aangezien het een zeer breed begrip is, bestaat er geen eenduidige definitie en gebruikt elke ondernemer, elke auteur en elke stakeholder zijn eigen omschrijving. In dit artikel wordt een startup gedefinieerd als 'een jonge onderneming die op een innovatieve manier een schaalbare oplossing biedt voor een lacune in de maatschappij' (Lavčák et al., 2019). Volgens Kessler (2007) dragen startups bij aan een functionele markteconomie, met name als middel om de concurrentie te stimuleren, banen te scheppen en innovatie te bevorderen (Kessler, 2007). Het is dus uiterst belangrijk om te bepalen welke factoren een invloed hebben op het starten van een onderneming. Om een startup op te richten, zijn er een aantal factoren die onmisbaar zijn. Van Gelderen et al. (2005) ontwikkelden een aangepast stappenplan waarin er wordt beschreven dat de

ondernemer eerst een intentie moet ontwikkelen om een onderneming te starten. Deze intentie meten we aan de hand van *The Theory of Planned Behaviour* (Liñán & Chen, 2009).

Deze theorie stelt dat de intentie de belangrijkste factor is voor gepland gedrag. Indien een persoon dus een intentie heeft om een onderneming op te starten is de kans groter dat deze dat ook effectief zal doen dan een persoon die niet diezelfde intentie heeft. Deze intentie wordt dan weer beïnvloed door drie andere factoren: *Personal Attitude (PA)*, *Subjective Norm (SN)* en *Perceived Behavioural Control (PBC)*. *Personal Attitude* verwijst naar de mate waarin het individu een positieve of negatieve persoonlijke waardering heeft over het ondernemer zijn. *Subjective Norm* meet de sociale druk die een individu ervaart om een bepaald gedrag uit te voeren. Het zou bijvoorbeeld kunnen bepalen hoe de perceptie van mensen rond het individu, zoals familie en vrienden, het besluit om al dan niet ondernemer te worden, zouden goedkeuren. *Perceived Behavioural Control* heeft betrekking op de perceptie van mensen op hun eigen capaciteiten om een bepaald gedrag uit te voeren. Dit houdt in dat de ondernemer ervan overtuigd is dat hij de kennis en de middelen heeft om een onderneming op te richten. Hierbij wordt zowel rekening gehouden met het gevoel van 'kunnen' alsook de perceptie over de beheersbaarheid van het gedrag. Deze drie factoren zijn bepalend voor de intentie om een onderneming op te richten. Daarnaast stellen Liñán and Chen (2009) ook dat *Subjective Norm* indirect gelinkt is aan zowel *Personal Attitude* als *Perceived Behavioural Control*. Een netwerk van een individu kan invloed hebben op het gedrag van een persoon, zeker als er sterke rolmodellen in dit netwerk aanwezig zijn. Op deze manier

kan zowel de *Personal Attitude* alsook de *Perceived Behavioural Control* van een individu worden beïnvloed (Mathews & Moser, 1995).

De tweede stap die Van Gelderen et al. (2005) beschrijven, houdt in dat de ondernemer een opportuniteit moet herkennen en een *business concept* moet uitwerken. Een opportuniteit in de markt kan beschreven worden als een onbevredigde behoefte van de klant (Kim, Kim, & Jeon, 2018). Deze opportuniteit moet vervolgens beschreven worden in een *Business Concept*. Een *Business Concept* is een document dat de basisinformatie bevat zoals de dienst of het product, de doelgroep en waarom het bedrijf een voordeel zou hebben ten opzichte van de concurrent.

In de derde stap beschrijven Van Gelderen et al. (2005) dat middelen noodzakelijk zijn om het *Business Concept* te realiseren. Financiële middelen zijn haast ondenkbaar bij het opstarten van een onderneming (Zellweger, 2017). De ondernemer kan hiervoor beroep doen op de hulp van familie of vrienden. Daarnaast kan de ondernemer aanspraak maken op professionele ondersteuning van *business angels* en *venture capitalists* (Alemany & Andreoli, 2018). Nadat de organisatie is opgericht, is het de bedoeling dat deze in de vierde en laatste stap actief gaat deelnemen aan de markt en zijn dagelijkse operationele activiteiten gaat uitvoeren.

Het stappenplan beschrijft het proces om een nieuwe onderneming op te starten. Zoals eerder vermeld is de eerste stap in het proces het hebben van een intentie die beïnvloed wordt door de factoren *Personal Attitude*, *Subjective Norm* en *Perceived Behavioural Control*. Deze drie antecedenten worden op hun beurt beïnvloed door een aantal

determinanten die we beschrijven in de volgende sectie.

Factoren die het starten van een nieuwe onderneming beïnvloeden.

Van Gelderen et al. (2005) beschrijven drie determinanten die de kans op slagen bij het oprichten van een onderneming beïnvloeden. Het klinkt misschien logisch maar de voornaamste determinant om een onderneming op te starten is een individu, de ondernemer. Vanuit het perspectief van het individu zijn er volgens Van Gelderen et al. (2005) twee belangrijke aspecten, namelijk 'menselijk kapitaal' en 'psychologische individuele verschillen'. Onder het eerste aspect vallen termen als kennis, opleiding en ervaring. Deze kunnen een invloed hebben op welke bronnen er beschikbaar zijn voor de ondernemer. Zo kan iemand met een hogere opleiding meer informatie hebben over de boekhouding en de administratieve wetgeving dan een persoon die niet van dezelfde opleiding heeft genoten. Onder het tweede aspect, psychologische verschillen, vallen termen als cognitief vermogen en persoonlijke eigenschappen. Het cognitief vermogen beschrijft hoe mensen informatie verwerken en hoe zij percepties vormen over zichzelf en de omgeving. Het geeft dus weer hoe mensen bepaalde uitkomsten verklaren en interpreteren (Van Gelderen et al., 2005). Indien een persoon een hoog cognitief vermogen heeft, is dit een goede indicator dat deze persoon de capaciteiten heeft om efficiënt nieuwe kennis te verwerken. Verder zal hij ook beter met mensen kunnen samenwerken dan een persoon met een lager cognitief vermogen (Adjei et al., 2019). Daarnaast spelen persoonlijke eigenschappen van een individu ook een significante rol in het oprichten van een onderneming. Kim et al. (2018) beschrijven het profiel van een

ondernemer als een innovatief en risico-avers persoon die opportuniteiten benut en kan omgaan met de onzekerheden die daaruit voortvloeien. Van Gelderen et al. (2005) stemmen in met deze omschrijving en voegen hier nog aan toe dat ambitie, het streven naar autonomie en het uitvoeren van controle ook factoren zijn die behoren tot de kenmerken van een ondernemer. Daarnaast tonen Townsend, Busenitz, and Arthurs (2010) ook nog aan dat zelfvertrouwen en succes positief gecorreleerd zijn. Een ondernemer die gelooft in zijn eigen capaciteiten zal een grotere kans op slagen hebben dan een ondernemer die zijn eigen mogelijkheden in twijfel trekt.

De tweede determinant verwijst naar het proces dat de ondernemer moet volgen om in zijn opzet te slagen. Dit houdt in dat hij een financieel plan en een *business model* heeft waarin de sterktes en zwaktes van de onderneming geformuleerd staan maar ook de stappen die nodig zijn om deze doelen te bereiken. Ook voor toekomstige investeerders is het belangrijk om te zien dat de startende onderneming een bepaalde strategie heeft (Van Gelderen et al., 2005).

De derde determinant verwijst naar het team waarmee de ondernemer werkt. Het is essentieel dat je de juiste mensen op de juiste plek zet. Het voordeel om een onderneming op te richten met een team is dat zij gezamenlijk over bepaalde capaciteiten beschikken die je niet bij een enkel individu kan terugvinden (Visintin & Pittino, 2014). Amason and Sapienza (1997) ondersteunen deze stelling maar waarschuwen voor de gevaren van te grote teams. Zij stellen dat kleinere teams minder problemen met integratie vertonen aangezien de kans groter is dat er meer interactie in een team plaatsvindt wanneer het aantal mensen beperkt is.

Deze bovenstaande factoren namelijk het individu, het proces en het team zijn allemaal factoren die een invloed hebben op het starten van een onderneming. Nochtans volstaan deze factoren niet aangezien het individu een persoon is die beïnvloed wordt door meerdere factoren die in zijn omgeving plaatsvinden. Het is daarom ook belangrijk om eens naar de omgeving te gaan kijken en welke invloed die heeft op het individu.

De rol van de familie op het starten van een onderneming.

