



UHASSELT

KNOWLEDGE IN ACTION

Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de toegepaste economische wetenschappen

Masterthesis

Toepassing van de Technology Readiness Index

Thibaut Gerard

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen, afstudeerrichting marketing

PROMOTOR :

Prof. dr. Sara LEROI-WERELDS



UHASSELT

KNOWLEDGE IN ACTION

www.uhasselt.be
Universiteit Hasselt
Campus Hasselt:
Martelarenlaan 42 | 3500 Hasselt
Campus Diepenbeek:
Agoralaan Gebouw D | 3590 Diepenbeek

2020

2021



Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de toegepaste economische
wetenschappen

Masterthesis

Toepassing van de Technology Readiness Index

Thibaut Gerard

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de toegepaste economische wetenschappen,
afstudeerrichting marketing

PROMOTOR :

Prof. dr. Sara LEROI-WERELDS

Deze masterproef werd geschreven tijdens de COVID-19 crisis in 2020-2021. 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.

Voorwoord

Deze masterproef vormt het sluitstuk van mijn opleiding Toegepaste Economische Wetenschappen, afstudeerrichting Marketing, aan de Universiteit Hasselt. De focus van dit werk lag voornamelijk op het onderzoeksaspect, een domein waarin ik nog geen ervaring had. Het schrijven van mijn masterproef was dan ook een leerrijke ervaring.

Het resultaat van deze masterproef zou niet hetzelfde geweest zijn zonder de hulp van een aantal personen. Eerst en vooral wens ik daarom Prof. Dr. Sara Leroi-Werelds, mijn promotor, te bedanken om mij doorheen heel het academiejaar te begeleiden en te adviseren tijdens de redactie van deze masterproef. Verder gaat mijn dank uit naar mijn ouders, die me de kans boden om deze opleiding te volgen en me heel mijn opleiding lang gesteund hebben.

Thibaut Gerard

Beringen, juni 2021

Samenvatting

De laatste decennia speelt technologie een alsmaar belangrijker rol in ons leven. Dat blijkt uit de evolutie in groeistatistieken van fundamentele technologieën, zoals internet, smartphonegebruik en mobiel betalen. Voor zowel consumenten als bedrijven creëert technologie toegevoegde waarde. Consumenten ervaren vaak een trade-off tussen maximale waarde krijgen van technologische producten en diensten, zonder frustratie of mislukking te ervaren. Bedrijven moeten opletten dat werknemers zich zelfzeker en comfortabel voelen met nieuwe technologieën, om moreelverlies en productiviteitsafname te voorkomen. Nieuwe technologieën aanvaarden en gebruiken is niet voor iedereen vanzelfsprekend. Het feit of iemand positieve of negatieve gevoelens heeft ten opzichte van technologie, kan bepaald worden door de technology readiness van een individu. Technology readiness betekent: "De mate waarin iemand geneigd is een bepaalde nieuwe technologie te aanvaarden en gebruiken."

De Technology Readiness Index is een tool die de technology readiness van een individu berekent. Het construct technology readiness bestaat uit vier dimensies: optimisme, innovativiteit, discomfort en onzekerheid. Optimisme en innovativiteit zijn drijvers of motivators van technology readiness en dragen bij aan iemands technology readiness. Een hoge score op de motivators betekent een hogere technology readiness. Discomfort en onzekerheid zijn remmers of inhibitors en verminderen iemands technology readiness. Een hoge score op de inhibitors betekent een lagere technology readiness. Optimisme leert ons of iemand een positieve kijk heeft op technologie en de overtuiging heeft dat technologie meer controle, flexibiliteit en efficiëntie biedt. Innovativiteit geeft weer of iemand de neiging voelt om pionier of opinielider te zijn. Discomfort geeft de mate weer waarin iemand een gebrek aan vertrouwen over en overweldigend gevoel door technologie heeft. Onzekerheid meet finaal hoe wantrouwig iemand is ten opzichte van technologie en hoezeer iemand twijfelt of technologie wel altijd naar behoren werkt. Elke dimensie wordt afzonderlijk gemeten door vier stellingen waarvoor telkens een antwoord op een schaal van 1 (helemaal niet akkoord) tot 7 (helemaal akkoord) wordt gegeven. De totale technology readiness score wordt vervolgens gemeten door de gemiddelde score te nemen van de vier dimensies.

In deze masterproef wordt de Technology Readiness Index toegepast op een groep Limburgers om een antwoord te vinden op de centrale onderzoeksvraag: "In welke mate is iemand geneigd een nieuwe technologie te aanvaarden en gebruiken?" Hiervoor werd eerst geanalyseerd welke demografische variabelen (geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en technische opleiding) een invloed hebben op de technology readiness van iemand. Vervolgens werd berekend of technology readiness een invloed heeft op de gebruiksintentie van enkele technologieën (smart speakers, chromecasts, smart deurbellen en zelfrijdende auto's). Finaal bekeken we of we verschillende segmenten konden onderscheiden op basis van technology readiness en hoe we deze segmenten kunnen profileren op basis van socio-demografische factoren. De data werd vergaard via een online vragenlijst. 424 personen vulden de vragenlijst in.

Geslacht was de eerste demografische variabele die onderzocht werd. Uit de analyse bleek dat mannen significant hogere scores op technology readiness dan vrouwen. Mannen scoren significant hoger dan vrouwen voor de dimensie innovativiteit, wat leidt tot een hogere totale technology

readiness voor mannen. Mannen geven hiermee aan eerder de neiging te voelen pionier of opinieleider te zijn. Vrouwen scoren significant hoger op de dimensie discomfort, wat leidt tot een lagere totale technology readiness voor vrouwen omdat discomfort een inhibitor is die de technology readiness van een individu verlaagt. Mannen geven in het algemeen aan bij de eersten in hun vriendenkring te zijn om nieuwe technologieën aan te kopen wanneer deze op de markt verschijnen.

Leeftijd was de tweede variabele waarvoor getest werd naar mogelijke impact op iemands technology readiness. In deze masterproef werd echter geen significant effect van leeftijd op technology readiness gevonden.

Met betrekking tot opleidingsniveau, de derde demografische variabele, werden respondenten onderverdeeld in drie categorieën: laaggeschoolden, middengeschoolden en hogeschoolden. Laaggeschoolden hebben geen diploma secundair onderwijs. Middengeschoolden hebben een diploma secundair of postsecundair niet-hoger onderwijs. Hogeschoolden bezitten een diploma hoger onderwijs. Hogeschoolden hebben een significant hogere technology readiness dan laag- en middengeschoolden. Hierdoor kan geconcludeerd worden dat hogeschoolden eerder geneigd zijn een nieuwe technologie te aanvaarden en te gebruiken dan laag- en middengeschoolden. Tussen laaggeschoolden en middengeschoolden was er geen significant verschil merkbaar.

De laatste demografische variabele vergeleek de technology readiness van personen met en zonder een technische opleiding. Personen met een technische opleiding hebben een significant hogere technology readiness dan personen zonder technische opleiding. Op de dimensie innovativiteit scoren mensen met een technische opleiding significant meer dan degenen zonder technische opleiding, waardoor technisch opgeleiden meer overtuigd zijn van technologische innovaties en ook sneller geneigd zijn om een gloednieuwe technologie aan te schaffen. Personen zonder technische opleiding scoren dan weer significant hoger voor discomfort. Dit geeft aan dat zij iets meer wantrouwig zijn tegenover technologische innovaties en vaker advies zullen vragen aan anderen over nieuwe technologieën.

Het onderzoek naar de invloed van technology readiness op de gebruiksintentie van smart speakers, chromecasts, smart deurbellen en zelfrijdende auto's wees uit dat technology readiness een significant positief effect heeft op de gebruiksintentie van deze vier technologieën. Dit betekent dat een hogere technology readiness leidt tot een hogere gebruiksintentie van een van deze technologieën.

Het tweede grote luik van deze masterproef was de clusteranalyse waarin getracht werd om verschillende segmenten van elkaar te onderscheiden. De clusteranalyse toonde bewijs voor vier verschillende clusters: explorers, skeptics, hesitators en pioniers.

Explorers zijn de groep met de hoogste technology readiness. Zij scoren hoog voor de motivators (optimisme en innovativiteit) en laag voor de inhibitors (discomfort en onzekerheid). Dit betekent dat explorers een van de eersten zijn die nieuwe technologieën aanvaarden en gebruiken. Dit segment bestaat vooral uit jonge, hogeschoolde personen die vier van de zes bevraagde technologieën uit de vragenlijst (smartphone, tablet, smart TV, computer/laptop, e-reader en smartwatch) in hun bezit hebben. Dit is tevens het segment met de meeste personen die een technische opleiding gevolgd hebben.

Skeptics scoren hoog voor optimisme en laag voor innovativiteit, discomfort en onzekerheid. De hoge score voor optimisme betekent dat ze het nut van technologie inzien. De lage scores voor discomfort en onzekerheid wijzen erop dat de skeptics zich niet onzeker voelen bij het gebruiken van technologie. Dit segment bestaat voornamelijk uit hooggeschoolde en eerder jonge vrouwen. Gemiddeld heeft elke individu van dit segment 3,8 van de bevroegde technologieën in hun bezit. Skeptics hebben de tweede laagste technology readiness van de vier segmenten.

De hesitators scoren hoog voor optimisme, discomfort en onzekerheid. Voor innovativiteit scoren hesitators extreem laag, waardoor zij de laagste technology readiness van alle segmenten hebben. Hesitators geven door hun lage score op innovativiteit en de hoge scores op discomfort en onzekerheid aan dat ze steun en geruststelling nodig hebben bij het gebruik van nieuwe technologieën. Zelf zullen hesitators nooit het eerste segment zijn dat een nieuwe technologie gaat aanvaarden en gebruiken. Zij schatten de waarde van technologie wel hoog in door de hoge score op optimisme. Dit segment bestaat vooral uit vrouwen van alle leeftijden en opleidingsniveaus en bezit gemiddeld slechts 3,6 van de technologieën die in de vragenlijst aan bod kwamen.

Pioneers zijn het laatste segment dat ontdekt werd en het segment met de tweede hoogste technology readiness. Pioneers scoren hoog voor optimisme, innovativiteit en onzekerheid, maar laag voor discomfort. De hoge score voor optimisme wijst op het feit dat pioniers positief zijn ingesteld ten opzichte van technologie. Ondanks het feit dat ze snel nieuwe technologieën zullen aanschaffen, voelen pioniers zich vaak onzeker bij het gebruik van een nieuwe technologie. Dit segment bestaat vooral uit jongere mannen en vrouwen met vaak een lage- of middenscholingsgraad. Meer dan 20% van de personen in dit segment heeft een technische opleiding genoten. Gemiddeld bezitten de pioniers dan ook het meest aantal technologieën.

De grootste beperking van deze masterproef is dat er geen sprake was van een representatieve steekproef. De vragenlijst werd enkel online via social media verspreid. Aangezien de vragenlijst enkel online ingevuld kon worden, werd deze ook enkel ingevuld door mensen met toegang tot het internet via computer/laptop, smartphone, tablet of een ander toestel met online toegang. Vermoedelijk is dit een van de redenen waarom voor deze dataset leeftijd geen invloed heeft op technology readiness. Een suggestie voor verder onderzoek is om een representatieve dataset te gebruiken waarbij data zowel online als offline via verschillende kanalen kunnen vergaard worden.

Inhoudsopgave

Voorwoord.....	III
Samenvatting	V
Inhoudsopgave	IX
Lijst met figuren.....	XII
Lijst met tabellen	XII
Inleiding.....	1
Probleemstelling	1
Onderzoeksaanpak.....	3
Literatuurstudie.....	4
Wat is technology readiness?.....	4
Hoe wordt technology readiness gemeten?.....	7
Technology Readiness Index 1.0.....	7
Technology Readiness Index 2.0.....	9
Empirisch onderzoek.....	12
Vragenlijst	12
Beschrijving van de steekproef	12
Methodologie.....	15
Geslacht.....	15
Leeftijd.....	15
Opleidingsniveau	16
Technische opleiding	16
Intentie	17
Statistische analyse.....	18
Interne consistentie	18
Analyse geslacht.....	19
Analyse leeftijd	20
Analyse opleidingsniveau	21
Analyse technische opleiding.....	22
Analyse intentie.....	23
Clusteranalyse	25
Conclusie	27
Discussie	27
Beperkingen en aanbevelingen verder onderzoek.....	31
Literatuurlijst.....	33
Bijlagen	36
Bijlage 1: TRI 1.0.....	36
Bijlage 2: TRI 2.0.....	38
Bijlage 3: Vragenlijst.....	39
Bijlage 4: SPSS Output.....	56
Frequentietabellen steekproef	56

Betrouwbaarheid en validiteit.....	64
Correlaties.....	74
Analyse geslacht.....	75
Analyse leeftijd	77
Analyse opleidingsniveau	79
Analyse technische opleiding.....	83
Analyse intentie.....	85
Clusteranalyse	90

Lijst met figuren

Figuur 1 Histogram leeftijd	13
Figuur 2 Frequentieverdeling steekproef.....	14
Figuur 3 Frequentieverdeling clusters.....	26

Lijst met tabellen

Tabel 1 Paradoxen Mick en Fournier (1998)	4
Tabel 2 TRI 1.0	7
Tabel 3 TRI 2.0	9
Tabel 4 Segmenten TR op basis van clusteranalyse	11
Tabel 5 Items vragenlijst.....	12
Tabel 6 Betrouwbaarheid en validiteit	18
Tabel 7 Samenvattende statistieken TRI en dimensies	19
Tabel 8 Significantiewaarden Levene's test - geslacht	19
Tabel 9 Gemiddelde TR - geslacht.....	20
Tabel 10 Lineaire regressieanalyse leeftijd.....	21
Tabel 11 Significantiewaarden Levene's test - opleidingsniveau	21
Tabel 12 Significantiewaarden Brown-Forsythe test - opleidingsniveau	21
Tabel 13 Gemiddelde TR - opleidingsniveau	22
Tabel 14 Significantiewaarden Levene's test - technische scholing	22
Tabel 15 Gemiddelde TR - technische scholing	23
Tabel 16 Lineaire regressieanalyses intentie	24
Tabel 17 Clusteranalyse	25
Tabel 18 Demografische karakteristieken van de clusters	26
Tabel 19 Hypotheses en conclusies.....	28
Tabel 20 Vergelijking clusters met segmenten Parasuraman en Colby (2015)	30

Inleiding

Probleemstelling

De laatste decennia speelt technologie een alsmaar belangrijker rol in ons leven. In België is de evolutie in de groeistatistieken van fundamentele technologieën duidelijk merkbaar. FOD Economie publiceert jaarlijks haar Barometer van de informatiemaatschappij. Internettoegang binnen Belgische huishoudens is gestegen van 77% in 2011 tot 89,7% in 2019. In 2006 had slechts 54% van de Belgische huishoudens toegang tot het internet. Ook e-commerce heeft een gelijkaardige evolutie doorgemaakt: in 2019 kocht 72% van de Belgische internetgebruikers minstens één keer een product of dienst aan via het internet, in vergelijking met slechts 43% in 2011. Het percentage Belgische ondernemingen dat producten of diensten verkoopt via hun website is gestegen van 14% in 2011 tot 31% in 2019. (FOD Economie, 2012; FOD Economie, 2020)

Technologie heeft dienstverlening in vrijwel elke sector radicaal veranderd. Mobiel betalen is bijvoorbeeld een van de moderne technologische revoluties die zich wereldwijd heeft doorgezet (Humbani & Wiese, 2019). De verwachtingen zijn dat technologische veranderingen in de toekomst nog sneller zullen gaan aangezien nieuwe technologieën snel toenemen in snelheid, capaciteit, connectiviteit, functionaliteit en gebruiksgemak, terwijl er constant onderzoek gebeurt naar potentieel baanbrekende innovaties (Parasuraman & Colby, 2015). Blockchain, edge computing, virtual reality, augmented reality, digital twins en 5G zijn enkele technologische trends die voor de digitale transformatie van vandaag en morgen zullen zorgen (Tardieu, Daly, Esteban-Lauzán, Hall, & Miller, 2020).

Nieuwe technologieën aanvaarden en gebruiken is niet voor iedereen vanzelfsprekend. Het gevoel ten aanzien van nieuwe technologieën wordt bepaald door een combinatie van positieve en negatieve gevoelens. Voor elk individu zijn de gevoelens en opvattingen over technologie verschillend (Parasuraman, 2000). Positieve aspecten zoals bruikbaarheid, gebruiksgemak en plezier kunnen individuen richting nieuwe technologieën stuwten. Negatieve aspecten zoals waargenomen risico kunnen een eerder terughoudend effect hebben (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989; Parasuraman, 2000).

Niet elk individu staat even open voor technologie. De technology readiness (TR) van een persoon is een bepalende factor bij het al dan niet aanvaarden van een nieuwe technologie. Parasuraman (2000) omschrijft technology readiness als volgt: "De mate waarin iemand geneigd is een bepaalde nieuwe technologie te aanvaarden en gebruiken." Iemands technology readiness wordt gemeten met de Technology Readiness Index (TRI), die verder in deze masterproef nog uitgebreid aan bod komt. Sinds de publicatie van de eerste TRI in 2000 is het tempo van technologische veranderingen versneld, met de komst van hoge snelheid internet, m-commerce, social media en cloud computing (Parasuraman & Colby, 2015). Technologieën zoals deze die toen in de kinderschoenen stonden, zijn nu volledig ingeburgerd en hebben een aanzienlijke invloed op ons leven.

Nieuwe technologieën vinden sneller dan ooit tevoren een weg naar ons dagelijks leven. Technologie creëert toegevoegde waarde voor de gebruiker door taken gemakkelijker en efficiënter te laten verlopen. Uit onderzoek blijkt dat het toenemend aantal technologieën en innovaties ook leidt tot

meer frustratie en ontgoocheling bij de consument (Parasuraman, 2000). Niet iedereen is echter even onderlegd om met technologie te werken.

Door de technologische revolutie worden managers geconfronteerd met complexe uitdagingen. Eén van deze uitdagingen is het aanbieden van innovatieve dienstverlening ervaringen waar de consument voor open staat. Consumenten ervaren een trade-off tussen maximale waarde krijgen van op technologie gebaseerde producten en diensten, zonder frustratie of mislukking te ervaren. Een andere uitdaging is ervoor zorgen dat mogelijke nadelige effecten op werknemers tot een minimum beperkt blijven. Werknemers moeten zich zelfzeker en comfortabel voelen met nieuwe technologieën die tijdens de beroepsuitoefening gebruikt worden, om moreelverlies en productiviteitsafname te voorkomen. Inzicht krijgen in de reacties van werknemers op het gebruik van geavanceerde technologieën is net zo belangrijk als het begrijpen van de reacties van consumenten. Het belang en de praktische relevantie van het technology readiness construct zal evenredig blijven groeien met de snel evoluerende technologieën. (Parasuraman & Colby, 2015)

Wetenschappelijk werk toont aan dat het niet vanzelfsprekend is dat nieuwe technologieën automatisch worden aanvaard door consumenten. Er is veel onderzoek gedaan naar welke consumentenkenmerken de acceptatie van technologie bepalen, maar er is nog veel discussie hieromtrent (Lin, Shih, & Sher, 2007). Rojas-Méndez, Parasuraman en Papadopoulos (2017) voerden een onderzoek uit naar de invloed van demografische gegevens (leeftijd, geslacht en opleidingsniveau) op technology readiness en vonden de volgende significante relaties: de toename van leeftijd leidt tot een lagere technology readiness, mannen scoren hoger op technology readiness dan vrouwen en een hoger opleidingsniveau verhoogt de technology readiness van een individu.

Zoals uitvoerig besproken in de probleemstelling wordt de mate waarin iemand geneigd is een bepaalde technologie te aanvaarden en gebruiken, bepaald door iemands technology readiness. Vaak wordt er gesproken over het individu, maar zijn er ook bepaalde gelijkenissen qua technology readiness op basis van leeftijd of tussen mannen en vrouwen? Of heeft iemand met een hoog opleidingsniveau een hogere technology readiness dan iemand met een laag opleidingsniveau? Om een antwoord te vinden op deze vragen wordt getracht onderstaande onderzoeksvraag en bijhorende deelvragen te beantwoorden.