Zimmer (1986) heeft een aantal kritiepunten op de persoonlijk eigenschappen van de ondernemer. Vele auteurs (Kim et al., 2018; Omerzel gomezelj & kušce, 2013; Van Gelderen et al., 2005) stellen dat indien een ondernemer aan de bovenstaande kenmerken (innovatief, ambitieus, risico-avers,...) voldoet, dat hij dan een aanzienlijke kans van slagen heeft. Zimmer (1986) is niet akkoord met deze visie. Hij beweert namelijk dat er verschillende soorten leiderschapsstijlen nodig zijn in verschillende situaties en dat bovenstaande kenmerken niet voldoende zijn om dit te realiseren. Verder suggereert hij ook dat de onderzoekers de mate waarin ondernemers van andere mensen worden onderscheiden op basis van deze kenmerken, overschatten. Granovetter (1985) voegt hier zelfs nog aan toe dat we het idee dat een ondernemer een rationeel individu is dat minimaal beïnvloed wordt door sociale relaties achterwege moeten laten.

Ook Kurt Lewin toont met zijn vergelijking $[B = f(P,E)]$ aan dat iemands leefomgeving (E) bepalend is voor het gedrag (B) dat een persoon (P) vertoont (Burnes, 2004). Dit is dus ook van toepassing bij het oprichten van een onderneming waarbij ondernemerschap ontstaat uit een combinatie van de persoonlijke eigenschappen van de

ondernemer evenals eigenschappen uit zijn omgeving (Omerzel Gomezelj & Kušce, 2013). De omgeving van een individu bestaat uit verschillende netwerken. Volgens Zimmer (1986) bestaat een netwerk uit het totaal van alle personen die een bepaalde relatie met elkaar hebben. Hij verklaart dit aan de hand van drie componenten binnen een netwerk: dichtheid, bereikbaarheid en omvang.

De dichtheid van een netwerk houdt in hoe goed mensen binnen het netwerk elkaar kennen. Een grote dichtheid houdt in dat (bijna) iedereen binnen een bepaalde groep elkaar kent: persoon A kent zowel persoon B als C, daarbij kennen personen B en C elkaar ook.

Onder bereikbaarheid verstaan we de weg die we moeten afleggen om een bepaalde persoon te bereiken, dit kan verschillen van persoon tot persoon. We stellen even alle mensen voor als verschillende knooppunten. De bereikbaarheid van een knooppunt is dan afhankelijk van het aantal knooppunten dat je moet afleggen om het gewenste knooppunt te bereiken (Boban, Mujkic, Dugandzic, Bijedic, & Hamulic, 2014). Zo kan het bijvoorbeeld zijn dat je een enquête wil laten invullen door een CEO van een multinational maar je deze CEO niet persoonlijk kent. Je weet wel dat je nonkel in het managementteam zit, en dus stuur je een mail met je enquête naar je nonkel die het op zijn beurt doorstuurt naar de CEO. In dit geval heb je door twee knooppunten de CEO kunnen bereiken. Het is dus kortom het aantal mensen dat we moeten contacteren vooraleer we bij de persoon zijn die we willen bereiken.

De omvang wordt dan weer bepaald door de hoeveelheid mensen die je kent. Indien persoon A alle mensen op de wereld zou kennen dan is elke persoon twee stappen verwijderd van elkaar (Zimmer, 1986). Een

goed netwerk onderhouden is van groot belang voor startende ondernemers door toegang tot de juiste expertise voor je startende onderneming alsook door de uitbreiding van zijn of haar *Social Capital* (Brannon et al., 2013). *Social Capital* kan beschreven worden als de bijdrage aan het succes van een organisatie die kan worden toegeschreven aan persoonlijke relaties en netwerken, zowel binnen als buiten de organisatie. Daarnaast kan de term ook gebruikt worden om de persoonlijke relaties binnen een bedrijf te beschrijven die bijdragen aan het opbouwen van vertrouwen en respect bij werknemers, wat leidt tot verbeterde bedrijfsprestaties. Voor startende bedrijven houdt dit in dat zij een gediversifieerd netwerk moeten creëren waarin sterke relaties ontstaan en onderhouden worden. Aangezien ondernemerschap een gedrag is dat voortvloeit uit een persoon in combinatie met een omgeving *zoomen* we in op een specifiek netwerk uit de omgeving aangezien de kenmerken van de ondernemer al eerder vermeld zijn.

Een van de belangrijkste en meest invloedrijke netwerken van een individu is de familie (Miller, Steier, & Le Breton-Miller, 2016). Zoals eerder vermeld, is de familie van de ondernemer een belangrijke bron van sociaal kapitaal. Ook Renzulli, Aldrich, and Moody (2000) beschrijven het belang van informele relaties die zowel een belangrijke bron van informatie als een bron van middelen vormen. De familie en een onderneming mogen dus niet als twee onafhankelijke entiteiten bekeken worden.

Vooraleer we de invloed van familie bespreken en welke gevolgen die met zich meebrengt is het belangrijk om het begrip familie te verduidelijken. Allereerst is het belangrijk dat verschillende generaties verschillende

definities hebben voor het begrip familie. De oorzaak hiervan vinden we in het feit dat het begrip familie de laatste decennia een andere invulling kent dan de afgelopen generaties. Zo trouwen mensen op latere leeftijd en krijgen ze minder kinderen met een kleinere familie als resultaat. Verder neemt ook nog eens het aantal echtscheidingen toe waardoor er ook meer nieuw-samengestelde gezinnen zijn. Dit zijn allemaal factoren die ervoor zorgen dat het begrip familie niet zomaar op dezelfde manier geïnterpreteerd kan worden (H. E. Aldrich & Cliff, 2003) en dat onderzoekers moeilijkheden hebben om een eenduidige definitie rond dit begrip te vormen. Brannon et al. (2013) omschrijven familie als 'een groep intimiteiten die een gevoel van thuis- en groepsidentiteit genereren en die zowel een gedeelde geschiedenis als een gedeelde toekomst hebben'. Deze thesis definieert familie volgens de beschrijving van H. E. Aldrich and Cliff (2003) waarbij het begrip beschreven wordt als 'een nucleaire groep van twee generaties waaronder we ouders en kinderen verstaan die eenzelfde huishouden delen'.

Een persoon wordt dus beïnvloed door een bepaalde *embeddedness* waarbij sociale relaties een belangrijke invloed hebben op het gedrag en de beslissingen van een individu. Hierdoor zal de ondernemer zijn rationele analyse laten beïnvloeden door de waarden en normen die meegegeven zijn uit zijn omgeving. Deze *embeddedness* heeft ook haar invloed op de keuze om een onderneming op te richten en vooral op de niet-economische factoren. Het is dus duidelijk dat deze *embeddedness* een bepalende rol speelt in het leven van de ondernemer. Kortom verklaart de *embeddedness* waarom een ondernemer niet altijd de meest rationele keuze maakt aangezien hij beïnvloed wordt door personen

die een belangrijke rol spelen in zijn of haar leven (Granovetter, 1985).

Gillath, Karantzas, and Lee (2019) beschrijven dat we binnen de *embeddedness* van een individu twee soorten netwerken kunnen onderscheiden. Zij stellen die voor als twee concentrische cirkels waarbij de buitenste cirkel bekend staat als het *Social Network*. Dit is het netwerk waar er interacties ontstaan tussen individuen die elkaar kennen zoals vrienden, collega's en kennissen. Deze interpersoonlijke relaties zijn ook een belangrijke bron van informatie en dragen ook bij aan het eerder vernoemde *Social Capital* (Renzulli et al., 2000). De binnenste cirkel waar Gillath et al. (2019) over spreken is het *Attachment Network*. Hierin bevinden zich de mensen die aan de gehechtheidsbehoeften van liefde, comfort en veiligheid voldoen. Dit netwerk is veel kleiner en intiemer dan het *Social Network* en heeft daarom ook meer invloed op een individu. In dit netwerk bevinden zich personen als een hechte vriend of vriendin, de partner, alsook de moeder en de vader. Trinke and Bartholomew (1997) stellen indien een persoon een partner heeft, dat deze partner voor een groot deel voor alle hechtheidsbehoeftes instaat. Maar indien een persoon geen partner heeft dan zijn het vooral de hechte vrienden of vriendinnen langs de ene kant die zorgen voor een *safe haven* waar een persoon terecht kan in tijden van nood. Langs de andere kant vervullen de ouders de rol van een *secure base* als veilig basis om er zelfstandig op uit te trekken. In deze *paper* is het de bedoeling om een dieper inzicht te krijgen in dit *Attachment Network* en meer specifiek in de hechtheid van een familie en hoe dit de intentie om een onderneming op te richten beïnvloedt.

Hechtheid van familie als beïnvloedende factor.

De huidige literatuur beantwoordt al vele vragen over de invloed van een familie op een (familie)bedrijf alsook het oprichten van een bedrijf. Zo concludeerden H. Aldrich, Renzulli, and Langton (1998) dat kinderen van ondernemers een grotere kans hebben om zelf ook een onderneming te starten. Daarnaast stelden Brannon et al. (2013) dat indien een koppel samen een bedrijf opricht dit vaak een positief effect heeft op het bedrijf aangezien zij elkaar als evenwaardig beschouwen en zij elkaars sterktes en zwaktes kennen. Bovendien kunnen zij ook beter privé en werk combineren aangezien zij de flexibiliteit hebben om goede afspraken te maken. Deze thesis probeert een specifiekere lacune op te vullen door te onderzoeken in welke mate de hechtheid van een familie invloed heeft op de intentie om een nieuwe onderneming te starten. Aangezien een familie een netwerk is wordt de hechtheid van familie getoetst aan de hand van de drie bovenstaande maatstaven van een netwerk: dichtheid, bereikbaarheid en omvang.

Dichtheid kan uitgedrukt worden aan de hand van het totaal aantal aanwezige banden die er zouden zijn als iedereen in het netwerk met elkaar verbonden zou zijn (H. Aldrich et al., 1998). Binnen een familie is de dichtheid vanzelfsprekend groter dan bij vrienden of kennissen aangezien je dagelijks met je gezin in contact komt. Om toch een onderscheid te maken binnen elke familie op zichzelf, nemen we het begrip cohesie als referentiepunt van dichtheid. Cohesie verwijst naar de mate van verbondenheid en emotionele binding die gezinsleden ervaren (Lansberg & Astrachan, 1994). Een hoge cohesie zorgt voor gedeelde normen en waarden, begrip en intense, emotionele relaties (Granovetter, 1992). De

Personal Attitude van een persoon wordt beïnvloed door deze intense en emotionele relaties aangezien *Personal Attitude* een continu proces is van reflecteren en reageren op de sociale omgeving waardoor de houding en het gedrag van een persoon bepaald worden. Hoe meer cohesie er in een familie aanwezig is hoe meer de *Personal Attitude* van een persoon beïnvloed wordt. Vervolgens tonen Jaskiewicz, Combs, and Rau (2015) eveneens aan dat samenhangende families ervaringen samen delen en verwerken, dat zij elkaar helpen en ondersteunen. Newbert, Tornikoski, and Quigley (2013) benadrukken hierbij dat beginnende ondernemers op zoek zijn naar individuen met wie ze een sterke emotionele band hebben voor verschillende vormen van ondersteuning tijdens het creëren van een nieuwe onderneming. Hoe hechter een familie, hoe dieper de emotionele band, hoe groter de ondersteuning. Deze ondersteuning kan dan weer gelinkt worden aan de *Subjective Norm* die potentiële ondernemers nodig hebben om te bepalen of hun intentie om hun bedrijf te starten wordt geaccepteerd en ondersteund door anderen die door hen als belangrijk worden beschouwd (Carr & Sequeira, 2007). Daarnaast kan deze ondersteuning ook een beïnvloedende factor zijn van *Perceived Behavioural Control*. Het *Attachment Network* beschreef dat ouders instaan voor de *secure base* zodat het kind het gevoel heeft dat hij goed ondersteund wordt vooraleer deze er zelfstandig op uitgaat. Hoe steviger deze basis is, hoe groter de kans is dat een individu de moeilijkheid van het ondernemerschap als haalbaar ziet. Een individu heeft vaak een zeer diepgaande relatie met zijn ouders zoals eerder aangehaald in het *Attachment Network*. Deze hechte band tussen ouder en kind kan volgens H. E. Aldrich and Cliff (2003) geschaad worden indien er een echtscheiding tussen de ouders

plaatsvindt waardoor de ondersteuning van de ondernemersintentie ook kan afnemen. Hieruit volgen onderstaande hypothesen:

Hypothese 1: De hechtheid van een familie heeft een positief effect op de intentie om een onderneming op te richten.

Deze hypothese wordt ondersteund door volgende subhypothesen:

Hypothese 1A: De dichtheid van een familie heeft een positief effect op de Personal Attitude.

Hypothese 1B: De dichtheid van een familie heeft een positief effect op de Subjective Norm.

Hypothese 1C: De dichtheid van een familie heeft een positief effect op Perceived Behavioural Control.

De bereikbaarheid is redelijk vanzelfsprekend in een familie aangezien deze gedurende lange tijd dezelfde domicilie hebben waardoor de bereikbaarheid altijd hoog is. Hierdoor is het moeilijker om een juiste vergelijking te maken. Om toch een maatstaf te hebben, gebruiken we de mate van communicatie om een beeld te krijgen over de bereikbaarheid tussen familieleden. Zo stellen Decker, Thurston, Howell, Hasselle, and Kamody (2020) dat een goede communicatie wordt geassocieerd met een betere relatie tussen de personen die met elkaar communiceren. Hieruit volgt dat er meer hechtheid is tussen mensen die veel communiceren dan tussen mensen die weinig communiceren. Aangezien *Personal Attitude* beïnvloed wordt door sterke relaties aan te gaan met anderen (Carr & Sequeira, 2007) en communicatie een factor is om een sterke relatie met iemand op te bouwen, kan er geconcludeerd worden dat communicatie, en dus ook bereikbaarheid, een rechtstreeks effect heeft op de *Personal*

Attitude. Op een gelijkaardige manier kan vastgesteld worden dat bereikbaarheid een invloed heeft op de *Subjective Norm*. Indien een persoon veel communiceert met zijn familieleden en dus een hechtere band ontwikkelt gaat deze ook meer rekeninghouden met de mening van deze familieleden. Daarnaast kunnen de hechte banden die ontstaan zijn door een goede en frequente communicatie van familieleden ook zorgen dat de ondernemer het gevoel heeft dat de moeilijkheid van ondernemen afneemt aangezien hij omringd is door mensen die hem steunen en helpen indien nodig. Hieruit volgt dat bereikbaarheid ook rechtstreeks gelinkt kan worden aan *Perceived Behavioural Control*. Uit deze stellingen volgen volgende hypothesen:

Hypothese 2: Bereikbaarheid heeft een positief effect op de intentie om een onderneming op te richten.

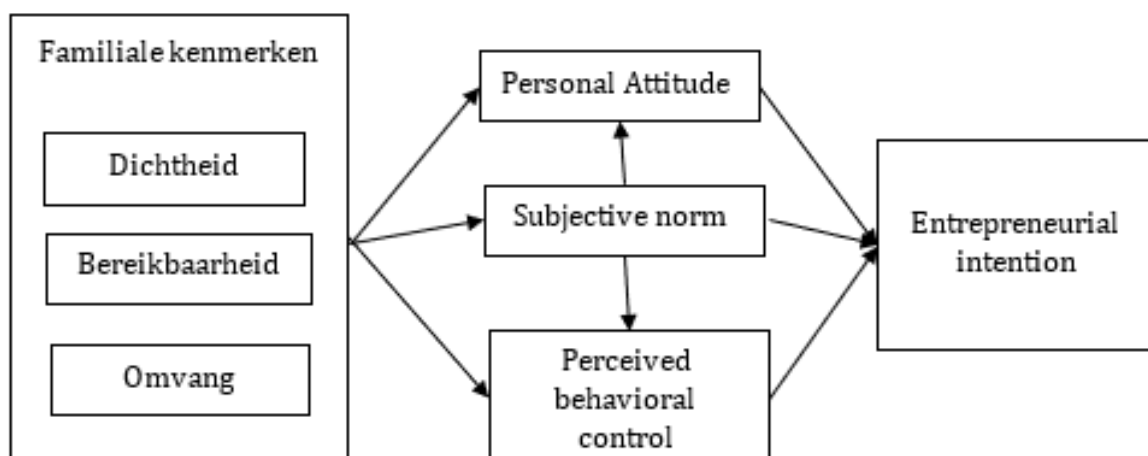
Deze hypothese wordt ondersteund door onderstaande subhypothesen:

Hypothese 2A: Bereikbaarheid heeft een positief effect op Personal Attitude.

Hypothese 2B: Bereikbaarheid heeft een positief effect op Subjective Norm.

Hypothese 2C: Bereikbaarheid heeft een positief effect op Perceived Behavioural Control.