De centrale onderzoeksvraag luidt als volgt:

In welke mate is iemand geneigd een nieuwe technologie te aanvaarden en gebruiken?

Om een antwoord te krijgen op de centrale onderzoeksvraag worden volgende deelvragen opgesteld:

1. Wat is technology readiness?
2. Hoe wordt technology readiness gemeten?
3. Welke demografische factoren hebben een invloed op de technology readiness van een persoon?
4. Kunnen we segmenten onderscheiden op basis van de technology readiness en hoe kunnen we deze segmenten profileren op basis van socio-demografische factoren?

Onderzoeksaanpak

In het volgende deel van deze masterproef volgt een literatuurstudie waarin een theoretisch kader wordt geschetst over het construct technology readiness, en de manier waarop iemands technology readiness wordt gemeten aan de hand van de Technology Readiness Index. De literatuurstudie geeft meteen een antwoord op de eerste twee deelvragen: "Wat is technology readiness?" en "Hoe wordt technology readiness gemeten?"

Na de literatuurstudie volgt het empirisch gedeelte van de masterproef. De opbouw van de vragenlijst wordt besproken in het empirisch gedeelte. Er volgt ook een korte beschrijving van de steeproef. Daarna wordt de methodologie besproken van de in dit onderzoek gebruikte demografische variabelen. De methodologie werd gebruikt om hypothesen op te stellen die worden onderzocht in de statistische analyse van het empirisch gedeelte. In het laatste deel van de statistische analyse worden de respondenten van de vragenlijst toegewezen aan een cluster op basis van hun socio-demografische kenmerken.

Tot slot volgt de conclusiesectie waarin de bevindingen en beperkingen van deze masterproef worden besproken. Er worden ook enkele aanbevelingen gedaan voor verder onderzoek.

Literatuurstudie

Wat is technology readiness?

Parasuraman (2000) definieert technology readiness (TR) als “*people’s propensity to embrace and use new technologies for accomplishing goals in home life and at work*” (p. 308). Letterlijk vertaald betekent technology readiness de mate waarin iemand geneigd is een bepaalde nieuwe technologie te aanvaarden en gebruiken voor persoonlijke en werkgerelateerde doelen. Technology readiness kan omschreven worden als een algehele gemoedstoestand die de aanleg van een persoon om een bepaalde nieuwe technologie te gebruiken, bepaalt. Deze algehele gemoedstoestand wordt gevormd door mentale drijvers en remmers die gezamenlijk de technology readiness van een persoon bepalen. Optimisme en innovativiteit zijn drijvers of motivators, die bijdragen aan technology readiness, terwijl discomfort en onzekerheid remmers of inhibitors zijn, die technology readiness verminderen. Parasuraman (2000) omschrijft deze vier dimensies als volgt:

- Optimisme: een positieve kijk op technologie en de overtuiging dat technologie meer controle, flexibiliteit en efficiëntie biedt;
- Innovativiteit: de neiging om pionier en opinieleider te zijn;
- Discomfort: een waargenomen gebrek aan vertrouwen over technologie en een overweldigend gevoel;
- Onzekerheid: wantrouwen tegenover technologie en scepsis over het vermogen om naar behoren te werken.

Mick en Fournier (1998) hebben op basis van kwalitatief onderzoek de reacties van consumenten ten aanzien van technologie onderzocht. Daaruit ontstonden acht paradoxen (zie tabel 1) waar consumenten mee moeten omgaan: controle/chaos, vrijheid/beperking, nieuw/verouderd, competentie/incompetentie, efficiëntie/inefficiëntie, vervult/creëert behoeften, assimilatie/isolatie en innemend/teruggetrokken. Zoals de paradoxen impliceren, kan technologie zowel positieve als negatieve gevoelens opwekken. Deze kunnen gelijktijdig bestaan, maar de relatieve dominantie van positieve of negatieve gevoelens verschilt van persoon tot persoon.

Tabel 1 Paradoxen Mick en Fournier (1998)

Paradox	Beschrijving
Controle/chaos	Technologie kan regulering of orde vergemakkelijken, en technologie kan tot onrust of wanorde leiden
Vrijheid/beperking	Technologie kan onafhankelijkheid of minder beperkingen vergemakkelijken, en technologie kan leiden tot afhankelijkheid of meer beperkingen

Tabel 1 (Vervolg)

Nieuw/verouderd	Nieuwe technologieën bieden de gebruiker de meest recent ontwikkelde voordelen van wetenschappelijke kennis, en nieuwe technologieën zijn al of zullen binnenkort achterhaald zijn wanneer ze op de markt komen
Competentie/incompetentie	Technologie kan gevoelens van intelligentie of werkzaamheid bevorderen, en technologie kan gevoelens van onwetendheid of onbekwaamheid
Efficiëntie/inefficiëntie	Technologie kan ervoor zorgen dat er minder moeite of tijd wordt besteed aan bepaalde activiteiten, en technologie kan leiden tot meer inspanning of tijd in bepaalde activiteiten
Vervult/creëert behoeften	Technologie kan de vervulling van behoeften of wensen vergemakkelijken, en technologie kan leiden tot de ontwikkeling of bewustzijn van behoeften of verlangens die voorheen niet waren gerealiseerd
Assimilatie/isolatie	Technologie kan menselijke saamhorigheid vergemakkelijken, en technologie kan leiden tot menselijke scheiding
Innemend/teruggetrokken	Technologie kan betrokkenheid, flow of activiteit vergemakkelijken, en technologie kan leiden tot ontkoppeling, verstoring of passiviteit

Personen kunnen op basis van hun technologische overtuigingen op een continuüm geplaatst worden, met als uitersten variërend van zeer negatief tot zeer positief. De plaats op dit continuüm is gecorreleerd met de mate waarin iemand geneigd is een technologie te aanvaarden en gebruiken (d.i. technology readiness). Een combinatie van positieve en negatieve gevoelens over technologie ligt dus aan de basis van het begrip technology readiness. Positieve gevoelens stuwden mensen richting een nieuwe technologie, terwijl negatieve gevoelens eerder een terughoudend effect hebben. (Parasuraman, 2000)

Niet enkel de neiging om een bepaalde technologie te gebruiken, maar ook het bezit van verschillende technologieën bepaalt iemands technology readiness. Parasuraman en Colby (2015) tonen aan dat er statistisch significante verschillen in gemiddelde technology readiness scores zijn voor eigenaars/gebruikers, intenders (van plan de technologie aan te kopen in de komende twee jaar) en nonintenders (niet van plan de technologie aan te kopen in de komende twee jaar). Een bepaalde technologie bezitten betekent, gemiddeld gezien, een hogere technology readiness score

voor die technologie. Technology readiness beïnvloedt voornamelijk gedrag met betrekking tot nieuwe, cutting edge technologieën. In het onderzoek van Parasuraman en Colby (2015) is de smartphone de technologie waar het meeste verschil is tussen eigenaars/gebruikers, intenders en nonintenders. Ook bij onder andere tablets, draagbare muziek- en mediaspelers, smart tv's en e-readers zijn er duidelijke verschillen merkbaar tussen eigenaars/gebruikers, intenders en nonintenders.

Hoe wordt technology readiness gemeten?

Technology Readiness Index 1.0

De eerste tool om de technology readiness te meten, is de technology readiness index (TRI) (Parasuraman, 2000). Parasuraman ontwikkelde een schaal (zie tabel 2) die bestaat uit 36 items of stellingen die worden ingedeeld in vier dimensies: optimisme, innovativiteit, discomfort en onzekerheid.

Tabel 2 TRI 1.0

Dimensie	Stelling
Optimisme	Technologie geeft mensen meer controle over hun dagelijks leven
	Producten en diensten die gebruik maken van de nieuwste technologieën zijn handiger om te gebruiken
	Je houdt er van om zaken te doen via computers omdat je niet gebonden bent aan de kantooruren
	Je verkiest het gebruik van de meest geavanceerde technologie die beschikbaar is
	Je houdt van computerprogramma's waarin je zelf dingen kan aanpassen volgens jouw wensen
	Technologie maakt je efficiënter in je werk
	Je vindt nieuwe technologieën mentaal stimulerend
	Technologie geeft je meer bewegingsvrijheid
	Leren over technologie kan even lonend zijn als de technologie op zichzelf
	Je bent ervan overtuigd dat machines exact zullen uitvoeren wat je hen opdraagt te doen
Innovativiteit	Andere mensen komen bij jou advies vragen over nieuwe technologieën
	Het lijkt alsof je vrienden meer leren over de nieuwste technologieën dan jijzelf
	Over het algemeen behoor jij tot de eersten in jouw vriendenkring om een nieuwe technologie aan te schaffen
	Je kan meestal uitzoeken hoe nieuwe technologische producten en diensten werken zonder hulp van anderen
	Je blijft op de hoogte van de laatste technologische ontwikkelingen in jouw interessegebieden
	Je houdt van de uitdaging om met hoogtechnologische gadgets te leren werken
	Je vindt dat je minder problemen hebt dan anderen om de technologie voor jou te laten werken

Tabel 2 (Vervolg)

Discomfort	Technische hulplijnen zijn niet nuttig omdat ze dingen niet uitleggen in termen die je begrijpt
	Soms denk je dat technologiesystemen niet zijn ontworpen voor gebruik door gewone mensen
	Er bestaat niet zoiets als een handleiding voor een technologisch product of dienst die in duidelijke taal is geschreven
	Wanneer je technische ondersteuning krijgt van een aanbieder van een technologisch product of dienst, heb je soms het gevoel dat er misbruik gemaakt wordt door iemand die meer weet dan jij
	Wanneer je een hoogtechnologisch product of dienst koopt, verkies je een basismodel boven een model met veel extra features
	Het is gênant als je een probleem hebt met een hoogtechnologisch gadget terwijl mensen aan het kijken zijn
	Er moet voorzichtig worden omgegaan met het vervangen van belangrijke menselijke taken door technologie omdat nieuwe technologie kapot kan gaan of uitgeschakeld kan worden
	Veel nieuwe technologieën hebben gezondheids- of veiligheidsrisico's die niet gekend zijn tot wanneer mensen er een bepaalde tijd gebruik van hebben gemaakt
	Nieuwe technologie maakt het te gemakkelijk voor overheden en bedrijven om mensen te bespioneren
	Technologie lijkt altijd te falen op het slechts mogelijke tijdstip
Onzekerheid	Je vindt het niet veilig om het nummer van je kredietkaart door te geven via de computer
	Je vindt het niet veilig om financiële zaken online te doen
	Je maakt je zorgen over het feit dat de informatie die je verstuurt over het internet door andere mensen zal worden gezien
	Je hebt er geen vertrouwen in om zaken te doen met een bedrijf dat alleen online bereikbaar is
	Elke zakelijke transactie die je elektronisch doet, zou later moeten bevestigd worden op papier
	Telkens er iets wordt geautomatiseerd, moet je zorgvuldig nagaan dat de machine of de computer geen fouten maakt
	Het persoonlijk contact is zeer belangrijk wanneer men zaken doet met een bedrijf
	Wanneer je een bedrijf opbelt, verkies je om te praten met een persoon in plaats van met een machine
	Wanneer je informatie geeft aan een machine of over het internet, ben je nooit zeker dat het ook effectief op de juiste plaats aankomt

Voor elke stelling dient een antwoord gegeven te worden op een 5-punt Likertschaal met antwoordmogelijkheden van helemaal niet mee eens tot helemaal eens. De gemiddelde scores op de vier dimensies vormen de totale technology readiness score, nadat discomfort en onzekerheid eerst omgekeerd gecodeerd werden om ervoor te zorgen dat een hoge score op discomfort en onzekerheid niet leidt tot een hogere technology readiness.

Optimisme en innovativiteit worden gezien als motivators van technology readiness. Een hoge score op een van deze dimensies zorgt voor een hogere technology readiness en betekent een positieve houding tegenover nieuwe technologieën. Discomfort en onzekerheid zijn inhibitors en wijzen op een eerder negatieve houding tegenover nieuwe technologieën. Een hoge score op de inhibitors zorgt voor een lagere technology readiness. Er moet opgemerkt worden dat voor elk individu zowel motivators als inhibitors het totaal technology readiness niveau bepalen. Zo kan iemand in het algemeen optimistisch zijn over technologie en gelijktijdig onzekerheid ervaren over de rol van technologie. Technologieoptimisten en -innovators ervaren technologie gerelateerde angsten op vergelijkbaar niveau als individuen die veel minder enthousiast zijn over technologie (Parasuraman, 2000). Dit kan teruggekoppeld worden aan de technologie paradoxen van Mick en Fournier (1998) die eerder werden besproken.

De gedachtegang en eigenschappen van mensen verschillen, waardoor elk individu een eigen opvatting heeft over de verschillende dimensies van technologie. De relatieve sterkte van elke dimensie geeft aan hoe open iemand staat ten opzichte van technologie (Parasuraman, 2000). TRI 1.0 geeft de overtuigingen over een bepaalde technologie weer, maar is geen indicator van iemands competentie om deze technologie te gebruiken (Walczuch, Lemmink, & Streukens, 2007).

Technology Readiness Index 2.0

Na meer dan een decennium had TRI 1.0 nood aan een update (Parasuraman & Colby, 2015). Het gebruik van woorden zoals 'machine' en 'computerprogramma' in bepaalde stellingen verloor aan relevantie. Deze technologieën werden niet langer als innovatief beschouwd. Veranderingen in de technologische omgeving moesten mee in kaart gebracht worden. Veel alomtegenwoordige technologieën van nu, zoals smartphones, draadloos internet en social media, stonden bij de publicatie van TRI 1.0 nog maar net in hun kinderschoenen. Kortom, TRI moest als instrument geüpdatet worden om op lange termijn nog steeds bruikbaar te zijn. Parasuraman en Colby (2015) ontwikkelde daarom de TRI 2.0. Dit meetinstrument bestaat uit 16 items (zie tabel 3) en kan zowel de totale technology readiness als de vier dimensies afzonderlijk meten zonder aan betrouwbaarheid en validiteit in te boeten (Parasuraman & Colby, 2015).

Tabel 3 TRI 2.0

Dimensie	Stelling
Optimisme	Nieuwe technologieën dragen bij tot een betere levenskwaliteit
	Technologie geeft me meer bewegingsvrijheid
	Technologie geeft mensen meer controle over hun dagelijks leven
	Technologie maakt me productiever in mijn persoonlijk leven

Tabel 3 (Vervolg)

Innovativiteit	Andere mensen komen bij mij advies vragen over nieuwe technologieën
	Over het algemeen behoor ik tot de eersten in mijn vriendenkring om een nieuwe technologie aan te schaffen
	Ik kan meestal uitzoeken hoe nieuwe technologische producten en diensten werken zonder hulp van anderen
	Ik blijf op de hoogte van de laatste technologische ontwikkelingen in mijn interessegebieden
Discomfort	Wanneer ik technische ondersteuning krijg van een aanbieder van een technologisch product of dienst, heb ik soms het gevoel dat er misbruik gemaakt wordt door iemand die meer weet dan ik
	Technische hulplijnen zijn niet nuttig omdat ze dingen niet uitleggen in termen die ik begrijp
	Soms denk ik dat technologiesystemen niet zijn ontworpen voor gebruik door gewone mensen
	Er bestaat niet zoiets als een handleiding voor een technologisch product of dienst die in duidelijke taal is geschreven
Onzekerheid	Mensen zijn te afhankelijk van technologie om dingen voor hen te doen
	Te veel technologie leidt mensen af tot een punt dat het schadelijk wordt
	Technologie verlaagt de kwaliteit van relaties door persoonlijke interactie te verminderen
	Ik heb er geen vertrouwen in om zaken te doen met een bedrijf dat alleen online bereikbaar is

Naast het meten van technology readiness, gebruikten Parasuraman en Colby (2015) de TRI 2.0 om een segmentatieanalyse uit te voeren. Dit gebeurde op basis van kwantitatief onderzoek in de Verenigde Staten bij 878 respondenten.

Consumenten kunnen op basis van deze analyse in vijf segmenten (zie tabel 4) ingedeeld worden: skeptics, explorers, avoiders, pioneers en hesitators. Het grootste segment (38% van de consumenten) zijn skeptics. Skeptics scoren laag op de motivators en inhibitors: ze hebben een afstandelijke kijk tegenover technologie en hebben weinig extreem positieve en negatieve overtuigingen. Ze moeten overtuigd worden om de toegevoegde waarde van de technologie in te zien. Explorers (18%) scoren hoog op de motivators en laag op de inhibitors waardoor ze de hoogste technology readiness van alle segmenten hebben. Ze hebben doorgaans een hoge mate van motivatie en lage weerstand. Dit segment verkent meteen de markt bij introductie van een nieuwe technologie en zal snel een nieuwe technologie aanvaarden. Avoiders (16%) scoren laag op de motivators en hoog op de inhibitors, en hebben hierdoor de laagste technology readiness score van de vijf segmenten. Ze hebben een hoge weerstand en lage motivatie. Avoiders geloven niet in de voordelen van technologie. Pioneers (16%) scoren hoog op de motivators en inhibitors. Ze hebben sterk positieve en negatieve opvattingen over technologie. Ze erkennen de voordelen van technologie en willen altijd de nieuwste snufjes hebben, maar zijn gelijktijdig ook voorzichtig. Het kleinste

segment, hesitators (13%), scoort laag voor innovativiteit, en hoog voor optimisme en de inhibitors. Ze geloven dat technologie hen kan helpen in het dagelijks leven, maar ervaren toch een gevoel van discomfort en onzekerheid. (Parasuraman & Colby, 2015; Parasuraman & Colby, 2000)

Tabel 4 Segmenten TR op basis van clusteranalyse

Segment	%	Optimisme	Innovativiteit	Discomfort	Onzekerheid
Skeptics	38%	Laag	Laag	Laag	Laag
Explorers	18%	Hoog	Hoog	Laag	Laag
Avoiders	16%	Laag	Laag	Hoog	Hoog
Pioneers	16%	Hoog	Hoog	Hoog	Hoog
Hesitators	13%	Hoog	Laag	Hoog	Hoog

Empirisch onderzoek

Vragenlijst

In deze masterproef werd er gekozen om via een vragenlijst (zie bijlage 3) aan datacollectie te doen. Aangezien deze masterproef zich toespitst op technology readiness bij Limburgers werd er eerst een filteringsvraag getoond om enkel respondenten over te houden die in Limburg wonen. De vragenlijst bevatte de 16 items van TRI 2.0 die bevestigd werden door een stelling met Likertschaal van 1 (helemaal niet akkoord) tot 7 (helemaal akkoord). Het bezit van intussen ingeburgerde technologieën zoals smartphone, tablet, smart TV, computer/laptop, e-reader en smartwatch, alsook de intentie tot gebruik van nieuwere technologieën zoals smart speakers, chromecasts, smart deurbellen en zelfrijdende auto's, werden bevestigd. Daarnaast werd nog gepolst naar de voorgaande ervaringen met het gebruik van technologieën. Tot slot werden de demografische kenmerken zoals leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en technische opleiding bevestigd.