Zoals eerder vermeld biedt de familie emotionele relaties Edelman, Manolova, Shirokova, and Tsukanova (2016) en vertrekken we weer vanuit dit standpunt. Vervolgens wordt omvang gemeten aan de hand van het aantal leden dat aanwezig is in de familie waarbij familie opnieuw gekenmerkt wordt als het kerngezin met kinderen en ouders (H. E. Aldrich & Cliff, 2003). Daarnaast stellen Adjei et al. (2019) en Rodriguez, Tuggle, and Hackett (2009) dat kinderen een positief effect hebben op de prestaties van startende onderneming. Het aantal familieleden kan een invloed hebben op een individu. Zo is het *Attachment Network* van een individu dat uit een groter gezin komt automatisch groter dan dat van een individu dat uit een kleiner gezin komt. Dit heeft als gevolg dat een individu dat uit een groter gezin komt door meer personen wordt beïnvloed dan een individu dat uit een kleiner gezin komt. Voor de *Personal Attitude* heeft dit als gevolg dat een persoon uit een groter gezin meerdere sociale interacties heeft en dus ook meerdere sterke banden heeft. Hierdoor wordt de attitude van een persoon door meerdere factoren gevormd dan indien deze persoon uit



een kleiner gezin kwam. Ook de *Subjective Norm* wordt sterk beïnvloed door de omvang van een gezin. Familie heeft een grote invloed op het individu en deze zal dus ook beïnvloed worden door de percepties van de familieleden. Hoe meer familieleden er zijn, hoe meer percepties gevormd zullen worden en hoe meer factoren een invloed hebben op de *Subjective Norm* (Adjei et al., 2019). De grootte van een familie heeft dus een rechtstreeks effect op de *Subjective Norm*. Indien de familie van een ondernemer uit meerdere personen bestaat en deze dus ook meerdere sterke relaties heeft, heeft hij meerdere personen die hem kunnen ondersteunen. Indien een persoon zich gesteund voelt kan hij het gevoel krijgen dat de moeilijkheid van een project, zoals het opstarten van een onderneming, afneemt. De omvang van een familie kan dus een rechtstreeks effect hebben op *Perceived Behavioural Control*. Hieruit volgen onderstaande hypothesen:

Hypothese 3: De omvang van een familie heeft een positief effect op de intentie om een onderneming op te richten.

Deze hypothese wordt ondersteund door volgende subhypothesen:

Hypothese 3A: Omvang heeft een positief effect op Personal Attitude.

Hypothese 3B: Omvang heeft een positief effect op Subjective Norm.

Hypothese 3C: Omvang heeft een positief effect op Perceived Behavioural Control.

Methodologie

Om een breed beeld te krijgen over hoe de hechtheid van een familie invloed heeft op de intentie om een onderneming op te richten werd er een kwantitatief onderzoek gevoerd.

Op deze manier konden verschillende families op een gelijkaardige manier vergeleken worden. De data werden verzameld aan de hand van een gestandaardiseerde online vragenlijst die opgesteld was met behulp van Qualtrics. De doelgroep in dit onderzoek zijn laatstejaarsstudenten of personen die een jaar zijn afgestudeerd aangezien deze op korte termijn op zoek zijn naar een job en dus ook een grotere kans hebben om de intentie te ontwikkelen om een onderneming op te richten. Omdat de invloed van familie gemeten wordt, is het ook belangrijk dat we de familie van onze doelgroep mee in het onderzoek nemen. Zoals eerder vermeld, wordt met familie enkel het kerngezin, namelijk het kind met de ouders, bedoeld. Er werden twee soorten vragenlijsten opgesteld. De ene moest enkel door het kind ingevuld worden, de andere door beide ouders. Voor de data was het noodzakelijk dat zowel het kind als beide ouders de vragenlijst volledig hadden ingevuld. Indien dit niet het geval was, werd deze familie niet opgenomen in de data. Dit is met uitzondering van het kind waarbij er een ouder overleden is. Door de vragenlijst van de ouders verwant op te stellen aan de vragenlijst van de kinderen kon er getest worden of de factoren die voor de ouders als belangrijk beschouwd werden, ook door het kind zo gezien werden en omgekeerd. Om voldoende data te verzamelen werden er willekeurig 180 kinderen gecontacteerd. Hiervan reageerden 115 kinderen, dit waren echter niet allemaal geldige resultaten. Zo werd er geconstateerd dat in sommige gevallen niet alle familieleden de vragenlijst hadden ingevuld of dat niet alle vragenlijsten volledig waren ingevuld. Dit had als gevolg dat deze families niet in de dataset werden opgenomen. In onze finale dataset zaten 102 volledige families wat resulteerde in 303 individuele responsen. Dit is niet het drievoud van het aantal kinderen aangezien er

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Geslacht	102	0	1	0,58	0,496
Leeftijd	102	18	28	22,01	1,361
Ouders Onderneming	102	0	1	0,23	0,420
Universitair diploma	102	0	1	0,71	0,458
Economische richting	102	0	1	0,51	0,502
Gescheiden	102	0	1	0,21	0,406

Tabel 1: Descriptives

drie families in de vragenlijst zijn opgenomen waarbij er een ouder overleden is. Het responspercentage bedraagt 56,6%, dit hoge percentage kant te danken zijn aan het feit dat de respondenten uit het persoonlijk netwerk komen.

Onafhankelijke variabelen

In deze thesis werd er getest hoe de hechtheid van familie invloed heeft op de intentie om een onderneming te starten. Om de hechtheid te testen, gebruikte dit onderzoek drie onafhankelijke variabelen: dichtheid, bereikbaarheid en omvang. Dichtheid werd gemeten aan de hand van cohesie. Om dit te meten keken we naar hoe belangrijk familie is voor een individu, hoe hecht de familie zichzelf beschouwt alsook in welke mate de familie bezorgd is om een familielid. Deze vragen werden getoetst aan de hand van een Likert schaal, van 1 tot 7, waarbij 1 staat voor helemaal oneens en 7 voor helemaal eens. Bereikbaarheid werd gemeten aan de frequentie van het contact dat de familie met elkaar heeft, hierbij werd er aan de respondenten gevraagd of ze dagelijks, wekelijks, maandelijks, jaarlijks of nooit contact hebben met hun familie. Omvang werd gemeten door het aantal leden in een familie. Hierbij vroegen we aan de respondent hoeveel broers en of zussen hij heeft, op deze manier kon er geconstateerd worden uit hoeveel leden de familie bestaat.

Mediatoren

Om te kijken of deze onafhankelijke variabelen een invloed hadden op de afhankelijke variabele, namelijk de intentie om een onderneming op te richten, werd er eerst gekeken naar de invloed van deze onafhankelijke variabelen op de antecedenten van *The Theory of Planned Behaviour*. Vervolgens werd er enkel bij het kind onderzocht of er een intentie is om een onderneming op te richten aan de hand van de eerder vermelde *Theory of Planned Behaviour*. Aangezien *Personal Attitude*, *Subjective Norm* en *Perceived Behavioural Control* antecedenten zijn van de intentie worden deze bij het kind gemeten aan de hand van de vooropgestelde vragen van Liñán and Chen (2009).

Controlevariabelen

Om een nauwkeuriger onderzoek te voeren nemen we ook nog enkele controlevariabelen op in ons onderzoek. Zo kijken we naar het geslacht van de respondent alsook naar de studierichting en de economische achtergrond. Ten slotte wordt er ook nog gekeken of de ouders van het kind een onderneming hebben of niet.

Het analyseren van de data

Om de verkregen data te analyseren werd er gebruik gemaakt van het statistisch computerprogramma 'IBM SPSS Statistics 26'. Met behulp van dit programma werden zowel

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
1. Geslacht	1										
2. Ouders onderneming	0,014	1									
3. Universitair Diploma	0,103	-0,091	1								
4. Economische richting	0,195*	-0,154	0,357**	1							
5. Dichtheid	0,054	-0,057	0,223*	0,224*	1						
6. Bereikbaarheid	-0,027	-0,054	0,208*	0,111	0,667**	1					
7. Totaal aantal kinderen	-0,098	-0,042	-0,087	-0,061	0,017	0,077	1				
8. Personal Attitude	-0,219*	-0,313**	-0,028	0,186	0,005	-0,131	-0,161	1			
9. Subjective Norm	0,121	-0,101	0,150	0,297**	0,245*	0,082	0,000	0,066	1		
10. Perceived Behavioural Control	-0,070	-0,080	0,321**	0,431**	0,099	-0,023	-0,198*	0,503**	0,078	1	
11. Entrepreneurial Intention	-0,149	-0,231*	0,069	0,240*	0,064	-0,119	-0,074	0,836**	0,092	0,640**	1

Tabel 2: Correlaties. * = $p < 0,05$, ** = $p < 0,01$

OLS regressies als de technieken van Hayes toegepast.

Resultaten

Alvorens de hypothesen van dit onderzoek te testen, wordt er eerst gekeken naar de beschrijvende statistieken en de correlaties. Aangezien het kind in dit onderzoek de doelgroep is en niet de ouder, zijn de beschrijvende statistieken, weergegeven in Tabel 1, van toepassing op het kind. Deze tabel geeft aan dat 58% van de kinderen vrouwen zijn en dat de overige 42% dus mannen zijn. Daarnaast kan er uit de tabel afgelezen worden dat 23% van de kinderen aangaf dat minstens een van hun ouders een bedrijf heeft. Verder heeft 51% een economische richting gevolgd of is deze studierichting nog aan het afwerken. Vervolgens heeft ook de meerderheid (71%) een universitair diploma of zal hij of zij dit behalen. De gemiddelde leeftijd van de kinderen in deze sample ligt op 22 jaar. Dit is te verklaren door het feit dat er gefocust wordt op laatstejaarsstudenten of personen die maximum een jaar zijn afgestudeerd. Verder gaf 21% van de kinderen aan dat hun ouders gescheiden waren.

De correlaties tussen de variabelen worden weergegeven in Tabel 2. Hieruit kan afgeleid worden dat er acht correlaties zijn op een significantieniveau van 95%. Zo is dichtheid positief gecorreleerd met de *Subjective Norm* (0,245*), het hebben van een universitair diploma (0,223*) en het volgen van een economische richting (0,224*). Daarnaast is het volgen van een economische richting zowel positief gecorreleerd aan het geslacht (0,195*) alsook aan de *Entrepreneurial Intention* (0,240*). Verder is er nog een laatste positieve correlatie (0,208*) tussen bereikbaarheid en het hebben van een universitair diploma. Vervolgens is *Personal Attitude* negatief gecorreleerd aan geslacht (-0,219*) en heeft ook het aantal kinderen in een familie een negatieve correlatie (-0,198*) met de *Perceived Behavioural Control*. Bovendien is er ook nog een negatieve correlatie tussen de *Entrepreneurial Intention* van het kind en het feit dat een van de ouders een onderneming heeft (-0,231*). Daarnaast geeft de tabel ook nog negen correlaties weer op een betrouwbaarheidsniveau van 99%. Zo heeft het volgen van een economische richting een positieve correlatie met een universitair diploma (0,357**), de *Subjective Norm* (0,297**) en *Perceived Behavioural Control*

	Sum of squares	Df	Mean square	F	Sig.	R Square
Regression	44,746	7	6,392	3,129	0,005	0,189
Residual	192,011	94	2,043			
Total	236,757	101				

Tabel 3: ANOVA

Afhankelijke: Entrepreneurial Intention	B coëfficiënt	Standaardfout	Significantie
Dichtheid	0,514	0,308	0,099
Bereikbaarheid	-1,043	0,442	0,020
Totaal aantal kinderen	-0,143	0,193	0,459

Tabel 4: Lineaire regressie

(0,431**). Daarnaast is er ook nog een positieve correlatie tussen het hebben van een universitair diploma en *Perceived Behavioural Control* (0,321**). Vervolgens is er ook een positieve correlatie tussen de twee onafhankelijke variabele dichtheid en bereikbaarheid (0,667**). Indien de ouders een onderneming hebben, is er een negatieve correlatie (-0,313**) met de *Personal Attitude* van het kind. Verder is er ook nog een positieve correlatie tussen *Perceived Behavioural Control* en *Personal Attitude* (0,503**). Bovendien hebben deze twee ook een positieve correlatie van respectievelijk (0,640**) en (0,836**) op *Entrepreneurial Intentions*.

Lineaire regressie

Er wordt met behulp van een lineaire regressie gekeken of de drie hoofdtheses bevestigd kunnen worden. Vooraleer de resultaten besproken worden is het belangrijk om eerst te weten of dit model ook wel significant is. De resultaten van deze lineaire regressie vind je terug in Tabel 3 waar deze worden weergegeven aan de hand van een ANOVA-tabel. Aan de hand van de resultaten in deze

tabel kan er geconcludeerd worden dat dit model significant is op 99% aangezien de p-waarde 0,005 bedraagt. Daarnaast heeft dit model een R-squared van 0,189, dit wil zeggen dat de waargenomen variatie voor 18,9% door het model kan worden verklaard. Aangezien dit model significant is kan er gekeken worden naar de regressieresultaten zelf (Tabel 4). De eerste hypothesen onderzoekt of de dichtheid van een familie een positieve invloed heeft op de intentie. Uit de lineaire regressie kan de conclusie getrokken worden dat dichtheid een positief (0,514) significant effect ($p = 0,099$) heeft op de intentie om een onderneming op te richten. Hieruit volgt de conclusie dat hypothese 1, die nagaat of de dichtheid een positief effect heeft

op de intentie, kan worden bevestigd. Vervolgens wordt er naar hypothese 2 gekeken, die onderzoekt of bereikbaarheid een positief effect heeft op de intentie om een onderneming op te richten. Hypothese 2 moet verworpen worden aangezien bereikbaarheid een negatief (-1,043) significant effect ($p = 0,020$) heeft op de intentie om een onderneming op te richten terwijl er een

positief effect werd verwacht. Ten slotte wordt er gekeken naar de invloed van omvang op de intentie om een onderneming op te richten. Aangezien de omvang een p-waarde ($p = 0,459$) heeft die niet significant is, kan hypothese 3, die test of omvang een positief effect heeft op de intentie om een onderneming op te richten, niet bevestigd worden.

Mediatieanalyse

Het effect van hechtheid op de intentie om een onderneming op te richten wordt getest aan de hand van drie onafhankelijke variabelen namelijk dichtheid, bereikbaarheid en omvang. Om deze drie onafhankelijke variabelen te linken aan de *Entrepreneurial Intention* worden er drie mediatie-analyses uitgevoerd. Dit wil zeggen dat we gaan kijken hoever de invloed van een onafhankelijke variabele een effect heeft op een afhankelijke

variabele via een tussenliggende variabele. In dit onderzoek zijn er drie tussenliggende variabelen, ook wel mediators genoemd, aanwezig. Dit zijn de eerder vermelde variabelen van *The Theory of Planned Behaviour*, namelijk *Personal Attitude*, *Subjective Norm* en *Perceived Behavioural Control*.

Eerst wordt er gekeken naar de invloed van de drie variabelen op de mediator *Personal Attitude*. Deze resultaten worden weergegeven in Tabel 5. Uit deze tabel wordt er geconcludeerd dat dit model significant is ($p = 0,0002$; $F = 4,4336$) en een R^2 heeft van 0,2574. Dit wil zeggen dat de waargenomen variatie voor 25,74% verklaard wordt door het model. Vervolgens wordt hieruit afleid dat hypothese 1A, die nagaat of dichtheid een positief effect heeft op de *Personal Attitude*, verworpen wordt. Aangezien deze een positief

Model	b coëff	Standaardfout	t	p
Mediator = Personal Attitude				
Constante	7,6319	1,2531	6,0905	0,0000
Dichtheid	0,2748	0,2431	1,1305	0,2611
Bereikbaarheid	-0,6787	0,3486	-1,9469	0,0545
Totaal aantal kinderen	-0,3044	0,1519	-2,0048	0,0479
Geslacht	-0,7060	0,2323	-3,0392	0,0031
Ouders onderneming	-0,8953	0,2713	-3,3008	0,0014
Universitair diploma	-0,2765	0,2683	-1,0305	0,2611
Economische richting	0,5379	0,2485	2,1645	0,0330
$R^2 = 0,2574$, $F = 4,4336$, $p = 0.0002$				

Model	b coëff	Standaardfout	t	p
Afhankelijke variabele = Entrepreneurial Intention				
Constante	-2,3134	1,0976	-2,1076	0,0378
Dichtheid	0,2305	0,1815	1,2697	0,2074
Bereikbaarheid	-0,3434	0,2637	-1,3020	0,1961
Totaal aantal kinderen	0,1708	0,1150	1,4851	0,1409
Geslacht	0,0546	0,1806	0,3025	0,7630
Ouders onderneming	0,1967	0,2125	0,9253	0,3572
Universitair diploma	0,2813	0,2002	1,4052	0,1633
Economische richting	0,1566	0,1889	0,8293	0,4091
Personal Attitude	1,0310	0,0765	13,4767	0,0000
$R^2 = 0,7254$, $F = 30,7023$, $p = 0.0000$				

Indirect effect	B coëff	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Dichtheid	0,2833	0,2685	-0,2052	0,8622
Bereikbaarheid	-0,6997	0,3046	-1,3036	-0,1004
Totaal aantal kinderen	-0,3139	0,1584	-0,6214	0,0011

Tabel 5: Personal Attitude

(0,2748) niet-significant (0,2611) effect heeft op *Personal Attitude*. Daarnaast kan er ook geconcludeerd worden dat bereikbaarheid een negatief (-0,6787) significant ($p = 0,0545$) effect heeft op de *Personal Attitude*. Hierdoor wordt hypothese 2A, die nagaat of bereikbaarheid een positief effect heeft op *Personal Attitude*, verworpen aangezien deze een negatief effect heeft in plaats van het verwachte positief effect. Daarnaast heeft de omvang van een familie een negatief (-0,3044) significant effect ($p = 0,0479$). Aangezien het verwachte effect van omvang op *Personal Attitude* positief was, wordt hypothese 3A verworpen. Vervolgens heeft *Personal Attitude* een positief (1,0310) significant ($p = 0,000$) effect op de *Entrepreneurial Intention*. Bovendien geeft de tabel ook weer of er een indirect effect is van de onafhankelijke variabelen op de intentie om een onderneming op te richten. Hieruit kan

geconcludeerd worden dat enkel bereikbaarheid een negatief (-0,6997) significant effect heeft op de intentie (via *Personal Attitude*) om een onderneming op te richten aangezien de waarde nul niet binnen het interval [-1,3036;-0,1004] ligt. Dichtheid en omvang hebben geen significant indirect effect (via *Personal Attitude*) op de intentie om een onderneming op te richten.