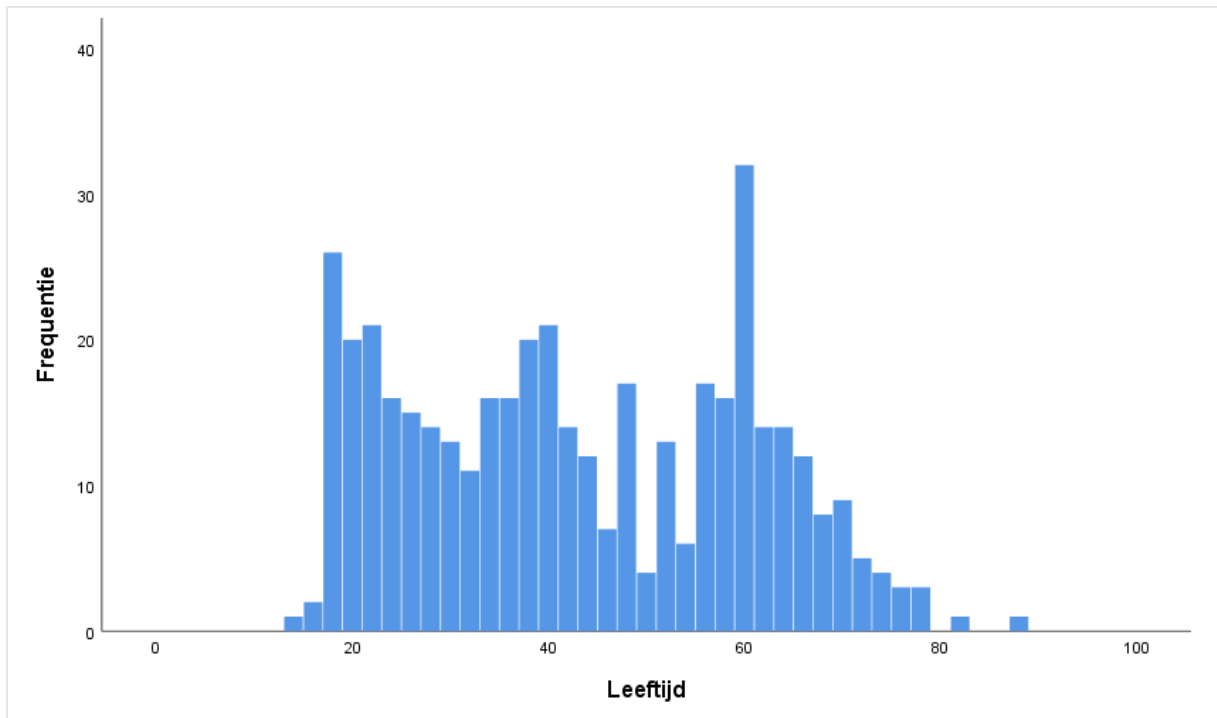
Tabel 5 Items vragenlijst

Item	Bron
TRI	Parasuraman & Colby (2015)
Bezit	Parasuraman & Colby (2015)
Intentie	Parasuraman & Colby (2015)
Voorgaande ervaring	Meuter, Bitner, Ostrom & Brown (2005)
Variabelen leeftijd, geslacht en opleidingsniveau	Rojas-Méndez, Parasuraman & Papadopoulos (2017)
Variabele technische opleiding	Geen bron

De vragenlijst werd geprogrammeerd in Qualtrics en verstuurd via sociale media. Om een gevarieerde dataset te hebben op basis van onder andere leeftijd, geslacht en opleiding, stelden enkele vrienden en kennissen van alle leeftijden voor om de vragenlijst te delen via hun sociale mediaplatformen. Door het grote succes hiervan werd besloten om de vragenlijst niet via andere kanalen te versturen.

Beschrijving van de steekproef

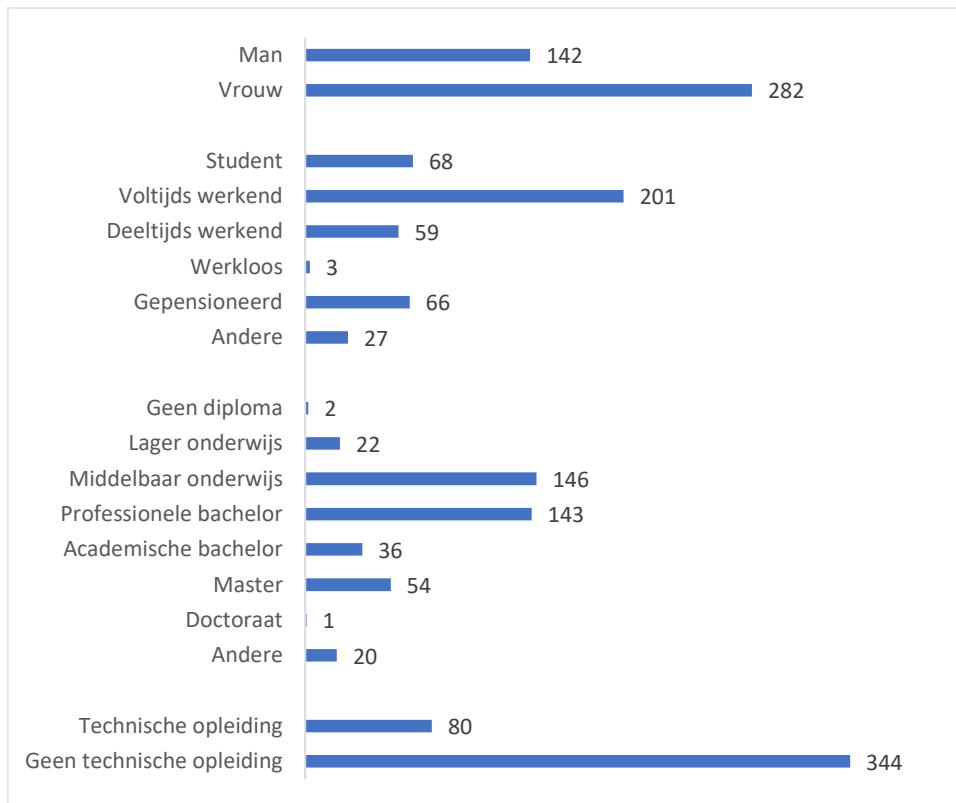
In totaal hebben 461 respondenten de vragenlijst ingevuld. Elf respondenten gaven aan geen toestemming te geven om deel te nemen aan het onderzoek. 26 respondenten bleken niet in Limburg te wonen. Er bleven dus 424 respondenten over die aan alle vereisten voldeden. De frequentieverdeling per leeftijd (zie figuur 1) toont aan dat de dataset een goede leeftijdsverdeling heeft, met uitzondering van enkele leeftijden rond de 50 jaar.



Figuur 1 Histogram leeftijd

In figuur 2 wordt een grafische voorstelling van de steekproef weergegeven. De steekproef bestaat uit 142 mannen (33,5%) en 282 vrouwen (66,5%). De jongste respondent is 14, de oudste 87. De gemiddelde leeftijd is 42 jaar. Bijna de helft van de steekproef zijn voltijds werkenden (47,4%). Andere grote groepen zijn studenten (16%), gepensioneerden (15,6%) en deeltijds werkenden (13,9%).

Respondenten met een middelbaar diploma (34,4%) als hoogst behaalde diploma vormen de grootste groep op basis van opleidingsniveau, net voor professionele bachelors (33,7%). Drie andere noemenswaardige groepen zijn respondenten met een masterdiploma (12,7%), een academische bachelor (8,5%) en een diploma lager onderwijs (5,2%) als hoogst behaalde diploma. 80 respondenten (18,9%) hebben een technische opleiding gevolgd.



Figuur 2 Frequentieverdeling steekproef

Methodologie

Geslacht

Er is reeds veel onderzoek gebeurd naar demografische variabelen die al dan niet invloed hebben op de acceptatie van technologieën. Een eerste demografische variabele die mogelijk een invloed heeft op technology readiness is geslacht.

Mannen hebben een positievere attitude dan vrouwen ten opzichte van IT en technologie (Lee, 2010), zijn sneller geneigd nieuwe technologische apparaten te aanvaarden (Tsikriktsis, 2004) en hebben meer zelfvertrouwen dan vrouwen in het gebruik van nieuwe technologieën (Elliot & Hall, 2005).

Recent onderzoek naar welke demografische en attitudevariabelen kunnen helpen om technology readiness te bepalen, wees uit dat mannen gemiddeld significant hoger scoren dan vrouwen voor de dimensie innovativiteit en significant lager scoren voor de dimensies discomfort en onzekerheid. Voor optimisme is er geen significant verschil te merken tussen mannen en vrouwen. Mannen scoren gemiddeld hoger op technology readiness dan vrouwen. (Rojas-Méndez et al., 2017)

Toch is in de literatuur geen algemeen eenduidig antwoord te vinden over de invloed van geslacht op de acceptatie van technologieën. Zo zijn er ook heel wat studies die uitwijzen dat het geslacht niet significant is bij het verklaren van de acceptatie en het gebruik van informatietechnologie (Rainer Jr, Laosethakul, & Astone, 2003), bij de adoptie van m-commerce (Li, Glass, & Records, 2008) of bij de acceptatie van self-service technologieën (Meuter, Bitner, Ostrom, & Brown, 2005).

Om voor deze masterproef te testen of er voor technology readiness een significant verschil is tussen mannen en vrouwen werd de volgende hypothese opgesteld:

- H1: Mannen behalen gemiddeld een hogere technology readiness score dan vrouwen

Leeftijd

Onderzoek toont aan dat leeftijd een belangrijke demografische variabele is die directe en modererende effecten heeft op gedragsintentie, adoptie en acceptatie van technologie (Tarhini, Hone, & Liu, 2014).

Leeftijd is negatief gerelateerd aan de motivatoren van technology readiness: optimisme en innovativiteit (Dutot, 2014). Ouderen worden over het algemeen als minder innovatief beschouwd, omdat ze minder geneigd zijn te veranderen. Ze zijn doorgaans minder optimistisch omdat ze minder in staat zijn de voordelen van het gebruik van nieuwe technologieën te zien als gevolg van verminderde cognitieve leercapaciteiten (Rojas-Méndez et al., 2017). Leeftijd is positief gerelateerd aan de inhibitors van technology readiness: discomfort en onzekerheid. Ouderen voelen zich eerder ongemakkelijk bij het gebruik van nieuwe technologieën vanwege hun verminderde cognitieve vermogen. Gezien hun rijkere levenservaring hebben ze over het algemeen de neiging sceptisch te zijn over nieuwe dingen en voelen ze zich daardoor eerder onzeker over nieuwe technologieën (Dutot, 2014).

- H2: Leeftijd heeft een negatief effect op technology readiness

Opleidingsniveau

Educatie of opleidingsniveau wordt beschouwd als belangrijke voorspeller van de acceptatie van technologieën (Rojas-Méndez et al., 2017). Lager opgeleiden blijken minder geavanceerde cognitieve structuren te hebben, wat hun leervermogen in nieuwe omgevingen beperkt (Hilgard & Bower, 1975).

Opleiding is positief gerelateerd aan de motivatoren van technology readiness. Hoogopgeleiden zijn innovatiever omdat ze meer geavanceerde cognitieve structuren hebben die het mogelijk maken om te leren in nieuwe omgevingen (Rojas-Méndez et al., 2017). Hierdoor zullen hoogopgeleiden waarschijnlijk een van de eersten zijn om nieuwe technologieën uit te proberen. Omdat opleiding iemands vermogen om te leren en zich aan te passen in nieuwe omgevingen vergroot, stimuleert het een optimistischere kijk op nieuwe technologieën (Blut & Wang, 2019).

Hoogopgeleiden hebben de neiging meer zelfvertrouwen te hebben in hun eigen vermogen om bepaalde technologieën te beheersen, en zullen zich daarom minder snel onzeker voelen bij het gebruik van technologie. Opleiding is dus negatief gerelateerd aan de inhibitors van technology readiness. (Rojas-Méndez et al., 2017)

Om een onderscheid te maken tussen verschillende opleidingsniveaus werd Statistiek Vlaanderen geraadpleegd om de onderstaande hypothesen op te stellen. Laaggeschoolden hebben geen diploma secundair onderwijs. Middengeschoolden hebben een diploma secundair of postsecundair niet-hoger onderwijs. Hooggeschoolden bezitten een diploma hoger onderwijs (Statistiek Vlaanderen, 2021).

- H3: Hooggeschoolden behalen gemiddeld een hogere technology readiness score dan laaggeschoolden
- H4: Hooggeschoolden behalen gemiddeld een hogere technology readiness score dan middengeschoolden
- H5: Middengeschoolden behalen gemiddeld een hogere technology readiness score dan laaggeschoolden

Technische opleiding

Het feit of iemand al dan niet een technische opleiding genoot, is een variabele die nog niet uitgebreid getest is in de literatuur. Mogelijk is er een verschil in de mate waarin iemand geneigd is een technologie te accepteren en gebruiken tussen mensen met of zonder een technische achtergrond:

- H6: Technisch geschoolden behalen gemiddeld een hogere technology readiness score dan niet-technisch geschoolden

Intentie

In de vragenlijst werd gevraagd naar de intentie tot gebruik van enkele technologieën: smart speakers, chromecasts, smart deurbellen en zelfrijdende auto's. Voor elk van de technologieën wordt gekeken of een hogere technology readiness leidt tot een hogere gebruiksintentie. Dat zou betekenen dat er een positief verband is tussen technology readiness en de gebruiksintentie van de technologieën.

- H7: Technology readiness is positief gerelateerd aan de gebruiksintentie van een smart speaker
- H8: Technology readiness is positief gerelateerd aan de gebruiksintentie van een chromecast
- H9: Technology readiness is positief gerelateerd aan de gebruiksintentie van een smart deurbel
- H10: Technology readiness is positief gerelateerd aan de gebruiksintentie van een zelfrijdende auto

Statistische analyse

Interne consistentie

Om van start te gaan met het uitvoeren van statistische analyses en het testen van de hypothesen werd de betrouwbaarheid en validiteit van de vier TR-constructen (optimisme, innovativiteit, discomfort en onzekerheid) gemeten. Betrouwbaarheid meet de consistentie van een meetschaal bij herhaalde metingen. Bij het meten van consistente resultaten zonder random fouten, is er sprake van betrouwbaarheid (Sekaran & Bougie, 2010). Validiteit is wanneer de gemeten waarde de daadwerkelijke waarde weergeeft en er dus geen systematische en random fouten zijn (Sekaran & Bougie, 2010). Cronbach's Alpha werd gebruikt om na te gaan of de verschillende stellingen binnen elk construct samenhangen. Wanneer Cronbach's Alpha een waarde heeft hoger dan 0,60 zijn de schalen betrouwbaar. In tabel 6 wordt aangetoond dat elk construct een Cronbach's Alpha waarde heeft die hoger is dan 0,60. Het meetinstrument is dus voldoende betrouwbaar. Average Variance Extracted (AVE) meet de convergente validiteit en bepaalt of de vier stellingen binnen eenzelfde dimensie voldoende gecorreleerd zijn en dus hetzelfde concept meten. Wanneer de AVE 0,50 of hoger is, is er sprake van een valide construct. De AVE van onzekerheid haalt met 0,43 de grens van 0,50 niet, waardoor onzekerheid in theorie niet als valide construct mag beschouwd worden. Wanneer de vier items waaruit die de dimensie onzekerheid bestaat opgesplitst worden in meerdere constructen, is de AVE met 0,49 nog steeds net lager dan de grens van 0,50. Ondanks het net niet halen van de ondergrens van 0,50 zal de dimensie onzekerheid toch niet opgesplitst worden in meerdere constructen. Dit om voor het verdere verloop van deze thesis nog steeds vergelijkingen te kunnen maken met het artikel van Parasuraman en Colby (2015).

Tabel 6 Betrouwbaarheid en validiteit

Dimensie	Aantal stellingen	Cronbach's Alpha	AVE
OPT	4	0,800	0,60
INN	4	0,826	0,62
DIS	4	0,744	0,53
ONZ	4	0,640	0,43

In tabel 7 worden de samenvattende statistieken van technology readiness en de vier onderliggende dimensies weergegeven. Kolom 2 toont de gemiddelde waarden op een 7-punt Likertschaal. De verdeling van de technology readiness scores is voldoende normaal verdeeld, met skewness (0,02) en kurtosis (0,38) dichtbij nul. De correlatiecoëfficiënten tonen aan dat optimisme en innovativiteit positief gecorreleerd zijn met elkaar, maar negatief gecorreleerd met discomfort en onzekerheid. Discomfort en onzekerheid zijn eveneens positief gecorreleerd met elkaar. Optimisme en innovativiteit zijn positief gecorreleerd met het construct technology readiness, terwijl discomfort en onzekerheid negatief gecorreleerd zijn met technology readiness. Dit betekent dat een hogere score op de dimensies optimisme en innovativiteit bijdragen tot een hogere technology readiness score, en een hogere score op discomfort en onzekerheid leiden tot een lagere technology readiness score.

Tabel 7 Samenvattende statistieken TRI en dimensies

					Correlatiecoëfficiënten			
	Gem.	SD	Skewness	Kurtosis	OPT	INN	DIS	ONZ
OPT	5,29	0,98	-0,83	0,96	1			
INN	3,84	1,32	0,05	-0,57	0,30**	1		
DIS	3,43	1,08	0,35	0,08	-0,07	-0,23**	1	
ONZ	4,34	1,00	-0,20	0,07	-0,26**	-0,17**	0,42**	1
TRI	4,34	0,72	0,02	0,38	0,59**	0,71**	-0,65**	-0,67**

**Significant op 1% significantieniveau

De totale technology readiness score voor elke respondent is de gemiddelde score op de vier dimensies, nadat discomfort en onzekerheid omgekeerd gecodeerd werden. Dit omdat een anders een hoge score voor discomfort of onzekerheid zou leiden tot een hogere TRI score, terwijl dit in de praktijk voor een lagere TRI score zorgt. Concreet betekent dit dat een score van 1 op discomfort en onzekerheid nu 'helemaal akkoord' betekent en een score van 7 'helemaal niet akkoord'. Voor optimisme en innovativiteit verandert er niets: een hoge score op een van deze dimensies betekent terecht een hogere score op TRI. De dimensies individueel werden berekend door de gemiddelde score op de vier onderliggende stellingen te nemen.

Analyse geslacht

Om de invloed van geslacht op de technology readiness te testen, werd de Independent-Samples T test gebruikt. Deze test berekent of de gemiddelde technology readiness score verschilt voor twee onafhankelijke groepen: mannen en vrouwen.

Om de homogeniteit van de varianties te bepalen tussen mannen en vrouwen wordt de Levene's Test uitgevoerd voor elke dimensie van technology readiness. Uit de Levene's Test (zie tabel 8) blijkt dat de significantiewaarde voor optimisme en technology readiness lager is dan 0,05. Dit betekent dat de variantie voor mannen en vrouwen verschilt voor optimisme. De significantiewaarden voor innovatie, discomfort en onzekerheid zijn groter dan 0,05 en betekent dat de varianties voor deze drie dimensies tussen mannen en vrouw hetzelfde zijn.

Tabel 8 Significantiewaarden Levene's test - geslacht

	Levene's Statistic	Sig.
OPT	4,646	0,032*
INN	1,471	0,226
DIS	0,040	0,842
ONZ	2,371	0,124
TR	5,722	0,017*

*Significant op 5% significantieniveau

In tabel 9 worden de resultaten van de Independent-Samples T test weergegeven. De resultaten tonen aan dat de technology readiness significant verschilt voor mannen en vrouwen ($t=4,297$; $p<0,001$). Mannen scoren gemiddeld hoger op TR dan vrouwen, waardoor **H1** wordt **ondersteund**.

De vier dimensies werden ook afzonderlijk getest om te kijken waar de significante verschillen tussen mannen en vrouwen zich situeren. Voor optimisme is er geen significant verschil tussen mannen en vrouwen ($t=1,213$; $p=0,226$). Op innovativiteit scoren mannen wel significant hoger dan vrouwen ($t=5,862$; $p<0,001$). Mannen scoren gemiddeld 4,35 op de dimensie innovativiteit, vrouwen gemiddeld 3,58. Ook voor discomfort is er een significant verschil tussen mannen en vrouwen ($t=-2,736$; $p=0,006$). Vrouwen scoren gemiddeld 3,52 op discomfort en scoren dus significant hoger dan mannen voor deze dimensie, die gemiddeld 3,22 scoren. Voor de laatste dimensie, onzekerheid, is er geen significant verschil tussen mannen en vrouwen ($t=-1,126$; $p=0,261$).

Tabel 9 Gemiddelde TR - geslacht

Dimensie	Groep	Aantal	Gemiddelde	Std. Dev.	t	Sig.
OPT	Man	142	5,3750	1,06847	1,213	0,226
	Vrouw	282	5,2473	0,92645		
INN	Man	142	4,3556	1,34294	5,862	0,000*
	Vrouw	282	3,5869	1,23882		
DIS	Man	142	3,2289	1,07085	-2,736	0,006*
	Vrouw	282	3,5293	1,06517		
ONZ	Man	142	4,2676	1,07257	-1,126	0,261
	Vrouw	282	4,3839	0,96723		
TR	Man	142	4,5585	0,77921	4,297	0,000*
	Vrouw	282	4,2303	0,66346		

*Significant op 5% significantieniveau

Analyse leeftijd

De literatuur doet vermoeden dat leeftijd een negatief effect heeft op technology readiness. Om dit te testen werd een lineaire regressieanalyse uitgevoerd met leeftijd als onafhankelijke variabele en technology readiness als afhankelijke variabele.

Tabel 10 toont aan dat er een licht negatief verband bestaat tussen leeftijd en technology readiness. Wanneer er echter naar de significantiewaarde van leeftijd wordt gekeken, blijkt dat leeftijd geen significant effect ($t=-1,824$; $p=0,069$) heeft op technology readiness voor de steekproef die werd gebruikt in deze masterproef. **H2** wordt **niet ondersteund** door de data. De R^2 waarde van 0,8% geeft aan dat slechts 0,8% van iemands technology readiness verklaard wordt door zijn of haar leeftijd.

Tabel 10 Lineaire regressieanalyse leeftijd

	Ongestandaardiseerd	Gestandaardiseerd	t	Sig.	R ²
TR					0,008
Constante	4,499		48,031	0,000*	
Leeftijd	-0,004	-0,088	-1,824	0,069	

*Significant op 5% significantieniveau

Analyse opleidingsniveau

Het opleidingsniveau werd opgedeeld in drie groepen: laaggeschoolden, middengeschoolden en hooggeschoolden. Aan de hand van een One-Way ANOVA test werd onderzocht of de gemiddelden van twee of meer groepen verschillen. Met een Levene's test wordt eerst getest of de varianties van de drie groepen gelijk is.

Tabel 11 Significantiewaarden Levene's test - opleidingsniveau

	Levene's Statistic	Sig.
OPT	4,998	0,007*
INN	1,989	0,138
DIS	0,231	0,794
ONZ	0,908	0,404
TR	1,862	0,157

*Significant op 5% significantieniveau

De Levene's test toont aan dat de significantiewaarde van optimisme lager is dan 0,05. Minstens één van de varianties verschilt waardoor de assumptie van homogeniteit van de varianties is geschonden. Een Brown-Forsythe test moet aantonen of de groepen significant van elkaar verschillen.

De Brown-Forsythe analyse toont aan dat er significante verschillen zijn voor optimisme, discomfort, onzekerheid en technology readiness. Om te bepalen tussen welke groepen er juist significante verschillen zijn, wordt een Tukey post-hoc test uitgevoerd.

Tabel 12 Significantiewaarden Brown-Forsythe test - opleidingsniveau

	Brown-Forsythe	Sig.
OPT	5,102	0,009*
INN	0,174	0,840
DIS	7,976	0,001*
ONZ	8,010	0,000*
TR	7,063	0,001*

*Significant op 5% significantieniveau

De post-hoc test toont aan dat er een significant verschil is tussen hooggeschoolden en laaggeschoolden ($p=0,029$). Hooggeschoolden hebben een significant hogere score op technology readiness dan laaggeschoolden. Hooggeschoolden scoren gemiddeld 4,44 op technology readiness, terwijl laaggeschoolden slechts een gemiddelde score van 4,05 halen. **H3** wordt **ondersteund**. Ook

tussen hooggeschoolden en middengeschoolden is er een significant verschil ($p=0,010$). Hooggeschoolden hebben met 4,44 gemiddeld een hogere technology readiness dan middengeschoolden, die gemiddeld 4,22 scoren op technology readiness. **H4** wordt **ondersteund**. Tussen middengeschoolden en laaggeschoolden is er geen significant verschil voor technology readiness ($p=0,515$), waardoor **H5** **niet** wordt **ondersteund**.

Tabel 13 Gemiddelde TR - opleidingsniveau

Opleidingsniveau	Gemiddelde TR	Opleidingsniveau	Gemiddelde TR	Sig.
Laag	4,0521	Midden	4,2244	0,515
		Hoog	4,4421	0,029*
Midden	4,2244	Laag	4,0521	0,515
		Hoog	4,4421	0,010*
Hoog	4,4421	Laag	4,0521	0,029*
		Midden	4,2244	0,010*

*Significant op 5% significantieniveau

Analyse technische opleiding

Voor een masterproef die gaat over het aanvaarden en gebruiken van nieuwe technologieën, is het interessant om te kijken of er verschillen zijn in technology readiness tussen mensen die een technische of technologische opleiding genoten en de mensen die geen technische achtergrond hebben. De Independent-Samples T test moet uitsluitsel brengen of het al dan niet hebben van een technische achtergrond een invloed heeft op iemands technology readiness. De twee groepen die we hier met elkaar vergelijken zijn mensen met technische opleiding en mensen zonder technische opleiding. In de dataset zitten 80 mensen met een technische opleiding en 344 mensen zonder technische opleiding.

Eerst wordt de Levene's Test uitgevoerd om eventuele verschillen in variantie op te merken tussen beide groepen. Tabel 14 toont dat onzekerheid en technology readiness een significantiewaarde hebben van lager dan 0,05. Dit betekent dat de variantie tussen mensen met en zonder een technische opleiding niet gelijk is. De significantiewaarden van optimisme, innovativiteit en discomfort zijn hoger dan 0,05. Dat betekent dat voor die drie dimensies de variantie tussen beide groepen gelijk is.

Tabel 14 Significantiewaarden Levene's test - technische scholing

	Levene's Statistic	Sig.
OPT	0,817	0,367
INN	0,007	0,935
DIS	1,112	0,292
ONZ	4,278	0,039*
TR	4,058	0,045*

*Significant op 5% significantieniveau

In tabel 15 wordt een overzicht gegeven van het gemiddelde, de standaardafwijking en de significantiewaarde voor elke dimensie van technology readiness. Er is een significant verschil in technology readiness tussen personen met of zonder technische opleiding ($t=4,578$; $p<0,001$). Personen met technische opleiding hebben een significant hogere technology readiness score (4,69) dan personen zonder technische opleiding (4,25). **H6** wordt **ondersteund**.

Voor de dimensies afzonderlijk is er geen significant verschil tussen beide groepen voor optimisme ($t=1,181$; $p=0,238$). Wel is er een significant verschil voor innovativiteit ($t=6,422$; $p<0,001$). Personen met een technische opleiding scoren significant hoger (4,66) op innovativiteit dan mensen zonder technische opleiding (3,65). Ook voor discomfort is er een significant verschil tussen beide groepen ($t=-2,650$; $p=0,008$). Personen met een technische opleiding scoren significant lager (3,14) dan personen zonder technische opleiding (3,49) voor de dimensie discomfort. Voor onzekerheid is er geen significant verschil tussen personen met of zonder technische opleiding ($t=-1,837$; $p=0,069$).

Tabel 15 Gemiddelde TR - technische scholing

Dimensie	Groep	Aantal	Gemiddelde	Std. Dev.	t	Sig.
OPT	Ja	80	5,4063	1,04819	1,181	0,238
	Nee	344	5,2631	0,95918		
INN	Ja	80	4,6625	1,31634	6,422	0,000*
	Nee	344	3,6541	1,25294		
DIS	Ja	80	3,1438	1,16161	-2,650	0,008*
	Nee	344	3,4949	1,04481		
ONZ	Ja	80	4,1375	1,15555	-1,837	0,069
	Nee	344	4,3932	0,96080		
TR	Ja	80	4,6969	0,79451	4,578	0,000*
	Nee	344	4,2573	0,67670		

*Significant op 5% significantieniveau

Analyse intentie

In de vragenlijst werd gepolst naar de intentie om binnen de vijf jaar een smart speaker, chromecast of smart deurbel aan te schaffen, en om binnen tien jaar een zelfrijdende auto aan te schaffen. Deze vraag werd geanalyseerd door vier lineaire regressieanalyses uit te voeren om de relatie tussen technology readiness en de intentie om deze technologieën te gebruiken, te testen.

Uit de resultaten weergegeven in tabel 16 blijkt dat technology readiness een significant positief effect heeft op de gebruiksententie van smart speakers ($t=7,314$; $p<0,001$), chromecasts ($t=6,460$; $p<0,001$), smart deurbellen ($t=3,690$; $p<0,001$) en zelfrijdende auto's ($t=4,461$; $p<0,001$). **H7**, **H8**, **H9** en **H10** worden **ondersteund**.

Een belangrijke kanttekening die bij deze tabel gemaakt moet worden, zijn de R^2 waarden. R^2 geeft in deze analyse aan hoeveel percent van de variantie in de gebruiksententie verklaard wordt. Voor een smart speaker werd 11,2% van de variantie in de gebruiksententie van een smart speaker verklaard. De R^2 waarden voor chromecast, smart deurbel en zelfrijdende auto zijn respectievelijk

9%, 3,1% en 4,5%. Deze lage percentages wijzen erop er meerdere factoren de intentie tot gebruik van een van deze technologieën verklaren.

Tabel 16 Lineaire regressieanalyses intentie

	Ongestandaardiseerd	Gestandaardiseerd	t	Sig.	R ²
Smart speaker					0,112
Constante	-0,261		-0,526	0,599	
TR	0,826	0,335	7,314	0,000*	
Chromecast					0,090
Constante	0,564		0,919	0,359	
TR	0,901	0,300	6,460	0,000*	
Smart deurbel					0,031
Constante	2,229		3,901	0,000*	
TR	0,479	0,177	3,690	0,000*	
Zelfrijdende auto					0,045
Constante	0,623		1,231	0,219	
TR	0,513	0,212	4,461	0,000*	

*Significant op 5% significantieniveau

Clusteranalyse

Parasuraman en Colby (2015) ontdekten dat consumenten op basis van hun scores op de dimensies van technology readiness konden onderverdeeld worden in vijf segmenten: skeptics, explorers, avoiders, pioniers en hesitators. Ook voor deze masterproef werd een clusteranalyse uitgevoerd om na te gaan hoeveel van de oorspronkelijke vijf clusters standhouden in deze dataset.

Op basis van de methode van Ward werd een hiërarchische clusteranalyse uitgevoerd om een dendrogram op te stellen die respondenten onderverdeelt in clusters. Deze clusters worden gevormd door de variantie binnen de clusters zo klein mogelijk te houden, terwijl de variantie tussen de verschillende clusters zo groot mogelijk is. Het dendrogram toonde duidelijk aan dat een vier-clusteroplossing de beste keuze is.

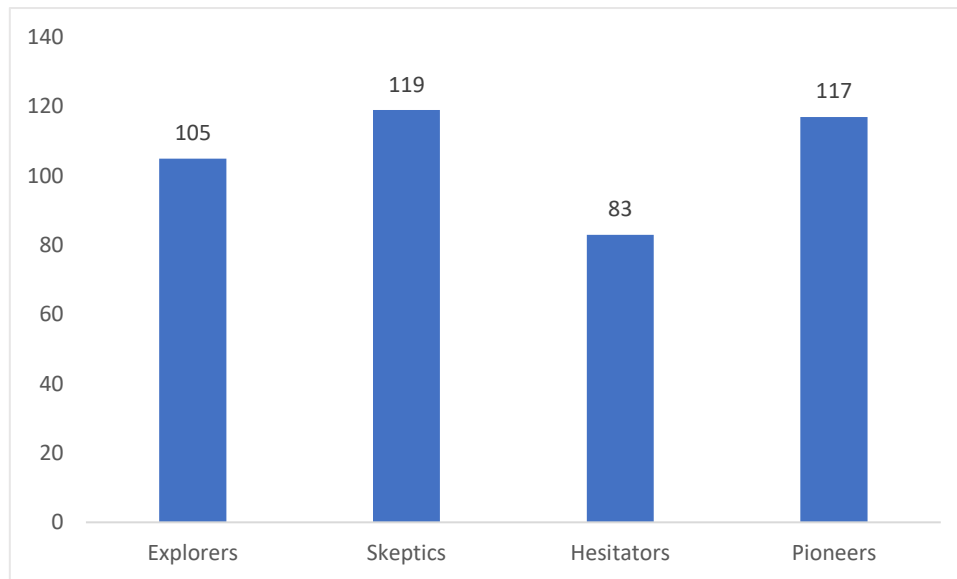
Aan de hand van een k-means clusteranalyse met $k = 4$ werden de respondenten onderverdeeld in de vier clusters. Tabel 17 geeft de gemiddelde clusterwaarden en de resultaten van de ANOVA test weer. De ANOVA test toont aan dat de vier clusters significant verschillend zijn van elkaar op 5% significantieniveau. Cluster 1 komt volledig overeen met het segment explorers en cluster 3 met het segment hesitators uit het onderzoek van Parasuraman en Colby (2015). Cluster 2 komt gedeeltelijk overeen met de skeptics. De enige dimensie die afwijkt ten opzichte van de skeptics is optimisme. Cluster 4 wijkt enkel af voor de dimensie discomfort in vergelijking met de pioniers uit de paper van Parasuraman en Colby (2015). Het enige segment dat deel uitmaakt van de studie van Parasuraman en Colby (2015), maar waarvoor geen cluster is ontdekt in deze clusteranalyse, is het segment avoiders.

Tabel 17 Clusteranalyse

	Cluster 1 Explorers	Cluster 2 Skeptics	Cluster 3 Hesitators	Cluster 4 Pioneers	F	Sig.
OPT	5,89	5,01	4,90	5,31	23,90	0,000*
INN	5,01	3,05	2,27	4,72	315,43	0,000*
DIS	2,50	2,92	4,50	4,02	158,28	0,000*
ONZ	3,45	4,11	4,98	4,93	86,60	0,000*
TR	5,24	4,26	3,42	4,27	341,88	0,000*

*Significant op 5% significantieniveau

In figuur 3 wordt de frequentieverdeling van de vier clusters grafisch voorgesteld. Het segment van de explorers bevat 105 respondenten (24,8%). De grootste cluster in deze dataset zijn de skeptics met 119 respondenten (28,1%). Er werden slechts 83 respondenten (19,6%) toegewezen aan het segment hesitators, waardoor dit het kleinste segment is. Tot slot zitten er 117 respondenten (27,6%) in het segment pioniers.



Figuur 3 Frequentieverdeling clusters

Aan elk van de vier clusters kunnen unieke demografische kenmerken toegewezen worden. Het segment met de hoogste technology readiness, explorers, is jonger, hooggeschoold, heeft meer personen met technische opleiding dan andere segmenten en bezit samen met de pioniers het meeste van de volgende technologieën: smartphone, tablet, smart TV, computer/laptop, e-reader en smartwatch. Het segment skeptics bestaat voornamelijk uit hooggeschoolde vrouwen die toch gemiddeld 3,8 technologieën in hun bezit hebben. De hesitators, het kleinste segment, zijn de groep twijfelaars met de laagste technology readiness. Deze groep bezit het minst aantal technologieën van alle segmenten en bestaat voor de helft uit 50+'ers en laag- en middengeschoolden. Vooral vrouwen maken deel uit van dit segment. Het segment pioniers bestaat uit zowel een groot aantal mannen en vrouwen, is jong en vooral laag- of middengeschoold, vaak met een technische opleiding en bezit gemiddeld gezien het hoogst aantal technologieën van alle segmenten.

Tabel 18 Demografische karakteristieken van de clusters

	Man (n)	Vrouw (n)	Leeftijd 50+ (%)	Hoog- geschoolden (%)	Technische scholing (%)	Aantal technologieën in bezit (n)
Explorers	50	55	31,4	75,2	33,3	4,0
Skeptics	30	89	40,3	67,2	10,9	3,8
Hesitators	18	65	49,4	50,6	7,2	3,6
Pioneers	44	73	34,2	39,3	22,2	4,1

Conclusie

Discussie

Het doel van deze masterproef was om de centrale onderzoeksvraag "In welke mate is iemand geneigd een nieuwe technologie te aanvaarden en gebruiken?" te beantwoorden. Hiervoor werden vier deelvragen opgesteld. De deelvragen "Wat is technology readiness?" en "Hoe wordt technology readiness gemeten?" werden gebruikt om het theoretisch kader van deze masterproef te schetsen en werden uitgebreid besproken in de literatuurstudie. Om een antwoord te vinden op de derde deelvraag, "Welke demografische factoren hebben een invloed op de technology readiness van een persoon?", werd een statistisch onderzoek uitgevoerd. Eerst werd er geanalyseerd welke demografische variabelen een invloed hebben op iemands technology readiness. Vervolgens werd onderzocht of technology readiness een effect heeft op de gebruikssintentie van enkele technologieën die nu of in de toekomst een belangrijke rol kunnen spelen in ons leven.

Geslacht was de eerste demografische variabele die onderzocht werd. Het onderzoek wees uit dat mannen significant hoger scoren op technology readiness dan vrouwen. Mannen scoren gemiddeld 4,55 op 7 voor technology readiness, terwijl vrouwen gemiddeld 4,23 scoren. Er bestaat echter niet voor elke dimensie afzonderlijk een significant verschil tussen mannen en vrouwen. Bij de motivators, optimisme en innovativiteit, is er enkel een significant verschil waar te nemen voor de dimensie innovativiteit. Voor innovativiteit scoren mannen significant hoger dan vrouwen met een gemiddelde score van 4,35 tegenover 3,58. Dit geeft aan dat mannen een positievere kijk hebben dan vrouwen tegenover technologische innovaties. Mannen behoren over het algemeen tot de eersten in hun vriendenkring om nieuwe technologieën aan te kopen wanneer deze op de markt verschijnen en blijven eerder op de hoogte van de nieuwste technologische ontwikkelingen in hun interessegebied.

Voor de inhibitors, discomfort en onzekerheid, valt er tussen mannen en vrouwen enkel een significant verschil op te tekenen voor discomfort. Vrouwen scoren significant hoger dan mannen op discomfort. De gemiddelde score voor discomfort is 3,52 voor vrouwen en 3,22 voor mannen. Dit leidt tot een lagere algemene technology readiness voor vrouwen, aangezien de inhibitor discomfort negatief gecorreleerd is met technology readiness. Vrouwen geven hiermee aan niet altijd even goed te begrijpen wat technische hulplijnen proberen uit te leggen. Ze hebben eerder een gevoel dat technologische systemen niet altijd ontworpen zijn om door gewone mensen gebruikt te worden. Voor onzekerheid is er geen significant verschil tussen beide groepen.

Een tweede demografische variabele die getest werd, is leeftijd. In deze masterproef werd er geen bewijs gevonden voor de invloed van leeftijd op technology readiness. Ondanks dat de literatuur deed vermoeden, is er voor deze dataset dus geen significante invloed van leeftijd op technology readiness waar te nemen.

Het opleidingsniveau van de respondenten was de derde demografische variabele die onderzocht werd. Hiervoor werd een onderscheid gemaakt tussen laaggeschoolden, middengeschoolden en hooggeschoolden. Er werd aangetoond dat er significante verschillen zijn tussen hooggeschoolden enerzijds, en laag- en middengeschoolden anderzijds. In beide gevallen scoorden hooggeschoolden significant hoger op technology readiness dan laag- en middengeschoolden. De gemiddelde

technology readiness score bedraagt 4,44 voor hogeschoolden, 4,22 voor middengeschoolden en 4,05 voor laaggeschoolden. Hierdoor kan geconcludeerd worden dat hogeschoolden eerder geneigd zijn een nieuwe technologie te aanvaarden en gebruiken dan laag- en middengeschoolden. Tussen middengeschoolden en laaggeschoolden is er geen significant verschil.

De laatste variabele die onderzocht werd, is het al dan niet hebben gevolgd van een technische opleiding. Personen met een technische opleiding hebben een significant hogere technology readiness dan personen zonder technische opleiding. Gemiddeld hebben personen met technische opleiding een score van 4,69 op technology readiness. Respondenten zonder technische opleiding hebben een gemiddelde score van 4,25. Voor de dimensie optimisme is er geen significant verschil tussen beide groepen. Op innovativiteit scoren personen met technische opleiding wel significant meer dan personen zonder technische opleiding, met een score van 4,66 tegenover 3,65. Respondenten met technische opleiding zijn meer overtuigd van technologische innovaties en zullen sneller geneigd zijn om een nieuwe technologie aan te schaffen wanneer deze gelanceerd wordt.