De tweede mediator van *The Theory of Planned Behaviour* is de *Subjective Norm*. De resultaten van de onafhankelijke variabelen op de *Subjective Norm* worden weergegeven in Tabel 6. De tabel geeft aan dat het een significant model ($p = 0,0449$) met een $R^2 = 0,1385$ wat inhoudt dat de waargenomen variatie voor 13,85% door het model bepaald wordt. Daarnaast geeft deze tabel ook weer dat dichtheid een positief (0,3805) significant (0,0430) effect heeft op de *Subjective Norm*.

Model	b coeff	Standaardfout	t	p
Mediator = Subjective Norm				
Constante	4,0448	0,9562	4,2299	0,0001
Dichtheid	0,3805	0,1855	2,0516	0,0430
Bereikbaarheid	-0,2697	0,2660	-1,0141	0,3132
Totaal aantal kinderen	0,0301	0,1159	0,2595	0,7959
Geslacht	0,1081	0,1773	0,6097	0,5435
Ouders onderneming	-0,1187	0,2070	-0,5734	0,5678
Universitair diploma	0,0574	0,2048	0,2801	0,7800
Economische richting	0,3949	0,1896	2,0824	0,0400
$R^2 = 0,1385, F = 2,1588, p = 0.0449$				

Model	b coeff	Standaardfout	t	p
Afhankelijke variabele = Entrepreneurial Intention				
Constante	5,5423	1,7426	3,1805	0,0020
Dichtheid	0,5125	0,3167	1,6186	0,1089
Bereikbaarheid	-1,0422	0,4467	-2,3330	0,0218
Totaal aantal kinderen	-0,1432	0,1936	-0,7394	0,4615
Geslacht	-0,6736	0,2967	-2,2706	0,0255
Ouders onderneming	-0,7261	0,3463	-2,0964	0,0388
Universitair diploma	-0,0040	0,3422	-0,0117	0,9907
Economische richting	0,7099	0,3240	2,1914	0,0309
Subjective Norm	0,0032	0,1723	0,0187	0,9852
$R^2 = 0,1890, F = 2,7091, p = 0.0100$				

Indirect effect	B coeff	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Dichtheid	0,0012	0,0780	-0,1699	0,1604
Bereikbaarheid	-0,0009	0,072	-0,1663	0,1393
Totaal aantal kinderen	0,0001	0,0255	-0,0523	0,0572

Tabel 6: Subjective Norm

Hierdoor kan hypothese 1B, die nagaat of dichtheid een positieve invloed heeft op de *Subjective Norm*, bevestigd worden. Daarentegen moet hypothese 2B, die onderzoekt of de bereikbaarheid een positief effect heeft op de *Subjective Norm*, verworpen worden aangezien deze een negatief (-0,2697) niet-significant ($p = 0,3132$) effect heeft. Vervolgens moet ook hypothese 3B, die stelt dat de omvang van een familie een positief effect heeft op de *Subjective Norm*, verworpen worden aangezien deze een positief (0,0301) niet-significant ($p = 0,7959$) effect heeft. Daarnaast toont de tabel ook aan dat *Subjective Norm*, een positief (0,0032) niet-significant ($p = 0,9852$) effect heeft op de *Entrepreneurial Intention*. De tabel geeft ook weer dat geen enkele variabele een indirect, significant effect heeft op de intentie om een

onderneming op te richten met *Subjective Norm* als mediator.

De laatste mediator waar de drie variabelen aan gekoppeld moeten worden is *Perceived Behavioural Control*. Het model dat gebruikt wordt geeft aan dat er een significant effect is met een R^2 van 0,5374 wat inhoudt dat de waargenomen variatie voor 53,74% verklaard wordt door het model. Daarnaast geeft de tabel aan dat dichtheid een positief (0,1647) niet-significant ($p = 0,4751$) effect heeft op de *Perceived Behavioural Control*. Dit wil zeggen dat hypothese 1C, die nagaat of dichtheid een positief effect heeft op de *Perceived Behavioural Control*, verworpen moet worden. Daarnaast moet ook hypothese 2C, die stelt dat bereikbaarheid een positief effect heeft op de *Perceived Behavioural Control* verworpen worden. De reden hiervoor is dat bereikbaarheid een negatief (-0,4375) maar

Model	b coeff	Standaardfout	t	p
Mediator = Perceived Behavioral Control				
Constante	4,3993	1,1840	3,7154	0,0003
Dichtheid	0,1647	0,2297	0,7171	0,4751
Bereikbaarheid	-0,4375	0,3294	-1,3282	0,1873
Totaal aantal kinderen	-0,2685	0,1435	-1,8716	0,0644
Geslacht	-0,4680	0,2195	-2,1321	0,0356
Ouders onderneming	-0,0319	0,2563	-0,1243	0,9013
Universitair diploma	0,5400	0,2536	2,1297	0,0358
Economische richting	0,9268	0,2348	3,9471	0,0002
$R^2 = 0,5374, F=5,4536, p = 0,000$				
Model	b coeff	Standaardfout	t	p
Afhankelijke variabele = Entrepreneurial Intention				
Constante	1,9235	1,3484	1,4265	0,1571
Dichtheid	0,3778	0,2449	1,5428	0,1263
Bereikbaarheid	-0,6819	0,3535	-1,9289	0,0568
Totaal aantal kinderen	0,0786	0,1554	0,5059	0,6141
Geslacht	-0,2869	0,2390	-1,2006	0,2329
Ouders onderneming	-0,7002	0,2726	-2,5678	0,0118
Universitair diploma	-0,4496	0,2761	-1,6287	0,1068
Economische richting	-0,0539	0,2696	-0,2000	0,8419
Perceived Behavioral Control	0,8255	0,1097	7,5267	0,0000
$R^2 = 0,2574, F = 4,4336, p = 0,0002$				
Indirect effect	B coeff	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Dichtheid	0,1360	0,1995	-0,2222	0,5633
Bereikbaarheid	-0,3612	0,2771	-0,9784	0,1226
Totaal aantal kinderen	-0,2217	0,1250	-0,4766	0,0173

Tabel 7: Perceived Behavioral Control

niet-significant effect ($p = 0,1873$) heeft op de *Perceived Behavioural Control*. Vervolgens heeft de omvang van een familie een negatief ($-0,2685$) significant ($p = 0,0644$) effect op de *Perceived Behavioural Control* waardoor Hypothese 3C bevestigd kan worden. Uiteindelijk moet er dan nog enkel nagegaan worden welk effect *Perceived Behavioural Control* heeft op de *Entrepreneurial Intention*. Uit de resultaten kan geconcludeerd worden dat de *Perceived Behavioural Control* een positief ($0,8255$) significant effect ($p = 0,000$) effect heeft op de *Entrepreneurial Intention*. Ook hier kan er, net zoals bij de *Subjective Norm*, geconcludeerd worden dat er geen enkel indirect significant effect is van een van de onafhankelijke variabelen op de intentie om een onderneming te starten met *Perceived Behavioural Control* als mediator.

Discussie

Deze masterproef kijkt of de hechtheid van een familie invloed heeft op de intentie om een onderneming op te richten. Uit de literatuur kan geconcludeerd worden dat er al een aantal onderzoeken zijn uitgevoerd die testen of een familie invloed heeft op de het oprichten van een onderneming. Zo stelt H. Aldrich (1999) dat een familie en de manier waarop deze is samengesteld wel degelijk een invloed heeft op het oprichten van een onderneming. Ook Brannon et al., 2013; Renzulli et al., 2000 toonden aan dat de familie een belangrijke rol speelt bij de beslissing om al dan niet een onderneming op te richten. Zo toonden zij aan dat indien een koppel samen een bedrijf opricht dit een positief effect heeft op het bedrijf aangezien zij elkaar als evenwaardig beschouwen. Daarnaast is er ook een bepaalde flexibiliteit aanwezig waardoor

rolconflicten gereduceerd worden. Boven vermelde onderzoekers zijn medegrondleggers van de beschikbare academische literatuur over dit onderwerp. Ondanks de vele gevoerde onderzoeken zijn academici er niet in geslaagd om de hechtheid van een familie te onderzoeken en de invloed die zij heeft op de beslissing om een onderneming op te richten. Daarom probeert deze masterproef de bestaande lacune op te vullen. Aangezien de familie vergeleken kan worden met een netwerk werd er besloten om de determinanten van een netwerk, namelijk dichtheid, bereikbaarheid en omvang, te gebruiken als maatstaf voor hechtheid. Deze werden vervolgens gelinkt aan de antecedenten van de *Theory of Planned Behaviour: Personal Attitude, Subjective Norm* en *Perceived Behavioural Control*. 102 studenten of personen die een jaar zijn afgestudeerd, vulden de online enquête in alsook de beide ouders van deze respondenten. Dit geeft de mogelijkheid om het standpunt van het kind te vergelijken met het standpunt van de ouder.