Ook voor discomfort is er een significant verschil tussen personen met of zonder technische opleiding. Personen zonder technische opleiding scoren gemiddeld 3,49 op discomfort, personen met technische opleiding 3,14. Dit toont aan dat personen zonder technische opleiding iets meer wantrouwig zijn tegenover technologische innovaties en vaker advies zullen vragen aan anderen over nieuwe technologieën dan mensen met technische opleiding. Personen met technische opleiding zullen sneller geneigd zijn nieuwe technologieën aan te schaffen, aangezien dit nauw aansluit bij hun interessegebied. Voor de laatste dimensie, onzekerheid, is er geen significant verschil tussen beide groepen.

Het onderzoek naar de invloed van technology readiness op de gebruiksintentie van smart speakers, chromecasts, smart deurbellen en zelfrijdende auto's wees uit dat technology readiness een significant positief effect heeft op de gebruiksintentie van deze vier technologieën. Dit betekent dat een hogere technology readiness leidt tot een hogere gebruiksintentie van een van deze technologieën.

Tabel 19 toont een overzicht van de hypothesen en de bijhorende conclusies die een antwoord bieden op de derde deelvraag. De demografische variabelen geslacht, opleidingsniveau en technisch opleidingsniveau hebben een statistisch significante invloed op de technology readiness van een individu. De hypothese omtrent leeftijd werd niet ondersteund, waardoor niet geconcludeerd kan worden dat leeftijd een invloed heeft op technology readiness. Verder werd er een significant positief effect gevonden tussen technology readiness en de gebruiksintentie van smart speakers, chromecasts, smart deurbellen en zelfrijdende auto's.

Tabel 19 *Hypotheses en conclusies*

Hypothese	Conclusie
H1: Mannen behalen gemiddeld een hogere technology readiness score dan vrouwen	Ondersteund
H2: Leeftijd heeft een negatief effect op technology readiness	Niet ondersteund

Tabel 19 (Vervolg)

H3: Hooggeschoolden behalen gemiddeld een hogere technology readiness score dan laaggeschoolden	Ondersteund
H4: Hooggeschoolden behalen gemiddeld een hogere technology readiness score dan middengeschoolden	Ondersteund
H5: Middengeschoolden behalen gemiddeld een hogere technology readiness score dan laaggeschoolden	Niet ondersteund
H6: Technisch geschoolden behalen gemiddeld een hogere technology readiness score dan niet-technisch geschoolden	Ondersteund
H7: Technology readiness is positief gerelateerd aan de gebruiksintentie van een smart speaker	Ondersteund
H8: Technology readiness is positief gerelateerd aan de gebruiksintentie van een chromecast	Ondersteund
H9: Technology readiness is positief gerelateerd aan de gebruiksintentie van een smart deurbel	Ondersteund
H10: Technology readiness is positief gerelateerd aan de gebruiksintentie van een zelfrijdende auto	Ondersteund

Het tweede deel van de statistische analyse bestaat uit een clusteranalyse die tevens een antwoord geeft op de laatste deelvraag: "Kunnen we segmenten onderscheiden op basis van de technology readiness en hoe kunnen we deze segmenten profileren op basis van socio-demografische factoren?" In tabel 20 worden de clusters van deze masterproef vergeleken met de segmenten van Parasuraman en Colby (2015). Cluster 1 komt volledig overeen met de explorers. Explorers scoren hoog op optimisme en innovativiteit (motivators) en laag op discomfort en onzekerheid (inhibitors), waardoor ze de cluster met de hoogste technology readiness zijn. Explorers zullen een van de eersten zijn die nieuwe technologieën aanvaarden en gebruiken. Dit segment bestaat vooral uit jonge, hooggeschoolde personen die vier van de zes bevraagde technologieën uit de vragenlijst in hun bezit hebben. 33,3% van de explorers heeft een technische opleiding genoten: het meeste van alle segmenten.

Cluster 2 komt nagenoeg volledig overeen met de skeptics. Het enige verschil is dat cluster 2 hoog scoort voor optimisme. Voor de overige drie dimensies scoort deze cluster wel laag, net als in het onderzoek van Parasuraman en Colby (2015). Skeptics scoren gemiddeld geen extreem hoge of lage waarden op de verschillende dimensies. De hoge score voor optimisme betekent dat ze het nut van

technologie inzien. De lage scores voor discomfort en onzekerheid wijzen erop dat de skeptics zich niet onzeker voelen bij het gebruiken van technologie. De weinig extreme waarden tonen aan dat skeptics zich eerder neutraal opstellen ten opzicht van technologieën. Dit segment bestaat voornamelijk uit hooggeschoolden eerder jonge vrouwen. Gemiddeld heeft elke individu van dit segment toch 3,8 van de bevroegde technologieën in hun bezit.

Cluster 3 uit het statistisch onderzoek van deze masterproef komt volledig overeen met het segment hesitators dat Parasuraman en Colby (2015) ontdekten tijdens hun clusteranalyse. Hesitators scoren extreem laag voor de dimensie innovativiteit, waardoor dit segment ook de laagste gemiddelde technology readiness heeft. Hesitators geven door hun lage score op innovativiteit en de hoge scores op discomfort en onzekerheid aan dat ze steun en geruststelling nodig hebben bij het gebruik van nieuwe technologieën. Zelf zullen hesitators nooit het eerste segment zijn dat een nieuwe technologie gaat aanvaarden en gebruiken. Door de hoge score op optimisme geven ze aan de waarde van technologie positief in te schatten. Dit segment bestaat vooral uit vrouwen van alle leeftijden en opleidingsniveaus en bezit gemiddeld slechts 3,6 van de technologieën die in de vragenlijst aan bod kwamen.

De laatste cluster die ontdekt werd in deze masterproef, en enkel op de dimensie discomfort na volledig overeenkomt met de pioniers van Parasuraman en Colby (2015), is cluster 4. Pioneers scoren zowel hoog op de motivators als inhibitors. In cluster 4 scoren de pioniers echter laag voor de inhibitor discomfort. Pioneers hebben gemiddeld de op één na hoogste technology readiness. De hoge score voor optimisme wijst op het feit dat pioniers positief zijn ingesteld ten opzichte van technologie. Ze zien het voordeel van technologie in en zijn te vinden voor technologische innovaties. Pioneers zullen vaak bij de eersten zijn om nieuwe technologieën aan te kopen. Ondanks dat ze snel nieuwe technologieën zullen aanschaffen, voelen pioniers zich vaak onzeker bij het gebruik van een nieuwe technologie. Het segment pioniers bestaat uit zowel mannen als vrouwen. Het is vooral een jonger segment met vaak een lage- of midden scholingsgraad. Meer dan 20% van de personen in dit segment heeft een technische opleiding genoten. Gemiddeld bezitten de pioniers het meest aantal technologieën.

Parasuraman en Colby (2015) vonden nog bewijs voor een vijfde segment in hun onderzoek: avoiders. In de dataset van deze masterproef werd er echter geen vijfde cluster ontdekt die overeenstemt met het segment avoiders.

Tabel 20 *Vergelijking clusters met segmenten Parasuraman en Colby (2015)*

	Masterproef					Parasuraman en Colby (2015)			
	OPT	INN	DIS	ONZ		OPT	INN	DIS	ONZ
Cluster 1	Hoog	Hoog	Laag	Laag	Explorers	Hoog	Hoog	Laag	Laag
Cluster 2	Hoog	Laag	Laag	Laag	Skeptics	Laag	Laag	Laag	Laag
Cluster 3	Hoog	Laag	Hoog	Hoog	Hesitators	Hoog	Laag	Hoog	Hoog
Cluster 4	Hoog	Hoog	Laag	Hoog	Pioneers	Hoog	Hoog	Hoog	Hoog

Beperkingen en aanbevelingen verder onderzoek

Deze masterproef heeft enkele beperkingen die kort toegelicht worden.

Op de eerste plaats is er geen sprake van een representatieve steekproef. De vragenlijst werd enkel online via social media verspreid. Hiervoor werden mijn persoonlijke social mediakanalen gebruikt, alsook deze van enkele vrienden en kennissen. Dit verklaart waarom onder andere de verhouding mannen en vrouwen niet evenredig verdeeld is. Aangezien de vragenlijst enkel online ingevuld kon worden, werd deze ook enkel ingevuld door mensen die toegang tot het internet hebben via computer/laptop, smartphone, tablet of ander toestel met online toegang. Vermoedelijk is dit een van de redenen waarom voor deze dataset leeftijd geen invloed heeft op technology readiness. Een suggestie voor verder onderzoek is om een representatieve dataset te gebruiken waarvoor data zowel online als offline via verschillende kanalen vergaard is.

De validiteit van de TRI in dit onderzoek werd gemeten aan de hand van AVE. De dimensie onzekerheid in deze masterproef is geen valide construct, aangezien de AVE slechts 0,43 is, terwijl de grens om van een valide construct te kunnen spreken op 0,50 ligt. Nadat de vier onderliggende stellingen van onzekerheid opgesplitst werden, werd de grens van 0,50 nog steeds niet bereikt. Mogelijk wijst dit erop dat de dimensie onzekerheid uit meerdere onderliggende dimensies bestaat.

Literatuurlijst

Blut, M., & Wang, C. (2020). Technology readiness: a meta-analysis of conceptualizations of the construct and its impact on technology usage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(4), 649-669.

Burton-Jones, A., & Hubona, G. S. (2006). The mediation of external variables in the technology acceptance model. *Information & Management*, 43, 706-717.

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.

Dutot, V. (2014). Adoption of social media using technology acceptance model: The generational effect. *International Journal of Technology and Human Interaction (IJTHI)*, 10(4), 18-35.

Elliott, K. M., & Hall, M. C. (2005). Assessing consumers' propensity to embrace self-servicetechnologies: are there gender differences?. *Marketing Management Journal*, 15(2).

FOD Economie. (2012). *Barometer van de informatiemaatschappij (2012)*. <https://economie.fgov.be/nl/publicaties>

FOD Economie. (2020). *Barometer van de informatiemaatschappij (2020)*. <https://economie.fgov.be/nl/publicaties>

Hilgard, E.R. & Bower, G.H. (1975), *Theories of Learning*.

Humbani, M., & Wiese, M. (2019). An integrated framework for the adoption and continuance intention to use mobile payment apps. *International Journal of Bank Marketing*.

Lee, J. W. (2010). The roles of demographics on the perceptions of electronic commerce adoption. *Academy of Marketing Studies Journal*, 14(1), 71-89.

Li, S., Glass, R., & Records, H. (2008). The influence of gender on new technology adoption and use-mobile commerce. *Journal of Internet Commerce*, 7(2), 270-289.

Lin, C. H., Shih, H. Y., & Sher, P. J. (2007). Integrating technology readiness into technology acceptance: The TRAM model. *Psychology & Marketing*, 24(7), 641-657.

Meuter, M. L., Bitner, M. J., Ostrom, A. L., & Brown, S. W. (2005). Choosing among alternative service delivery modes: An investigation of customer trial of self-service technologies. *Journal of marketing*, 69(2), 61-83.

Mick, D., & Fournier, S. (1998). Paradoxes of Technology: Consumer Cognizance, Emotions, and Coping Strategies. *Journal of Consumer Research*, 25(2).

Parasuraman, A. (2000). Technology Readiness Index (Tri). *Journal of Service Research*, 2(4), 307-320.

Parasuraman, A., & Colby, C. L. (2001). *Techno-ready marketing: How and why your customers adopt technology*. New York: Free Press.

- Parasuraman, A., & Colby, C. L. (2015). An Updated and Streamlined Technology Readiness Index. *Journal of Service Research, 18*(1), 59-74.
- Rainer Jr, R. K., Laosethakul, K., & Astone, M. K. (2003). Are gender perceptions of computing changing over time?. *Journal of Computer Information Systems, 43*(4), 108-114.
- Rojas-Méndez, J. I., Parasuraman, A., & Papadopoulos, N. (2017). Demographics, attitudes, and technology readiness: A cross-cultural analysis and model validation. *Marketing Intelligence & Planning.*
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). Measurement: scaling, reliability and validity. In *Research methods for business: a skill-building approach* (Seventh edition, pp. 220–224). Wiley.
- Statistiek Vlaanderen. (2021). *Bevolking naar onderwijsniveau (scholingsgraad)*. <https://www.statistiekvlaanderen.be/nl/bevolking-naar-onderwijsniveau-scholingsgraad>
- Tardieu, H., Daly, D., Esteban-Lauzán, J., Hall, J., & Miller, G. (2020). Technology Trends—Historical and Future Drivers of Change. In *Deliberately Digital* (pp. 29-38).
- Tarhini, A., Hone, K., & Liu, X. (2014). Measuring the moderating effect of gender and age on e-learning acceptance in England: A structural equation modeling approach for an extended technology acceptance model. *Journal of Educational Computing Research, 51*(2), 163-184.
- Teo, T. (2011). Factors influencing teachers' intention to use technology: Model development and test. *Computers & Education, 57*(4), 2432-2440.
- Tsikriktsis, N. (2004). A technology readiness-based taxonomy of customers: A replication and extension. *Journal of Service Research, 7*(1), 42-52.
- Walczuch, R., Lemmink, J., & Streukens, S. (2007). The effect of service employees' technology readiness on technology acceptance. *Information & Management, 44*(2), 206-215.

Bijlagen

Bijlage 1: TRI 1.0

TABLE 1
Item Pool Included in the National Technology Readiness Survey (NTRS)

Optimism

- OPT1 Technology gives people more control over their daily lives.*
OPT2 Products and services that use the newest technologies are much more convenient to use.*
OPT3 You like the idea of doing business via computers because you are not limited to regular business hours.*
OPT4 You prefer to use the most advanced technology available.*
OPT5 You like computer programs that allow you to tailor things to fit your own needs.*
OPT6 Technology makes you more efficient in your occupation.*
OPT7 You find new technologies to be mentally stimulating.*
OPT8 Technology gives you more freedom of mobility.
OPT9 Learning about technology can be as rewarding as the technology itself.
OPT10 You feel confident that machines will follow through with what you instructed them to do.
- Computers are easier to deal with than people performing the same service.*
 - You find you are doing more things now with advanced technology than a couple of years ago.*
 - You like the idea of doing business by computer because there is no person to pressure you.*
 - People can solve problems more effectively than computers. [reverse scored]
 - Society should not depend heavily on technology to solve its problems. [reverse scored]
 - People often become too dependent on technology to do things for them. [reverse scored]
 - The benefits of new technologies are often grossly overstated. [reverse scored]
 - People tell you that you are too optimistic about technology. [reverse scored]
 - You find that technology designed to make life easier usually has disappointing results. [reverse scored]
 - You want to see the benefits of technology demonstrated before you buy it. [reverse scored]

Innovativeness

- INN1 Other people come to you for advice on new technologies.*
INN2 It seems your friends are learning more about the newest technologies than you are. [reverse scored]*
INN3 In general, you are among the first in your circle of friends to acquire new technology when it appears.*
INN4 You can usually figure out new high-tech products and services without help from others.*
INN5 You keep up with the latest technological developments in your areas of interest.
INN6 You enjoy the challenge of figuring out high-tech gadgets.
INN7 You find you have fewer problems than other people in making technology work for you.
- You have avoided trying new high-tech things because of the time it takes to learn them. [reverse scored]*
 - You are always open to learning about new and different technologies.
 - There is no sense trying out new high-tech products when what you have already is working fine. [reverse scored]

Discomfort

- DIS1 Technical support lines are not helpful because they don't explain things in terms you understand.*
DIS2 Sometimes, you think that technology systems are not designed for use by ordinary people.*
DIS3 There is no such thing as a manual for a high-tech product or service that's written in plain language.*
DIS4 When you get technical support from a provider of a high-tech product or service, you sometimes feel as if you are being taken advantage of by someone who knows more than you do.*
DIS5 If you buy a high-tech product or service, you prefer to have the basic model over one with a lot of extra features.
DIS6 It is embarrassing when you have trouble with a high-tech gadget while people are watching.
DIS7 There should be caution in replacing important people-tasks with technology because new technology can breakdown or get disconnected.
DIS8 Many new technologies have health or safety risks that are not discovered until after people have used them.
DIS9 New technology makes it too easy for governments and companies to spy on people.
DIS10 Technology always seems to fail at the worst possible time.
- New technology is often too complicated to be useful.*
 - You get overwhelmed with how much you need to know to use the latest technology.*
 - With new technology, you too often risk paying a lot of money for something that is not worth much.*
 - It is helpful to have a new high-tech product or service explained to you by a knowledgeable person.
 - You find it limiting to use high-tech products that are designed to be overly simple. [reverse scored]
 - It is not really critical to have a detailed manual for a high-tech product or service. [reverse scored]
 - You like to try out all the special features available in a new high-tech product to see what they can do. [reverse scored]
 - People miss out on the benefits of technology when they delay a purchase for something better to come out. [reverse scored]
 - You feel you are usually in control of new technologies. [reverse scored]
 - When you have a problem with technology, you prefer to solve the problem on your own rather than call for help. [reverse scored]
 - The hassles of getting new technology to work for you usually makes it not worthwhile.

Insecurity

- INS1 You do not consider it safe giving out a credit card number over a computer.*
INS2 You do not consider it safe to do any kind of financial business online.*
INS3 You worry that information you send over the Internet will be seen by other people.*

TABLE 1 Continued

Insecurity

- INS4 You do not feel confident doing business with a place that can only be reached online.*
- INS5 Any business transaction you do electronically should be confirmed later with something in writing.*
- INS6 Whenever something gets automated, you need to check carefully that the machine or computer is not making mistakes.
- INS7 The human touch is very important when doing business with a company.
- INS8 When you call a business, you prefer to talk to a person rather than a machine.
- INS9 If you provide information to a machine or over the Internet, you can never be sure it really gets to the right place.*
- Revolutionary new technology is usually a lot safer than critics lead people to believe. [reverse scored]
 - A machine or computer is going to be a lot more reliable in doing a task than a person. [reverse scored]
 - It can be risky to switch to a revolutionary new technology too quickly.
 - If you purchased something from a machine using a credit card, you would usually NOT require a receipt. [reverse scored]
 - If you buy products that are too high-tech, you may get stuck without replacement parts or service.
 - Technological innovations always seem to hurt a lot of people by making their skills obsolete.

NOTE: Labels are shown only for items retained in the final Technology Readiness Index (TRI); bulleted items were included in the NTRS but eliminated during the scale-refinement process. Items with an asterisk at the end were included in the preliminary TR scale developed from the Sallie Mae study. The TRI is copyrighted by Rockbridge Associates and the author; its use requires written permission from the author.