Eerst en vooral werd er gekeken naar de invloed van dichtheid, bereikbaarheid en omvang op *Entrepreneurial Intention*. Jaskiewicz et al. (2015) en Dobrow Riza and Higgins (2019) haalden aan dat hoe groter de dichtheid binnen de familie is, hoe harder de familieleden zich ondersteund voelen. Daarnaast benadrukten Newbert et al. (2013) dat ondersteuning zeer belangrijk is bij het oprichten van een onderneming. Deze literatuur wordt met de resultaten uit dit onderzoek bevestigd aangezien dichtheid een positieve invloed heeft op de *Entrepreneurial Intention*. Hiermee kan er dus geconcludeerd worden dat indien een familie een hogere dichtheid ervaart, het kind in deze familie een grotere kans heeft om de intentie, die nodig is

om een onderneming op te richten, te ontwikkelen. Vervolgens gaven H. Aldrich et al. (1998) aan dat de frequentie en de wederkerigheid van communicatie bepalende factoren zijn voor de hechtheid van een familie. Graham, Tang, and Mahoney (2020) ondersteunen deze stelling door te zeggen dat ideeën van kinderen worden gewaardeerd en gesprekken worden aangemoedigd. De resultaten uit dit onderzoek spreken deze stellingen tegen. Bereikbaarheid heeft een negatieve invloed op de intentie om een onderneming op te richten terwijl er een positieve invloed verwacht werd. Dit wil dus zeggen dat de intentie om een onderneming op te richten kleiner is in een familie die veel communiceert. Ondanks dat uit de meeste literatuur blijkt dat (Boban et al. 2014; Riza et al. 2019) bereikbaarheid een positieve invloed heeft op de intentie om een onderneming te starten schrijven H. E. Aldrich and Cliff (2003) dat een betere bereikbaarheid ook kan zorgen dat een familielid meer overtuigingskracht kan hebben om een persoon te overhalen opdat deze geen onderneming opricht. Dit zou dus een verklaring kunnen zijn voor het tegenovergestelde effect. Met de resultaten uit dit onderzoek kunnen we niet bevestigen of omvang een invloed heeft op de *Entrepreneurial Intention* van een persoon.

Uit de eerste mediatieanalyse kan geconcludeerd worden dat de invloed van dichtheid op *Personal Attitude*, met de bevindingen uit deze thesis, niet bevestigd kan worden. Daarnaast hebben bereikbaarheid en omvang beide een negatieve invloed op de *Personal Attitude* wat strijdig is met de verwachte positieve invloed. Dit betekent dat indien een familie meer communiceert of indien een familie groter is dit een negatieve invloed heeft op de waardering die een persoon heeft ten opzichte van het gedrag dat

verwacht wordt bij het oprichten van een onderneming. Carr and Sequeira (2007) stellen dat communicatie een positieve invloed heeft. Zij stellen hier echter niet wat voor *soort* communicatie dit is. Het kan dus zijn dat er in een familie veel gecommuniceerd wordt maar dat dit negatieve communicatie is, in dit geval kan dat een negatieve invloed hebben op de *Personal Attitude*. Verder heeft omvang ook een negatieve invloed op de *Personal Attitude*. Dit spreekt de stelling van Brannon et al. (2013) tegen waardoor we de redenering van H. E. Aldrich and Cliff (2003), die stelt dat hoe minder familie leden er zijn, hoe groter de kans wordt om een onderneming te starten, moeten volgen. Zij stellen dat een kleiner gezin een lagere kost heeft om te onderhouden waardoor gezinsleden van een kleiner gezin sneller het risico durven nemen om een onderneming te starten. Dit kan een reden zijn waarom omvang een negatieve invloed heeft op de *Personal Attitude*. Ten slotte heeft enkel bereikbaarheid een indirecte invloed op de *Entrepreneurial Intention*. Uit de resultaten blijkt dat bereikbaarheid een negatieve invloed heeft terwijl er werd aangenomen dat het een positieve invloed zou hebben op de *Entrepreneurial Intention*. Ook hier kan dit aan het eerder argument gekoppeld worden waarbij veel communicatie ervoor kan zorgen dat ondernemers overtuigd worden om geen onderneming op te richten.

Bij de tweede mediatieanalyse is er maar een variabele waarvan de invloed op de *Subjective Norm* bevestigd kan worden, namelijk dichtheid. Dichtheid heeft volgens dit onderzoek een positieve invloed op de *Subjective Norm*. Hierdoor kunnen we de stellingen van Newbert et al. (2013) en Jaskiewicz et al. (2015), die zeggen dat diepgaande relaties en de goedkeuring van belangrijke personen uit de omgeving de

nodige ondersteuning bieden om een onderneming op te richten, bevestigen. Daarnaast is er ook geen enkele, indirecte invloed van de afhankelijke variabele op de *Entrepreneurial Intention*.

Ook bij de derde mediatieanalyse, *Perceived Behavioural Control*, is er slechts een variabele met een significant effect, namelijk de omvang van een familie. De resultaten geven aan dat er een negatieve invloed is van de omvang op *Perceived Behavioural Control* wat tegenstrijdig is met de verwachte invloed. Dit wil dus zeggen dat indien iemand uit een groter gezin komt deze het oprichten van een onderneming als moeilijker ervaart dan iemand die uit een klein gezin komt. De oorzaak hiervan kan gevonden worden achter de redenering dat indien er meer kinderen zijn, de ouders het kind minder individueel kunnen ondersteunen. Hiermee wordt bedoeld dat indien een kind alleen is deze meer ondersteuning zal krijgen dan in een gezin waar er drie kinderen zijn aangezien hier alles door drie gedeeld moet worden. Dit kan gaan over tijd, financiële middelen alsook fysieke middelen. Indien een persoon minder ondersteuning krijgt, kan het zijn dat hij minder zelfzeker is om zijn doel te bereiken. Vervolgens kunnen we ook zien dat er geen enkel direct significant effect is van de onafhankelijke variabele op de *Entrepreneurial Intention*.

Om er zeker van te zijn dat de variabelen via de mediators een significant effect hebben op *Entrepreneurial Intention*, is het belangrijk om ook verder te gaan kijken of de drie mediators van de *Theory of Planned Behaviour* een invloed hebben op *Entrepreneurial Intention*. Zoals Kim et al. (2018) onderzochten, is een ondernemer een risico-avers persoon die graag opportuniteiten benut en kan omgaan met de onzekerheden

die hieruit voortvloeien. Daarnaast zijn ook de waarden en normen van een persoon bepalend voor de beslissingen die hij maakt doorheen zijn leven, zoals het oprichten van een onderneming. Aan de hand van dit onderzoek kan deze stelling ondersteund worden, aangezien *Personal Attitude* een positief effect heeft op de *Entrepreneurial Intention*. Vervolgens heeft ook *Perceived Behavioural Control* een significante invloed op de *Entrepreneurial Intention*. De resultaten bevestigen dat indien een persoon het gevoel heeft dat hij over de capaciteiten beschikt die nodig zijn om een onderneming op te richten, hij een grotere kans heeft om een intentie, die ervoor zorgt dat iemand een onderneming opricht, te ontwikkelen.

Beperkingen en aanbevelingen toekomstig onderzoek

Dit onderzoek focust zich op de invloed van familie op het oprichten van een onderneming, meer bepaald de hechtheid van een familie. Hoewel dit onderwerp zeer breed en belangrijk is, is dit onderzoek gevoerd op kleine schaal en gericht op een zeer nauwe doelgroep. Daarnaast is dit onderzoek ook zeer plaatselijk uitgevoerd, namelijk vooral in de provincie Limburg. Het is dus aan te raden om dit onderzoek op grotere schaal te voeren met een aanwezigheid van zowel geografische als demografische spreiding. Aangezien de vragenlijst is opgesteld door drie studenten van de faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen en de doelgroep door ons persoonlijk gecontacteerd is, heeft het merendeel van de respondenten een economische achtergrond. Dit kan voor bepaalde vertekeningen zorgen aangezien dit onderzoek de *Entrepreneurial Intention* onderzoekt en dit economische diploma daarin een bepalende factor speelt. Daarnaast is het ook belangrijk om dit onderzoek te voeren op

een andere doelgroep. Nu is dit onderzoek enkel uitgevoerd op laatstejaarsstudenten terwijl dit op alle leeftijdscategorieën kan toegepast worden.