Bijlage 2: TRI 2.0

TRI 2.0 (NTRS 2012) ^a	Scale Item (2012 Wording)	TRI 1.0 (NTRS 1999) ^b
Optimism		
OPT 1	New technologies contribute to a better quality of life	New item
OPT2	Technology gives me more freedom of mobility	OPT8
OPT3	Technology gives people more control over their daily lives	OPT1
OPT4	Technology makes me more productive in my personal life	New item
•	Technology gives people more freedom to live and work where they please	New item
•	I like technologies that allow me to tailor things to fit my own needs	OPT5
•	Technology makes me more efficient in my occupation	OPT6
•	I like the idea of doing business online because I am not limited to regular business hours	OPT3
•	I feel confident that technology-based systems will follow through with what I instruct them to do	OPT10
•	Products and services that use the newest technologies are much more convenient to use	OPT2
•	I rely on technology to keep up to date on topics I care about	New item
•	Communications technology and the Internet help people build stronger relationships	New item
Innovativeness		
INN1	Other people come to me for advice on new technologies	INN1
INN2	In general, I am among the first in my circle of friends to acquire new technology when it appears	INN3
INN3	I can usually figure out new high-tech products and services without help from others	INN4
INN4	I keep up with the latest technological developments in my areas of interest	INN5
•	I enjoy the challenge of figuring out high-tech gadgets	INN6
•	I find I have fewer problems than other people in making technology work for me	INN7
•	I prefer to use the most advanced technology available	OPT4
•	I find new technologies to be mentally stimulating	OPT7
•	Learning about technology can be as rewarding as the technology itself	OPT9
Discomfort		
DIS1	When I get technical support from a provider of a high-tech product or service, I sometimes feel as if I am being taken advantage of by someone who knows more than I do	DIS4
DIS2	Technical support lines are not helpful because they don't explain things in terms I understand	DIS1
DIS3	Sometimes, I think that technology systems are not designed for use by ordinary people	DIS2
DIS4	There is no such thing as a manual for a high-tech product or service that's written in plain language	DIS3
•	It is embarrassing when I have trouble with a high-tech gadget while people are watching	DIS6
•	If you provide information to a technology-based system, you can never be sure it really gets to the right place	INS9
•	It seems my friends are learning more about the newest technologies than I am	INN2
•	There should be caution in replacing important people tasks with technology because new technology is not dependable	DIS7
•	I do not consider it safe to do business online	INS2
•	Technology always seems to fail at the worst possible time	DIS10
•	Many new technologies have health or safety risks that are not discovered until after people have used them	DIS8
•	If I buy a high-tech product or service, I prefer to have the basic model over one with a lot of extra features	DIS5
•	In my circle of friends, people are admired more if they own the latest gadgets	New item
Insecurity		
INS1	People are too dependent on technology to do things for them	New item
INS2	Too much technology distracts people to a point that is harmful	New item
INS3	Technology lowers the quality of relationships by reducing personal interaction	New item
INS4	I do not feel confident doing business with a place that can only be reached online	INS4
•	I worry that information I make available over the Internet may be misused by others	INS3
•	The human touch is very important when doing business with a company	INS7
•	When I call a business, I prefer talking to a person rather than interacting with an automated system	INS8
•	Whenever something gets automated, you need to check carefully that the system is not making mistakes	INS6
•	Any business transaction you do electronically should be confirmed later with a separate communication	INS5
•	New technology makes it too easy for governments and companies to spy on people	DIS9
•	I do not consider it safe to provide personal information over the Internet	INS1

Bijlage 3: Vragenlijst

Technology Readiness Index

Survey Flow

Block: Intro (1 Question)
Standard: Toestemming (2 Questions)
Standard: Screeningsvraag (1 Question)
Standard: Optimisme (1 Question)
Standard: Innovativiteit (1 Question)
Standard: Discomfort (1 Question)
Standard: Onzekerheid (1 Question)
Standard: Bezit (1 Question)
Standard: Intentie (8 Questions)
Standard: Voorgaande ervaring (1 Question)
Standard: Demografische vragen (5 Questions)

Page Break

Start of Block: Intro

Q1

Beste deelnemer

Ik ben student Toegepaste Economische Wetenschappen aan de Universiteit Hasselt. In het kader van mijn masterproef doe ik onderzoek naar de acceptatie van technologieën bij Limburgers. Uw mening is van belang. Er zijn dus geen foute antwoorden. Uw gegevens worden strikt vertrouwelijk behandeld.

Het invullen van de enquête zal maximaal 10 minuten duren.

Alvast bedankt!

Thibaut Gerard

Master Toegepaste Economische Wetenschappen

End of Block: Intro

Start of Block: Toestemming

Q2

Vooraleer u toestemt mee te werken aan dit onderzoek is het belangrijk om onderstaand toestemmingsformulier grondig door te nemen.

Doel van het onderzoek Het doel van dit onderzoek is inzicht krijgen in de acceptatie van technologieën bij Limburgers. Onderzoeksopzet Het onderzoek bestaat uit een online enquête waarin u enkele vragen over technologie dient te beantwoorden. De enquête zal maximaal 10 minuten duren. Opdrachtgever van het onderzoek Deze studie gebeurt in opdracht van Universiteit Hasselt, in het kader van een masterproef. Vrijwillige deelname Uw deelname aan dit onderzoek is volledig vrijwillig. Indien u wenst deel te nemen aan het onderzoek, wordt er gevraagd om onderaan op de volgende pagina 'Ik stem hiermee in, ik wens deel te nemen aan de studie' aan te klikken. Het aanklikken van deze stelling geeft enkel aan dat u het formulier heeft doorgelezen en wenst deel te nemen, maar behoudt u niet van het recht om op ieder ogenblik de deelname stop te zetten zonder dat u hiervoor een reden hoeft te vermelden. Privacy Zowel uw deelname als

persoonlijke gegevens worden strikt vertrouwelijk behandeld. Onder geen enkel beding zullen uw persoonlijke gegevens openbaar gemaakt worden. De informatie over u zal elektronisch of manueel verwerkt en geanalyseerd worden. U beschikt over het recht de door u verzamelde gegevens op te vragen ter controle en eventuele aanpassingen aan te vragen. U kan deze gegevens opvragen of aanpassen door een e-mail te versturen naar Thibaut Gerard (thibaut.gerard@student.uhasselt.be). Contactpersonen in geval van vragen betreffende het onderzoek

Indien u nog verdere vragen heeft met betrekking tot het onderzoek of uw rechten als deelnemer, aarzel dan niet om contact op te nemen met Thibaut Gerard (thibaut.gerard@student.uhasselt.be).

Page Break

Q3

Hierbij bevestig ik, dat ik over het onderzoek ben ingelicht en een kopie van het “Toestemmingsformulier” ontvangen heb (Klik [hier](#) om het toestemmingsformulier te downloaden). Ik heb de informatie gelezen en begrepen. De onderzoeker heeft mij voldoende informatie gegeven met betrekking tot de doelen, inhoud en duur van het onderzoek. Bovendien werd mij voldoende tijd gegeven om de informatie te overwegen en om vragen te stellen, waarop ik bevredigende antwoorden gekregen heb. Ik heb begrepen dat ik mijn deelname aan deze studie op elk ogenblik mag stopzetten, zonder dat dit mij enig nadeel kan berokkenen. Ik ga akkoord met de verzameling, de verwerking en het gebruik van deze gegevens voor het beschreven onderzoeksdoel. Ik stem geheel vrijwillig toe om deel te nemen aan dit onderzoek.

- Ik stem hiermee in, ik wens deel te nemen aan de studie. (1)
- Ik stem hier niet mee in, ik wens niet deel te nemen aan de studie. (2)

Skip To: End of Survey If Hierbij bevestig ik, dat ik over het onderzoek ben ingelicht en een kopie van het “Toestemmings... = Ik stem hier niet mee in, ik wens niet deel te nemen aan de studie.

End of Block: Toestemming

Start of Block: Screeningsvraag

Q4 Woont u in de provincie Limburg?

- Ja (1)
- Nee (2)

Skip To: End of Survey If Woont u in de provincie Limburg? = Nee

End of Block: Screeningsvraag

Start of Block: Optimisme

Q5 Gelieve aan te geven in welke mate u al dan niet akkoord bent met onderstaande stellingen.

	Helemaal niet akkoord (1)	Niet akkoord (2)	Eerder niet akkoord (3)	Noch niet akkoord, noch akkoord (4)	Eerder akkoord (5)	Akkoord (6)	Helemaal akkoord (7)
Nieuwe technologieën dragen bij tot een betere levenskwaliteit. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Technologie geeft me meer bewegingsvrijheid. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Technologie geeft mensen meer controle over hun dagelijks leven. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Technologie verhoogt mijn productiviteit in mijn dagelijks leven. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

End of Block: Optimisme

Start of Block: Innovativiteit

Q6 Gelieve aan te geven in welke mate u al dan niet akkoord bent met onderstaande stellingen.

	Helemaal niet akkoord (1)	Niet akkoord (2)	Eerder niet akkoord (3)	Noch niet akkoord, noch akkoord (4)	Eerder akkoord (5)	Akkoord (6)	Helemaal akkoord (7)
Andere mensen vragen mij advies over nieuwe technologieën. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Over het algemeen behoor ik tot de eersten in mijn vriendenkring om een nieuwe technologie te kopen wanneer deze op de markt komt. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meestal begrijp ik nieuwe hoogtechnologische producten en diensten zonder de hulp van anderen. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik blijf op de hoogte van de nieuwste technologische ontwikkelingen in mijn interessegebied. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

End of Block: Innovativiteit

Start of Block: Discomfort

Q7 Gelieve aan te geven in welke mate u al dan niet akkoord bent met onderstaande stellingen.

	Helemaal niet akkoord (1)	Niet akkoord (2)	Eerder niet akkoord (3)	Noch niet akkoord, noch akkoord (4)	Eerder akkoord (5)	Akkoord (6)	Helemaal akkoord (7)
Wanneer ik technische ondersteuning krijg van een aanbieder van een technologisch product of dienst, heb ik soms het gevoel dat er van mij misbruik wordt gemaakt door iemand die meer weet dan ik. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Technische hulplijnen zijn niet nuttig omdat ze termen gebruiken die ik niet begrijp. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soms denk ik dat technologische systemen niet zijn ontworpen om door gewone mensen gebruikt te worden. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er bestaat geen handleiding voor een technologisch product of dienst die in een begrijpelijke taal geschreven is. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q8 Gelieve aan te geven in welke mate u al dan niet akkoord bent met onderstaande stellingen.

	Helemaal niet akkoord (1)	Niet akkoord (2)	Eerder niet akkoord (3)	Noch niet akkoord, noch akkoord (4)	Eerder akkoord (5)	Akkoord (6)	Helemaal akkoord (7)
Mensen zijn te afhankelijk van technologie om dingen voor hen uit te voeren. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Te veel technologie leidt mensen zodanig af dat het schadelijk is. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Technologie verlaagt de kwaliteit van relaties doordat het de persoonlijke interactie vermindert. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik voel mij onzeker wanneer ik zaken doe met een bedrijf dat enkel online bereikbaar is. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Start of Block: Bezit

Q9 Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën.

	Ik bezit of gebruik momenteel een ... (1)	Ik ben van plan een ... aan te schaffen binnen de 24 maanden. (2)	Ik ben niet van plan een ... aan te schaffen binnen de 24 maanden. (3)
Smartphone (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tablet (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Smart TV (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Computer/laptop (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E-reader (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Smartwatch (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

End of Block: Bezit

Start of Block: Intentie

Q10

De volgende vragen gaan dieper in op vier technologieën. De eerste vraag gaat over een smart speaker. Een smart speaker is een draadloze speaker met daarin een virtual assistent. Door middel van stembediening kan u vragen stellen (bv. 'Wat is de temperatuur in huis?') en opdrachten geven (bv. 'Zet alle lampen uit.'). Indien u niet weet wat een smart speaker is, kan u hieronder een korte video bekijken.

Q11 Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende vijf jaar een smart speaker zal aanschaffen?

- Zeer onwaarschijnlijk (1)
- Onwaarschijnlijk (2)
- Eerder onwaarschijnlijk (3)
- Noch onwaarschijnlijk, noch waarschijnlijk (4)
- Eerder waarschijnlijk (5)
- Waarschijnlijk (6)
- Zeer waarschijnlijk (7)

Page Break

Q12

De volgende vraag gaat over een chromecast. Een chromecast is een apparaat waarmee u via uw smartphone of tablet beelden en muziek kan verzenden naar uw TV. Indien u niet weet wat een chromecast is, kan u hieronder een korte video bekijken.

Q13 Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende vijf jaar een chromecast zal aanschaffen?

- Zeer onwaarschijnlijk (1)
 - Onwaarschijnlijk (2)
 - Eerder onwaarschijnlijk (3)
 - Noch onwaarschijnlijk, noch waarschijnlijk (4)
 - Eerder waarschijnlijk (5)
 - Waarschijnlijk (6)
 - Zeer waarschijnlijk (7)
-

Page Break

Q14

De volgende vraag gaat over een smart deurbel. Een smart deurbel is een deurbel die beschikt over een camera en een app op uw smart device. Via uw app ontvangt u een pushbericht op het moment dat er wordt aangebeld. Indien u niet weet wat een smart deurbel is, kan u hieronder een korte video bekijken.

Q15 Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende vijf jaar een smart deurbel zal aanschaffen?

- Zeer onwaarschijnlijk (1)
 - Onwaarschijnlijk (2)
 - Eerder onwaarschijnlijk (3)
 - Noch onwaarschijnlijk, noch waarschijnlijk (4)
 - Eerder waarschijnlijk (5)
 - Waarschijnlijk (6)
 - Zeer waarschijnlijk (7)
-

Page Break

Q16

De laatste vraag gaat over een zelfrijdende auto. Een zelfrijdende auto is een voertuig dat wordt bestuurd door een automatische chauffeur die in staat is om de wagen met behulp van artificiële intelligentie van één punt naar een ander punt te brengen zonder tussenkomst van een mens. Hieronder kan u een voorbeeld terugvinden.

Q17 Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende tien jaar een zelfrijdende auto zal aanschaffen?

- Zeer onwaarschijnlijk (1)
 - Onwaarschijnlijk (2)
 - Eerder onwaarschijnlijk (3)
 - Noch onwaarschijnlijk, noch waarschijnlijk (4)
 - Eerder waarschijnlijk (5)
 - Waarschijnlijk (6)
 - Zeer waarschijnlijk (7)
-

Page Break

End of Block: Intentie

Start of Block: Voorgaande ervaring

Q18 Gelieve aan te geven in welke mate u al dan niet akkoord bent met onderstaande stellingen.

	Helemaal niet akkoord (1)	Niet akkoord (2)	Eerder niet akkoord (3)	Noch niet akkoord, noch akkoord (4)	Eerder akkoord (5)	Akkoord (6)	Helemaal akkoord (7)
Ik gebruik regelmatig technologieën. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb weinig ervaring met het gebruik van technologieën. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik gebruik veel technologiegebaseerde producten en diensten. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

End of Block: Voorgaande ervaring

Start of Block: Demografische vragen

Q19 Met welk geslacht identificeert u zich?

- Man (1)
- Vrouw (2)



Q20 Wat is uw leeftijd?

Q21 Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is.

- Ik studeer (1)
 - Ik werk voltijds (2)
 - Ik werk deeltijds (3)
 - Ik ben werkloos (4)
 - Ik ben met pensioen (5)
 - Andere (6) _____
-

Q22 Wat is uw hoogst behaalde diploma?

- Geen (1)
 - Lager onderwijs (2)
 - Middelbaar onderwijs (3)
 - Professionele bachelor (4)
 - Academische bachelor (5)
 - Master (6)
 - Doctoraat (7)
 - Andere (8) _____
-

Q23 Heeft u een technologische/technische opleiding gehad?

Ja (1)

Nee (2)

End of Block: Demografische vragen

Bijlage 4: SPSS Output

Frequentietabellen steekproef

```
FREQUENCIES VARIABLES=Geslacht  
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

Statistics

Met welk geslacht identificeert u
zich?

N	Valid	424
	Missing	0

Met welk geslacht identificeert u zich?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Man	142	33,5	33,5	33,5
	Vrouw	282	66,5	66,5	100,0
	Total	424	100,0	100,0	


```

FREQUENCIES VARIABLES=Leeftijd
  /STATISTICS=MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frequencies

Statistics

Wat is uw leeftijd?

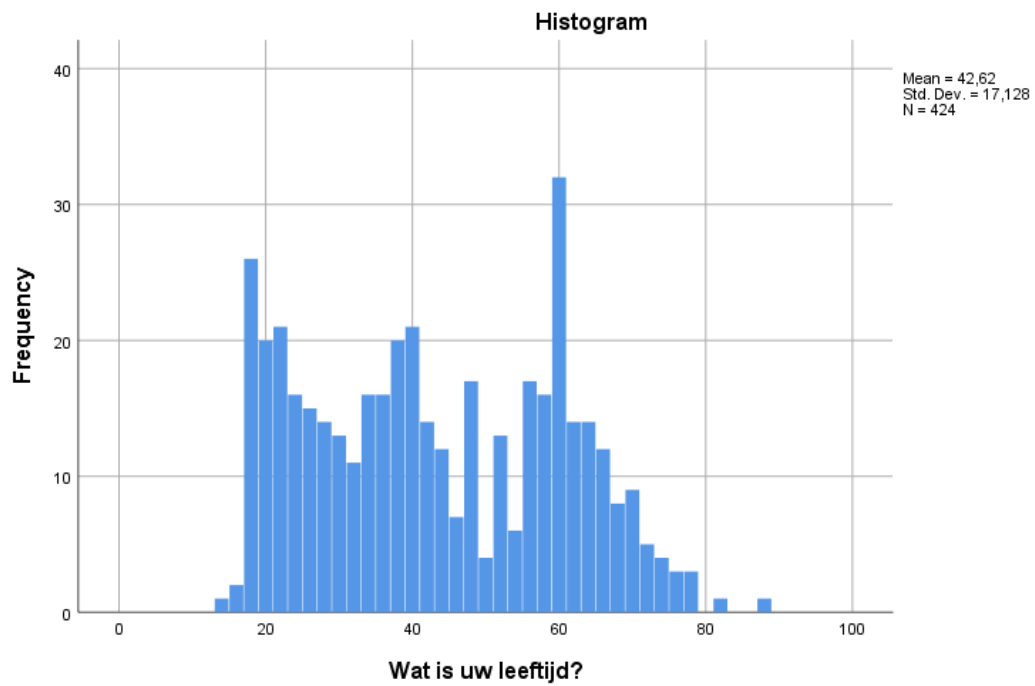
N	Valid	424
	Missing	0
Mean		42,63
Median		40,50
Mode		60
Minimum		14
Maximum		87

Wat is uw leeftijd?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	14	1	,2	,2	,2
	16	2	,5	,5	,7
	17	7	1,7	1,7	2,4
	18	19	4,5	4,5	6,8
	19	12	2,8	2,8	9,7
	20	8	1,9	1,9	11,6
	21	11	2,6	2,6	14,2
	22	10	2,4	2,4	16,5
	23	7	1,7	1,7	18,2
	24	9	2,1	2,1	20,3
	25	8	1,9	1,9	22,2
	26	7	1,7	1,7	23,8
	27	8	1,9	1,9	25,7
	28	6	1,4	1,4	27,1
	29	7	1,7	1,7	28,8
	30	6	1,4	1,4	30,2
	31	7	1,7	1,7	31,8
	32	4	,9	,9	32,8
	33	7	1,7	1,7	34,4
	34	9	2,1	2,1	36,6
35	12	2,8	2,8	39,4	
36	4	,9	,9	40,3	

37	11	2,6	2,6	42,9
38	9	2,1	2,1	45,0
39	11	2,6	2,6	47,6
40	10	2,4	2,4	50,0
41	9	2,1	2,1	52,1
42	5	1,2	1,2	53,3
43	4	,9	,9	54,2
44	8	1,9	1,9	56,1
45	3	,7	,7	56,8
46	4	,9	,9	57,8
47	9	2,1	2,1	59,9
48	8	1,9	1,9	61,8
50	4	,9	,9	62,7
51	7	1,7	1,7	64,4
52	6	1,4	1,4	65,8
53	2	,5	,5	66,3
54	4	,9	,9	67,2
55	10	2,4	2,4	69,6
56	7	1,7	1,7	71,2
57	6	1,4	1,4	72,6
58	10	2,4	2,4	75,0
59	9	2,1	2,1	77,1
60	23	5,4	5,4	82,5
61	7	1,7	1,7	84,2
62	7	1,7	1,7	85,8
63	7	1,7	1,7	87,5
64	7	1,7	1,7	89,2
65	7	1,7	1,7	90,8
66	5	1,2	1,2	92,0
67	3	,7	,7	92,7
68	5	1,2	1,2	93,9
69	2	,5	,5	94,3
70	7	1,7	1,7	96,0
71	2	,5	,5	96,5
72	3	,7	,7	97,2
73	2	,5	,5	97,6
74	2	,5	,5	98,1
75	2	,5	,5	98,6
76	1	,2	,2	98,8
77	2	,5	,5	99,3
78	1	,2	,2	99,5

81	1	,2	,2	99,8
87	1	,2	,2	100,0
Total	424	100,0	100,0	



FREQUENCIES VARIABLES=Beroep
/ORDER=ANALYSIS .

Statistics

Gelieve aan te duiden wat voor u
van toepassing is. - Selected

Choice

N	Valid	424
	Missing	0

Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is. - Selected Choice

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ik studeer	68	16,0	16,0	16,0
	Ik werk voltijds	201	47,4	47,4	63,4
	Ik werk deeltijds	59	13,9	13,9	77,4
	Ik ben werkloos	3	,7	,7	78,1
	Ik ben met pensioen	66	15,6	15,6	93,6
	Andere	27	6,4	6,4	100,0
	Total	424	100,0	100,0	

FREQUENCIES VARIABLES=Beroep_andere
/ORDER=ANALYSIS .