Vervolgens is hechtheid ook een factor die moeilijk te meten is. Het bestaat uit meerdere elementen en elk individu heeft een andere invulling voor de betekenis ervan. Zeker voor het begrip hechtheid in een familiecontext. Dit biedt dus een opportuniteit om in de toekomst een schaal voor hechtheid te creëren zodat dit met een nauwkeurige en onderbouwde schaal kan worden gemeten.

Conclusie

In dit onderzoek werd getracht een antwoord te vinden op de onderzoeksvraag: "In welke mate heeft de hechtheid van een familie invloed op de intentie om een onderneming te starten?". Dit werd verwezenlijkt door eerst een gedetailleerde literatuurstudie uit te voeren om vervolgens aan de hand hiervan de onderzoekshypothesen voor dit onderzoek op te stellen. Met behulp van een online vragenlijst die door 102 families volledig werd ingevuld, konden de resultaten bekomen worden.

Zo werd er geconcludeerd dat bereikbaarheid en omvang een negatieve invloed hebben op de *Personal Attitude* maar dat deze *Personal Attitude* zelf een positieve invloed heeft op de *Entrepreneurial Intention*. Dit betekent dat indien een familie meer communiceert of indien een familie groter is dit een negatieve invloed heeft op de waardering die een persoon heeft ten opzichte van het gedrag dat komt kijken bij het oprichten van een onderneming.

Daarnaast werd ook vastgesteld dat dichtheid een positief effect heeft op de *Subjective Norm*. Indien een familie dus een hogere

dichtheid heeft wordt er meer rekening gehouden met de percepties van belangrijke personen uit de omgeving.

Ten slotte heeft omvang een negatieve invloed op de *Perceived Behavioural Control*, waarbij kinderen uit een groter gezin het oprichten van een onderneming als moeilijker beschouwen dan iemand uit een kleiner gezin. Vervolgens heeft *Perceived Behavioural Control* een positieve invloed op de *Entrepreneurial Intention*. Uit deze resultaten blijkt dat er maar over vier van de negen subhypothesen een uitspraak gedaan kan worden waardoor er over hechtheid in het geheel geen eenduidig antwoord geformuleerd kan worden.

Lijst van geraadpleegde werken

- Adjei, E. K., Eriksson, R. H., Lindgren, U., & Holm, E. (2019). Familial relationships and firm performance: the impact of entrepreneurial family relationships. *Entrepreneurship & Regional Development, 31*(5-6), 357-377.
- Aldrich, H. (1999). *Organizations evolving*: Sage.
- Aldrich, H., Renzulli, L. A., & Langton, N. (1998). Passing on privilege: Resources provided by self-employed parents to their self-employed children. *Research in social stratification and mobility, 16*, 291-318.
- Aldrich, H. E. (1990). Using an ecological perspective to study organizational founding rates. *Entrepreneurship Theory and Practice, 14*(3), 7-24.
- Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of business venturing, 18*(5), 573-596.
- Alemany, L., & Andreoli, J. J. (2018). *Entrepreneurial Finance: The Art and Science of Growing Ventures*: Cambridge University Press.
- Amason, A. C., & Sapienza, H. J. (1997). The effects of top management team size and interaction norms on cognitive and affective conflict. *Journal of management, 23*(4), 495-516.
- Baert, D. (2019). Ruim 100.000 nieuwe ondernemingen in België, een record. Retrieved from <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2019/04/25/ruim-100-000-nieuwe-ondernemingen-in-belgie-een-record/>
- Boban, I., Mujkic, A., Dugandzic, I., Bijedic, N., & Hamulic, I. (2014). *Analysis of a social network*. Paper presented at the 2014 IEEE 12th International Symposium on Applied Machine Intelligence and Informatics (SAMI).
- Brannon, D. L., Wiklund, J., & Haynie, J. M. (2013). The varying effects of family relationships in entrepreneurial teams. *Entrepreneurship Theory and Practice, 37*(1), 107-132.
- Burnes, B. (2004). Kurt Lewin and the planned approach to change: a re-appraisal. *Journal of Management studies, 41*(6), 977-1002.
- Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of business research, 60*(10), 1090-1098.
- Decker, K. M., Thurston, I. B., Howell, K. H., Hasselle, A. J., & Kamody, R. C. (2020). Associations between Profiles of Maternal Strengths and Positive Parenting Practices among Mothers Experiencing Adversity. *Parenting, 1*-23.
- Dobrow Riza, S., & Higgins, M. C. (2019). The dynamics of developmental networks. *Academy of Management Discoveries, 5*(3), 221-250.

- Edelman, L. F., Manolova, T., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. *Journal of business venturing, 31*(4), 428-448.
- Gillath, O., Karantzas, G. C., & Lee, J. (2019). Attachment and social networks. *Current opinion in psychology, 25*, 21-25.
- gjs. (2019). Aantal startende ondernemingen toegenomen in 2019. Retrieved from https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20191227_04783888
- Graham, E. E., Tang, T., & Mahoney, L. M. (2020). Family Matters: A Functional Model of Family Communication Patterns and Political Participation. *Communication Studies, 1*-18.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American journal of sociology, 91*(3), 481-510.
- Granovetter, M. (1992). Problems of explanation in economic sociology. *Networks and organizations: Structure, form, and action, 25*-56.
- I., O. (2020). Startup and Scaleup.
- Internet, O. (2020). Startup and Scaleup.
- Jaskiewicz, P., Combs, J. G., & Rau, S. B. (2015). Entrepreneurial legacy: Toward a theory of how some family firms nurture transgenerational entrepreneurship. *Journal of business venturing, 30*(1), 29-49.
- Kessler, A. (2007). Success factors for new businesses in Austria and the Czech Republic. *Entrepreneurship & Regional Development, 19*(5), 381-403.
- Kim, B., Kim, H., & Jeon, Y. (2018). Critical Success Factors of a Design Startup Business. *Sustainability, 10*(9), 2981.
- Lansberg, I., & Astrachan, J. H. (1994). Influence of family relationships on succession planning and training: The importance of mediating factors. *Family Business Review, 7*(1), 39-59.
- Lavčák, M., Hudec, O., & Sinčáková, Ž. (2019). Local and Institutional Factors of Start-Up Ecosystems: Common and Inherited Attributes. *Journal of the Knowledge Economy, 1*-19.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice, 33*(3), 593-617.
- Mathews, C. H., & Moser, S. B. (1995). Family background and gender: Implications for interest in small firm ownership. *Entrepreneurship & Regional Development, 7*(4), 365-378.
- Miller, D., Steier, L., & Le Breton-Miller, I. (2016). What can scholars of entrepreneurship learn from sound family businesses? In: SAGE Publications Sage CA: Los Angeles, CA.
- Newbert, S. L., Tornikoski, E. T., & Quigley, N. R. (2013). Exploring the evolution of supporter networks in the creation of new organizations. *Journal of business venturing, 28*(2), 281-298.

- Omerzel Gomezelj, D., & Kušce, I. (2013). The influence of personal and environmental factors on entrepreneurs' performance. *Kybernetes*, 42(6), 906-927.
- Renzulli, L. A., Aldrich, H., & Moody, J. (2000). Family matters: Gender, networks, and entrepreneurial outcomes. *Social forces*, 79(2), 523-546.
- Rodriguez, P., Tuggle, C. S., & Hackett, S. M. (2009). An exploratory study of how potential "family and household capital" impacts new venture start-up rates. *Family Business Review*, 22(3), 259-272.
- Townsend, D. M., Busenitz, L. W., & Arthurs, J. D. (2010). To start or not to start: Outcome and ability expectations in the decision to start a new venture. *Journal of business venturing*, 25(2), 192-202.
- Trinke, S. J., & Bartholomew, K. (1997). Hierarchies of attachment relationships in young adulthood. *Journal of social and personal relationships*, 14(5), 603-625.
- Van Gelderen, M., Thurik, R., & Bosma, N. (2005). Success and risk factors in the pre-startup phase. *Small business economics*, 24(4), 365-380.
- Visintin, F., & Pittino, D. (2014). Founding team composition and early performance of university—Based spin-off companies. *Technovation*, 34(1), 31-43.
- Zellweger, T. (2017). *Managing the Family Business: Theory and Practice*: Edward Elgar Publishing.
- Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. *The art and science of entrepreneurship*. Ballinger, Cambridge, MA, 3-23.