Statistics

Beroep_andere

N	Valid	13
	Missing	411

Beroep_andere

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ik studeer	2	,5	15,4	15,4
	Ik werk voltijds	1	,2	7,7	23,1
	Ik werk deeltijds	1	,2	7,7	30,8
	Ik ben werkloos	1	,2	7,7	38,5
	Ik ben met pensioen	2	,5	15,4	53,8
	Zelfstandig	5	1,2	38,5	92,3
	Ziekteverlof	1	,2	7,7	100,0
	Total	13	3,1	100,0	
Missing	System	411	96,9		
Total		424	100,0		

FREQUENCIES VARIABLES=Diploma
 /ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Statistics

Wat is uw hoogst behaalde
 diploma? - Selected Choice

N	Valid	424
	Missing	0

Wat is uw hoogst behaalde diploma? - Selected Choice

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Geen	2	,5	,5	,5
	Lager onderwijs	22	5,2	5,2	5,7
	Middelbaar onderwijs	146	34,4	34,4	40,1
	Professionele bachelor	143	33,7	33,7	73,8
	Academische bachelor	36	8,5	8,5	82,3
	Master	54	12,7	12,7	95,0
	Doctoraat	1	,2	,2	95,3
	Andere	20	4,7	4,7	100,0
	Total	424	100,0	100,0	

FREQUENCIES VARIABLES=Diploma_andere
 /ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Statistics

Diploma_andere

N	Valid	16
	Missing	408

Diploma_andere

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Middelbaar onderwijs	3	,7	18,8	18,8
	Professionele bachelor	6	1,4	37,5	56,3
	Master	4	,9	25,0	81,3
	Graduaat	3	,7	18,8	100,0
	Total	16	3,8	100,0	
Missing	System	408	96,2		
Total		424	100,0		

FREQUENCIES VARIABLES=TechOpleiding
 /ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Statistics

Heeft u een
 technologische/technische
 opleiding gehad?

N	Valid	424
	Missing	0

Heeft u een technologische/technische opleiding gehad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ja	80	18,9	18,9	18,9
	Nee	344	81,1	81,1	100,0
	Total	424	100,0	100,0	

Betrouwbaarheid en validiteit

RELIABILITY

```
/VARIABLES=OPT_1 OPT_2 OPT_3 OPT_4  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA  
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	424	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	424	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,800	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
OPT_1	15,56	9,954	,622	,750
OPT_2	15,91	8,930	,665	,724
OPT_3	16,00	9,340	,608	,752
OPT_4	16,01	8,423	,582	,774


```

RELIABILITY
/VARIABLES=INN_1 INN_2 INN_3 INN_4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	424	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	424	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,826	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
INN_1	11,57	16,156	,663	,775
INN_2	12,20	16,843	,672	,771
INN_3	11,39	15,908	,650	,782
INN_4	10,98	17,846	,625	,793

RELIABILITY

```

/VARIABLES=DIS_1 DIS_2 DIS_3 DIS_4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	424	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	424	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,744	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DIS_1	10,44	13,150	,341	,786
DIS_2	10,32	10,782	,627	,634
DIS_3	10,17	10,110	,644	,620
DIS_4	10,21	11,136	,554	,675

RELIABILITY

```

/VARIABLES=ONZ_1 ONZ_2 ONZ_3 ONZ_4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	424	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	424	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,640	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ONZ_1	13,00	11,381	,374	,603
ONZ_2	13,15	9,361	,555	,474
ONZ_3	12,68	9,433	,509	,505
ONZ_4	13,30	10,467	,279	,684

```

FACTOR
  /VARIABLES OPT_1 OPT_2 OPT_3 OPT_4 INN_1 INN_2 INN_3 INN_4 DIS_1 DIS_2
DIS_3 DIS_4 ONZ_1 ONZ_2
  ONZ_3 ONZ_4
  /MISSING LISTWISE
  /ANALYSIS OPT_1 OPT_2 OPT_3 OPT_4 INN_1 INN_2 INN_3 INN_4 DIS_1 DIS_2
DIS_3 DIS_4 ONZ_1 ONZ_2
  ONZ_3 ONZ_4
  /PRINT INITIAL EXTRACTION ROTATION
  /CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
  /EXTRACTION PC
  /CRITERIA ITERATE(25)
  /ROTATION VARIMAX
  /METHOD=CORRELATION.

```

Factor Analysis

Communalities

	Initial	Extraction
OPT_1	1,000	,639
OPT_2	1,000	,722
OPT_3	1,000	,623
OPT_4	1,000	,573
INN_1	1,000	,671
INN_2	1,000	,707
INN_3	1,000	,700
INN_4	1,000	,628
DIS_1	1,000	,418
DIS_2	1,000	,658
DIS_3	1,000	,682
DIS_4	1,000	,584
ONZ_1	1,000	,607
ONZ_2	1,000	,722
ONZ_3	1,000	,552
ONZ_4	1,000	,311

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,084	25,527	25,527	4,084	25,527	25,527	2,721	17,005	17,005
2	2,386	14,911	40,439	2,386	14,911	40,439	2,617	16,355	33,360
3	2,082	13,013	53,451	2,082	13,013	53,451	2,576	16,100	49,459
4	1,245	7,781	61,233	1,245	7,781	61,233	1,884	11,774	61,233
5	,867	5,418	66,651						
6	,752	4,703	71,354						
7	,679	4,247	75,601						
8	,587	3,666	79,267						
9	,513	3,209	82,476						
10	,495	3,092	85,568						
11	,447	2,794	88,361						
12	,420	2,623	90,984						
13	,406	2,536	93,521						
14	,364	2,277	95,797						
15	,346	2,162	97,959						
16	,327	2,041	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
OPT_1	,579	,452	-,249	,194
OPT_2	,453	,537	-,390	,276
OPT_3	,452	,514	-,274	,282
OPT_4	,567	,440	-,234	,059
INN_1	,554	,154	,568	-,135
INN_2	,620	,249	,424	-,285
INN_3	,579	,029	,602	,038
INN_4	,620	,141	,424	-,210
DIS_1	-,294	,406	,332	-,237
DIS_2	-,521	,536	-,013	-,314
DIS_3	-,517	,574	-,076	-,283
DIS_4	-,464	,569	-,108	-,182
ONZ_1	-,289	,267	,342	,579
ONZ_2	-,485	,159	,522	,435
ONZ_3	-,513	,153	,404	,321
ONZ_4	-,431	,321	,115	-,091

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
OPT_1	,187	,767	-,077	-,101
OPT_2	,002	,848	,002	-,051
OPT_3	,081	,785	-,011	,010
OPT_4	,227	,696	-,016	-,192
INN_1	,809	,088	-,083	,030
INN_2	,803	,189	,015	-,161
INN_3	,777	,070	-,265	,143
INN_4	,762	,148	-,097	-,128
DIS_1	,213	-,121	,569	,185
DIS_2	-,128	-,033	,799	,054
DIS_3	-,174	,032	,805	,050
DIS_4	-,195	,108	,726	,088
ONZ_1	-,034	,092	,081	,768
ONZ_2	,003	-,209	,182	,803
ONZ_3	-,068	-,219	,240	,665
ONZ_4	-,084	-,098	,499	,212

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

a. Rotation converged in 6 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4
1	,589	,512	-,513	-,357
2	,186	,643	,714	,203
3	,734	-,431	,048	,524
4	-,283	,372	-,474	,746

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

```

FACTOR
/VARIABLES ONZ_1 ONZ_2 ONZ_3 ONZ_4
/MISSING LISTWISE
/ANALYSIS ONZ_1 ONZ_2 ONZ_3 ONZ_4
/PRINT INITIAL EXTRACTION ROTATION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/CRITERIA ITERATE(25)
/ROTATION VARIMAX
/METHOD=CORRELATION.

```

Factor Analysis

Communalities

	Initial	Extraction
ONZ_1	1,000	,442
ONZ_2	1,000	,688
ONZ_3	1,000	,603
ONZ_4	1,000	,254

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Total	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings		
		% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,988	49,694	49,694	1,988	49,694	49,694
2	,900	22,503	72,198			
3	,685	17,125	89,322			
4	,427	10,678	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
ONZ_1	,665
ONZ_2	,830

ONZ_3	,777
ONZ_4	,504

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.
a. 1 components
extracted.

Correlaties

DESCRIPTIVES VARIABLES=GEM_OPT GEM_INN GEM_DIS GEM_ONZ TR
/STATISTICS=MEAN STDDEV KURTOSIS SKEWNESS.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
GEM_OPT	424	5,2901	,97691	-,833	,119	,958	,237
GEM_INN	424	3,8443	1,32386	,052	,119	-,574	,237
GEM_DIS	424	3,4287	1,07522	,348	,119	,083	,237
GEM_ONZ	424	4,3449	1,00397	-,201	,119	,067	,237
TR	424	4,3402	,72032	,023	,119	,383	,237
Valid N (listwise)	424						

CORRELATIONS

/VARIABLES=GEM_OPT GEM_INN GEM_DIS GEM_ONZ TR
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		GEM_OPT	GEM_INN	GEM_DIS	GEM_ONZ	TR
GEM_OPT	Pearson Correlation	1	,295**	-,071	-,257**	,591**
	Sig. (2-tailed)		,000	,144	,000	,000
	N	424	424	424	424	424
GEM_INN	Pearson Correlation	,295**	1	-,234**	-,168**	,705**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000
	N	424	424	424	424	424
GEM_DIS	Pearson Correlation	-,071	-,234**	1	,417**	-,650**
	Sig. (2-tailed)	,144	,000		,000	,000
	N	424	424	424	424	424
GEM_ONZ	Pearson Correlation	-,257**	-,168**	,417**	1	-,669**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000
	N	424	424	424	424	424
TR	Pearson Correlation	,591**	,705**	-,650**	-,669**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	424	424	424	424	424

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Analyse geslacht

```
T-TEST GROUPS=Geslacht(1 2)  
/MISSING=ANALYSIS  
/VARIABLES=GEM_OPT GEM_INN GEM_DIS GEM_ONZ TR  
/CRITERIA=CI (.95) .
```

T-Test

Group Statistics

	Met welk geslacht identificeert u zich?	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
GEM_OPT	Man	142	5,3750	1,06847	,08966
	Vrouw	282	5,2473	,92645	,05517
GEM_INN	Man	142	4,3556	1,34294	,11270
	Vrouw	282	3,5869	1,23882	,07377
GEM_DIS	Man	142	3,2289	1,07085	,08986
	Vrouw	282	3,5293	1,06517	,06343
GEM_ONZ	Man	142	4,2676	1,07257	,09001
	Vrouw	282	4,3839	,96723	,05760
TR	Man	142	4,5585	,77921	,06539
	Vrouw	282	4,2303	,66346	,03951

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means			
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
GEM_OPT	Equal variances assumed	4,646	,032	1,271	422	,204	,12766
	Equal variances not assumed			1,213	249,991	,226	,12766
GEM_INN	Equal variances assumed	1,471	,226	5,862	422	,000	,76875
	Equal variances not assumed			5,707	263,453	,000	,76875
GEM_DIS	Equal variances assumed	,040	,842	-2,736	422	,006	-,30038
	Equal variances not assumed			-2,731	281,444	,007	-,30038
GEM_ONZ	Equal variances assumed	2,371	,124	-1,126	422	,261	-,11626
	Equal variances not assumed			-1,088	258,381	,278	-,11626
TR	Equal variances assumed	5,722	,017	4,530	422	,000	,32826
	Equal variances not assumed			4,297	246,269	,000	,32826

Analyse leeftijd

```
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT TR
  /METHOD=ENTER Leeftijd.
```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Wat is uw leeftijd? ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: TR

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,088 ^a	,008	,005	,71835

a. Predictors: (Constant), Wat is uw leeftijd?

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,716	1	1,716	3,326	,069 ^b
	Residual	217,763	422	,516		
	Total	219,479	423			

a. Dependent Variable: TR

b. Predictors: (Constant), Wat is uw leeftijd?

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4,499	,094		48,031	,000
	Wat is uw leeftijd?	-,004	,002	-,088	-1,824	,069

a. Dependent Variable: TR

Analyse opleidingsniveau

```
EXECUTE.
FREQUENCIES VARIABLES=Opleidingsniveau
/ORDER=ANALYSIS.
```

Statistics

Opleidingsniveau

N	Valid	420
	Missing	4

		Opleidingsniveau			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Laaggeschoold	24	5,7	5,7	5,7
	Middengeschoold	149	35,1	35,5	41,2
	Hooggeschoold	247	58,3	58,8	100,0
	Total	420	99,1	100,0	
Missing	System	4	,9		
Total		424	100,0		

```
ONEWAY GEM_OPT GEM_INN GEM_DIS GEM_ONZ TR BY Opleidingsniveau
/STATISTICS HOMOGENEITY
/MISSING ANALYSIS.
```

Oneway

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
GEM_OPT	Based on Mean	4,998	2	417	,007
	Based on Median	4,448	2	417	,012
	Based on Median and with adjusted df	4,448	2	386,750	,012
	Based on trimmed mean	5,010	2	417	,007
GEM_INN	Based on Mean	1,989	2	417	,138
	Based on Median	2,105	2	417	,123

	Based on Median and with adjusted df	2,105	2	416,218	,123
	Based on trimmed mean	1,996	2	417	,137
GEM_DIS	Based on Mean	,231	2	417	,794
	Based on Median	,264	2	417	,768
	Based on Median and with adjusted df	,264	2	415,184	,768
	Based on trimmed mean	,223	2	417	,800
GEM_ONZ	Based on Mean	,908	2	417	,404
	Based on Median	,860	2	417	,424
	Based on Median and with adjusted df	,860	2	406,592	,424
	Based on trimmed mean	,879	2	417	,416
TR	Based on Mean	1,862	2	417	,157
	Based on Median	1,810	2	417	,165
	Based on Median and with adjusted df	1,810	2	406,576	,165
	Based on trimmed mean	1,842	2	417	,160

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
GEM_OPT	Between Groups	13,921	2	6,960	7,508	,001
	Within Groups	386,579	417	,927		
	Total	400,499	419			
GEM_INN	Between Groups	,605	2	,303	,171	,843
	Within Groups	739,945	417	1,774		
	Total	740,550	419			
GEM_DIS	Between Groups	17,210	2	8,605	7,719	,001
	Within Groups	464,868	417	1,115		
	Total	482,078	419			
GEM_ONZ	Between Groups	12,612	2	6,306	6,425	,002
	Within Groups	409,272	417	,981		
	Total	421,884	419			
TR	Between Groups	6,550	2	3,275	6,439	,002
	Within Groups	212,078	417	,509		
	Total	218,628	419			

ONEWAY GEM_OPT GEM_INN GEM_DIS GEM_ONZ TR BY Opleidingsniveau
 /STATISTICS BROWNFORSYTHE
 /MISSING ANALYSIS.

Robust Tests of Equality of Means

		Statistic ^a	df1	df2	Sig.
GEM_OPT	Brown-Forsythe	5,102	2	52,865	,009
GEM_INN	Brown-Forsythe	,174	2	89,658	,840
GEM_DIS	Brown-Forsythe	7,976	2	106,250	,001
GEM_ONZ	Brown-Forsythe	8,010	2	157,040	,000
TR	Brown-Forsythe	7,063	2	100,508	,001

a. Asymptotically F distributed.

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Tukey HSD

Dependent Variable	(I) Opleidingsniveau	(J) Opleidingsniveau	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
GEM_OPT	Laaggeschoold	Middengeschoold	-,41478	,21178	,124
		Hooggeschoold	-,67641 [*]	,20586	,003
	Middengeschoold	Laaggeschoold	,41478	,21178	,124
		Hooggeschoold	-,26163 [*]	,09988	,025
	Hooggeschoold	Laaggeschoold	,67641 [*]	,20586	,003
		Middengeschoold	,26163 [*]	,09988	,025
GEM_INN	Laaggeschoold	Middengeschoold	,05831	,29299	,978
		Hooggeschoold	,12272	,28481	,903
	Middengeschoold	Laaggeschoold	-,05831	,29299	,978
		Hooggeschoold	,06442	,13818	,887
	Hooggeschoold	Laaggeschoold	-,12272	,28481	,903
		Middengeschoold	-,06442	,13818	,887
GEM_DIS	Laaggeschoold	Middengeschoold	-,04279	,23223	,981
		Hooggeschoold	,37399	,22575	,223
	Middengeschoold	Laaggeschoold	,04279	,23223	,981
		Hooggeschoold	,41677 [*]	,10952	,000

	Hooggeschoold	Laaggeschoold	-,37399	,22575	,223
		Middengeschoold	-,41677*	,10952	,000
GEM_ONZ	Laaggeschoold	Middengeschoold	,37563	,21790	,197
		Hooggeschoold	,63221*	,21182	,008
	Middengeschoold	Laaggeschoold	-,37563	,21790	,197
		Hooggeschoold	,25658*	,10276	,034
	Hooggeschoold	Laaggeschoold	-,63221*	,21182	,008
		Middengeschoold	-,25658*	,10276	,034
TR	Laaggeschoold	Middengeschoold	-,17233	,15686	,515
		Hooggeschoold	-,38997*	,15248	,029
	Middengeschoold	Laaggeschoold	,17233	,15686	,515
		Hooggeschoold	-,21764*	,07398	,010
	Hooggeschoold	Laaggeschoold	,38997*	,15248	,029
		Middengeschoold	,21764*	,07398	,010

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
GEM_OPT	Laaggeschoold	24	4,7396	1,37422	,28051
	Middengeschoold	149	5,1544	,96894	,07938
	Hooggeschoold	247	5,4160	,91108	,05797
	Total	420	5,2845	,97767	,04771
GEM_INN	Laaggeschoold	24	3,9375	1,34174	,27388
	Middengeschoold	149	3,8792	1,23183	,10092
	Hooggeschoold	247	3,8148	1,38805	,08832
	Total	420	3,8446	1,32944	,06487
GEM_DIS	Laaggeschoold	24	3,6250	1,00271	,20468
	Middengeschoold	149	3,6678	1,08757	,08910
	Hooggeschoold	247	3,2510	1,04120	,06625
	Total	420	3,4202	1,07263	,05234
GEM_ONZ	Laaggeschoold	24	4,8438	,75474	,15406
	Middengeschoold	149	4,4681	,97011	,07947
	Hooggeschoold	247	4,2115	1,02188	,06502
	Total	420	4,3387	1,00344	,04896
TR	Laaggeschoold	24	4,0521	,67129	,13703
	Middengeschoold	149	4,2244	,64385	,05275
	Hooggeschoold	247	4,4421	,75537	,04806
	Total	420	4,3426	,72235	,03525

Analyse technische opleiding

```
T-TEST GROUPS=TechOpleiding(1 2)
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=GEM_OPT GEM_INN GEM_DIS GEM_ONZ TR
/CRITERIA=CI (.95) .
```

T-Test

Group Statistics

	Heeft u een technologische/technische opleiding gehad?	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
GEM_OPT	Ja	80	5,4063	1,04819	,11719
	Nee	344	5,2631	,95918	,05172
GEM_INN	Ja	80	4,6625	1,31634	,14717
	Nee	344	3,6541	1,25294	,06755
GEM_DIS	Ja	80	3,1438	1,16161	,12987
	Nee	344	3,4949	1,04481	,05633
GEM_ONZ	Ja	80	4,1375	1,15555	,12919
	Nee	344	4,3932	,96080	,05180
TR	Ja	80	4,6969	,79451	,08883
	Nee	344	4,2573	,67670	,03649

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means			
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
GEM_OPT	Equal variances assumed	,817	,367	1,181	422	,238	,14317
	Equal variances not assumed			1,118	111,788	,266	,14317
GEM_INN	Equal variances assumed	,007	,935	6,422	422	,000	1,00843
	Equal variances not assumed			6,227	114,625	,000	1,00843
GEM_DIS	Equal variances assumed	1,112	,292	-2,650	422	,008	-,35116
	Equal variances not assumed			-2,481	110,621	,015	-,35116
GEM_ONZ	Equal variances assumed	4,278	,039	-2,059	422	,040	-,25567
	Equal variances not assumed			-1,837	105,815	,069	-,25567
TR	Equal variances assumed	4,058	,045	5,058	422	,000	,43961
	Equal variances not assumed			4,578	107,201	,000	,43961

Analyse intentie

```
EXECUTE.
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT INT_speaker
  /METHOD=ENTER TR.
```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TR ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende vijf jaar een smart speaker zal aanschaffen?
- b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,335 ^a	,112	,110	1,673

- a. Predictors: (Constant), TR

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	149,706	1	149,706	53,492	,000 ^b
	Residual	1181,027	422	2,799		
	Total	1330,733	423			

- a. Dependent Variable: Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende vijf jaar een smart speaker zal aanschaffen?
- b. Predictors: (Constant), TR

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	-,261	,497		-,526	,599
	TR	,826	,113	,335	7,314	,000

a. Dependent Variable: Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende vijf jaar een smart speaker zal aanschaffen?

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT INT_chromecast
/METHOD=ENTER TR.
```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TR ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende vijf jaar een chromecast zal aanschaffen?

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,300 ^a	,090	,088	2,067

a. Predictors: (Constant), TR

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	178,334	1	178,334	41,730	,000 ^b
	Residual	1803,430	422	4,274		
	Total	1981,764	423			

- a. Dependent Variable: Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende vijf jaar een chromecast zal aanschaffen?
 b. Predictors: (Constant), TR

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	,564	,614		,919	,359
	TR	,901	,140	,300	6,460	,000

- a. Dependent Variable: Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende vijf jaar een chromecast zal aanschaffen?

```
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT INT_deurbel
  /METHOD=ENTER TR.
```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables		Method
	Entered	Removed	
1	TR ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende vijf jaar een smart deurbel zal aanschaffen?
 b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,177 ^a	,031	,029	1,924

- a. Predictors: (Constant), TR

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50,407	1	50,407	13,617	,000 ^b
	Residual	1562,119	422	3,702		
	Total	1612,526	423			

a. Dependent Variable: Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende vijf jaar een smart deurbel zal aanschaffen?

b. Predictors: (Constant), TR

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	2,229	,571		3,901	,000
	TR	,479	,130	,177	3,690	,000

a. Dependent Variable: Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende vijf jaar een smart deurbel zal aanschaffen?

REGRESSION

```

/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT INT_auto
/METHOD=ENTER TR.

```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TR ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende tien jaar een zelfrijdende auto zal aanschaffen?

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,212 ^a	,045	,043	1,703

a. Predictors: (Constant), TR

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57,753	1	57,753	19,902	,000 ^b
	Residual	1224,586	422	2,902		
	Total	1282,340	423			

a. Dependent Variable: Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende tien jaar een zelfrijdende auto zal aanschaffen?

b. Predictors: (Constant), TR

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,623	,506		1,231	,219
	TR	,513	,115	,212	4,461	,000

a. Dependent Variable: Hoe waarschijnlijk is het dat u de komende tien jaar een zelfrijdende auto zal aanschaffen?

Clusteranalyse

```
EXECUTE.
CLUSTER  GEM_OPT GEM_INN GEM_DIS GEM_ONZ
/METHOD WARD
/MEASURE=SEUCLID
/PRINT SCHEDULE
/PLOT DENDROGRAM VICICLE.
```

Cluster

Case Processing Summary^{a,b}

Valid		Cases Missing		Total	
N	Percent	N	Percent	N	Percent
424	100,0	0	,0	424	100,0

- a. Squared Euclidean Distance used
- b. Ward Linkage

Ward Linkage

Agglomeration Schedule

Stage	Cluster Combined		Coefficients	Stage Cluster First Appears		Next Stage
	Cluster 1	Cluster 2		Cluster 1	Cluster 2	
1	74	237	,000	0	0	75
2	87	223	,000	0	0	265
3	104	216	,000	0	0	242
4	71	186	,000	0	0	192
5	252	459	,031	0	0	201
6	267	448	,063	0	0	271
7	382	446	,094	0	0	266
8	27	443	,125	0	0	126
9	40	441	,156	0	0	198
10	167	428	,188	0	0	124
11	345	405	,219	0	0	152
12	175	398	,250	0	0	122
13	341	352	,281	0	0	95
14	201	335	,313	0	0	125

15	59	231	,344	0	0	78
16	113	179	,375	0	0	96
17	55	171	,406	0	0	123
18	48	63	,438	0	0	97
19	19	461	,500	0	0	205
20	285	455	,563	0	0	98
21	421	442	,625	0	0	275
22	293	431	,688	0	0	273
23	314	425	,750	0	0	216
24	16	418	,813	0	0	193
25	52	416	,875	0	0	182
26	102	415	,938	0	0	161
27	274	410	1,000	0	0	177
28	44	407	1,063	0	0	100
29	250	404	1,125	0	0	80
30	154	402	1,188	0	0	99
31	98	388	1,250	0	0	142
32	289	367	1,313	0	0	81
33	251	363	1,375	0	0	172
34	291	360	1,438	0	0	138
35	174	359	1,500	0	0	138
36	4	348	1,563	0	0	279
37	239	330	1,625	0	0	97
38	282	316	1,688	0	0	215
39	253	308	1,750	0	0	199
40	11	300	1,813	0	0	268
41	218	287	1,875	0	0	82
42	131	255	1,938	0	0	177
43	26	254	2,000	0	0	101
44	58	245	2,063	0	0	200
45	183	242	2,125	0	0	162
46	173	238	2,188	0	0	160
47	35	210	2,250	0	0	173
48	80	205	2,313	0	0	121
49	124	177	2,375	0	0	75
50	13	157	2,438	0	0	191
51	82	127	2,500	0	0	163
52	57	123	2,563	0	0	164

53	83	108	2,625	0	0	272
54	72	450	2,719	0	0	178
55	76	414	2,813	0	0	196
56	120	412	2,906	0	0	280
57	212	384	3,000	0	0	117
58	378	380	3,094	0	0	215
59	117	373	3,188	0	0	172
60	247	366	3,281	0	0	178
61	18	347	3,375	0	0	182
62	232	339	3,469	0	0	197
63	290	329	3,563	0	0	274
64	94	313	3,656	0	0	260
65	109	301	3,750	0	0	200
66	266	269	3,844	0	0	203
67	91	257	3,938	0	0	236
68	217	248	4,031	0	0	165
69	132	235	4,125	0	0	216
70	180	203	4,219	0	0	206
71	194	200	4,313	0	0	210
72	20	189	4,406	0	0	195
73	7	181	4,500	0	0	180
74	141	172	4,594	0	0	144
75	74	124	4,688	1	49	291
76	100	112	4,781	0	0	221
77	21	88	4,875	0	0	208
78	59	70	4,969	15	0	251
79	29	60	5,063	0	0	179
80	250	324	5,167	29	0	198
81	230	289	5,271	0	32	309
82	24	218	5,375	0	41	249
83	277	457	5,500	0	0	234
84	90	451	5,625	0	0	217
85	25	434	5,750	0	0	147
86	222	429	5,875	0	0	229
87	351	417	6,000	0	0	272
88	163	369	6,125	0	0	146
89	50	355	6,250	0	0	181
90	229	333	6,375	0	0	235

91	1	220	6,500	0	0	214
92	129	151	6,625	0	0	192
93	42	125	6,750	0	0	256
94	3	28	6,875	0	0	121
95	341	411	7,010	13	0	269
96	113	344	7,146	16	0	271
97	48	239	7,286	18	37	291
98	53	285	7,432	0	20	207
99	154	268	7,578	30	0	201
100	44	244	7,724	28	0	253
101	26	97	7,870	43	0	197
102	38	447	8,026	0	0	171
103	409	440	8,182	0	0	268
104	133	437	8,339	0	0	212
105	304	436	8,495	0	0	296
106	37	435	8,651	0	0	244
107	264	433	8,807	0	0	277
108	278	426	8,964	0	0	203
109	281	396	9,120	0	0	222
110	22	386	9,276	0	0	270
111	322	377	9,432	0	0	170
112	262	340	9,589	0	0	293
113	199	327	9,745	0	0	148
114	118	270	9,901	0	0	239
115	32	263	10,057	0	0	223
116	134	243	10,214	0	0	159
117	31	212	10,370	0	57	253
118	2	202	10,526	0	0	217
119	116	197	10,682	0	0	287
120	34	107	10,839	0	0	262
121	3	80	10,995	94	48	145
122	175	362	11,172	12	0	213
123	55	275	11,349	17	0	169
124	167	261	11,526	10	0	243
125	49	201	11,703	0	14	209
126	27	54	11,880	8	0	210
127	68	454	12,068	0	0	323
128	387	406	12,255	0	0	247

129	295	394	12,443	0	0	284
130	258	393	12,630	0	0	218
131	36	375	12,818	0	0	278
132	338	374	13,005	0	0	227
133	224	354	13,193	0	0	305
134	176	343	13,380	0	0	282
135	165	334	13,568	0	0	265
136	256	306	13,755	0	0	248
137	168	292	13,943	0	0	231
138	174	291	14,130	35	34	295
139	115	279	14,318	0	0	190
140	66	260	14,505	0	0	219
141	67	249	14,693	0	0	246
142	98	206	14,880	31	0	280
143	78	84	15,068	0	0	254
144	141	198	15,266	74	0	256
145	3	51	15,472	121	0	312
146	163	342	15,680	88	0	207
147	25	182	15,889	85	0	281
148	199	460	16,107	113	0	285
149	284	444	16,326	0	0	316
150	389	419	16,545	0	0	250
151	379	385	16,764	0	0	214
152	219	345	16,982	0	11	277
153	303	326	17,201	0	0	199
154	110	321	17,420	0	0	241
155	161	319	17,639	0	0	299
156	150	310	17,857	0	0	263
157	12	233	18,076	0	0	320
158	162	213	18,295	0	0	254
159	134	191	18,514	116	0	313
160	173	400	18,743	46	0	332
161	102	391	18,972	26	0	252
162	148	183	19,201	0	45	288
163	82	145	19,430	51	0	236
164	57	135	19,659	52	0	289
165	81	217	19,899	0	68	251
166	69	169	20,149	0	0	273

167	136	144	20,399	0	0	229
168	64	130	20,649	0	0	264
169	55	392	20,909	123	0	294
170	296	322	21,170	0	111	314
171	38	138	21,430	102	0	221
172	117	251	21,696	59	33	279
173	35	397	21,967	47	0	304
174	190	432	22,248	0	0	240
175	178	427	22,529	0	0	304
176	305	422	22,810	0	0	292
177	131	274	23,092	42	27	313
178	72	247	23,373	54	60	282
179	29	95	23,654	79	0	270
180	7	61	23,935	73	0	255
181	50	439	24,227	89	0	266
182	18	52	24,524	61	25	334
183	265	423	24,836	0	0	316
184	41	401	25,149	0	0	267
185	234	383	25,461	0	0	204
186	89	371	25,774	0	0	318
187	332	356	26,086	0	0	322
188	246	325	26,399	0	0	287
189	241	280	26,711	0	0	310
190	115	204	27,024	139	0	249
191	13	187	27,336	50	0	245
192	71	129	27,649	4	92	286
193	16	119	27,961	24	0	329
194	79	103	28,274	0	0	333
195	20	453	28,597	72	0	296
196	76	276	28,920	55	0	308
197	26	232	29,243	101	62	286
198	40	250	29,570	9	80	261
199	253	303	29,898	39	153	260
200	58	109	30,226	44	65	274
201	154	252	30,561	99	5	294
202	209	399	30,905	0	0	325
203	266	278	31,249	66	108	300
204	126	234	31,603	0	185	284

205	19	122	31,957	19	0	233
206	180	288	32,322	70	0	326
207	53	163	32,686	98	146	309
208	8	21	33,051	0	77	292
209	49	228	33,421	125	0	338
210	27	194	33,794	126	71	312
211	33	156	34,169	0	0	285
212	133	381	34,554	104	0	352
213	175	271	34,940	122	0	326
214	1	379	35,330	91	151	345
215	282	378	35,721	38	58	324
216	132	314	36,111	69	23	241
217	2	90	36,502	118	84	341
218	258	336	36,898	130	0	364
219	43	66	37,294	0	140	328
220	159	166	37,700	0	0	311
221	38	100	38,115	171	76	347
222	281	337	38,542	109	0	344
223	32	227	38,969	115	0	301
224	5	449	39,406	0	0	341
225	309	368	39,844	0	0	346
226	10	357	40,281	0	0	355
227	320	338	40,719	0	132	343
228	6	294	41,156	0	0	340
229	136	222	41,594	167	86	319
230	17	170	42,031	0	0	317
231	30	168	42,469	0	137	289
232	45	105	42,906	0	0	319
233	19	184	43,349	205	0	290
234	277	311	43,807	83	0	369
235	164	229	44,266	0	90	302
236	82	91	44,730	163	67	332
237	106	438	45,199	0	0	255
238	331	395	45,668	0	0	310
239	118	299	46,136	114	0	333
240	190	225	46,605	174	0	305
241	110	132	47,090	154	216	334
242	104	192	47,590	3	0	262

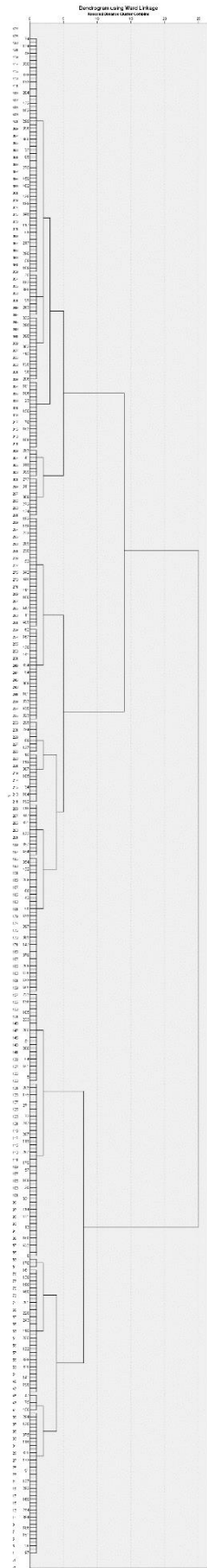
243	167	420	48,100	124	0	321
244	37	85	48,610	106	0	295
245	13	160	49,126	191	0	363
246	67	390	49,647	141	0	297
247	185	387	50,168	0	128	337
248	256	302	50,689	136	0	297
249	24	115	51,209	82	190	307
250	147	389	51,741	0	150	361
251	59	81	52,272	78	165	336
252	102	272	52,808	161	0	315
253	31	44	53,350	117	100	342
254	78	162	53,897	143	158	335
255	7	106	54,453	180	237	379
256	42	141	55,011	93	144	343
257	430	445	55,574	0	0	302
258	139	328	56,136	0	0	299
259	47	153	56,699	0	0	298
260	94	253	57,267	64	199	351
261	40	376	57,835	198	0	321
262	34	104	58,404	120	242	322
263	150	452	58,977	156	0	311
264	9	64	59,560	0	168	340
265	87	165	60,154	2	135	288
266	50	382	60,756	181	7	328
267	41	318	61,360	184	0	339
268	11	409	61,970	40	103	347
269	207	341	62,584	0	95	293
270	22	29	63,228	110	179	281
271	113	267	63,880	96	6	307
272	83	351	64,536	53	87	335
273	69	293	65,193	166	22	362
274	58	290	65,865	200	63	336
275	121	421	66,552	0	21	308
276	62	143	67,240	0	0	367
277	219	264	67,958	152	107	300
278	36	96	68,688	131	0	370
279	4	117	69,422	36	172	380
280	98	120	70,178	142	56	315

281	22	25	70,959	270	147	356
282	72	176	71,740	178	134	360
283	273	286	72,553	0	0	327
284	126	295	73,373	204	129	348
285	33	199	74,198	211	148	375
286	26	71	75,025	197	192	342
287	116	246	75,853	119	188	330
288	87	148	76,691	265	162	353
289	30	57	77,534	231	164	358
290	19	370	78,400	233	0	368
291	48	74	79,267	97	75	324
292	8	305	80,153	208	176	363
293	207	262	81,059	269	112	385
294	55	154	81,974	169	201	354
295	37	174	82,923	244	138	344
296	20	304	83,875	195	105	354
297	67	256	84,833	246	248	314
298	47	75	85,813	259	0	350
299	139	161	86,797	258	155	392
300	219	266	87,787	277	203	345
301	32	312	88,797	223	0	356
302	164	430	89,826	235	257	365
303	323	346	90,857	0	0	365
304	35	178	91,893	173	175	393
305	190	224	92,930	240	133	331
306	283	298	93,993	0	0	359
307	24	113	95,058	249	271	360
308	76	121	96,141	196	275	381
309	53	230	97,262	207	81	353
310	241	331	98,403	189	238	358
311	150	159	99,630	263	220	386
312	3	27	100,868	145	210	372
313	131	134	102,140	177	159	338
314	67	296	103,432	297	170	382
315	98	102	104,726	280	252	382
316	265	284	106,023	183	149	377
317	17	365	107,335	230	0	412
318	89	137	108,648	186	0	348

319	45	136	109,960	232	229	357
320	12	214	111,283	157	0	357
321	40	167	112,639	261	243	367
322	34	332	114,030	262	187	337
323	68	358	115,468	127	0	355
324	48	282	116,924	291	215	352
325	209	458	118,413	202	0	339
326	175	180	119,915	213	206	374
327	273	424	121,477	283	0	346
328	43	50	123,047	219	266	364
329	16	226	124,656	193	0	376
330	73	116	126,284	0	287	370
331	190	372	127,934	305	0	387
332	82	173	129,613	236	160	389
333	79	118	131,301	194	239	378
334	18	110	133,004	182	241	384
335	78	83	134,824	254	272	386
336	58	59	136,725	274	251	380
337	34	185	138,688	322	247	376
338	49	131	140,693	209	313	375
339	41	209	142,724	267	325	359
340	6	9	144,778	228	264	383
341	2	5	146,992	217	224	372
342	26	31	149,211	286	253	362
343	42	320	151,431	256	227	368
344	37	281	153,732	295	222	378
345	1	219	156,049	214	300	361
346	273	309	158,411	327	225	390
347	11	38	160,811	268	221	385
348	89	126	163,214	318	284	366
349	155	408	165,621	0	0	369
350	47	259	168,126	298	0	373
351	94	101	170,641	260	0	388
352	48	133	173,197	324	212	377
353	53	87	175,764	309	288	395
354	20	55	178,343	296	294	391
355	10	68	180,930	226	323	384
356	22	32	183,521	281	301	408

357	12	45	186,264	320	319	394
358	30	241	189,045	289	310	397
359	41	283	191,927	339	306	411
360	24	72	195,020	307	282	374
361	1	147	198,128	345	250	393
362	26	69	201,287	342	273	389
363	8	13	204,480	292	245	381
364	43	258	207,773	328	218	387
365	164	323	211,085	302	303	388
366	89	215	214,479	348	0	409
367	40	62	217,992	321	276	404
368	19	42	221,562	290	343	396
369	155	277	225,198	349	234	405
370	36	73	228,872	278	330	383
371	146	208	232,653	0	0	396
372	2	3	236,840	341	312	394
373	47	456	241,043	350	0	413
374	24	175	245,558	360	326	403
375	33	49	250,136	285	338	392
376	16	34	254,797	329	337	409
377	48	265	259,505	352	316	402
378	37	79	264,368	344	333	398
379	7	23	269,291	255	0	400
380	4	58	274,285	279	336	391
381	8	76	279,602	363	308	397
382	67	98	284,946	314	315	408
383	6	36	290,557	340	370	401
384	10	18	296,259	355	334	410
385	11	207	302,638	347	293	395
386	78	150	309,182	335	311	400
387	43	190	315,764	364	331	399
388	94	164	322,996	351	365	404
389	26	82	330,411	362	332	401
390	273	297	337,882	346	0	405
391	4	20	346,048	380	354	398
392	33	139	354,327	375	299	406
393	1	35	363,161	361	304	399
394	2	12	372,316	372	357	415

395	11	53	381,528	385	353	407
396	19	146	390,948	368	371	406
397	8	30	401,170	381	358	403
398	4	37	412,278	391	378	402
399	1	43	423,427	393	387	410
400	7	78	436,748	379	386	416
401	6	26	451,215	383	389	413
402	4	48	466,650	398	377	414
403	8	24	482,673	397	374	415
404	40	94	498,832	367	388	407
405	155	273	517,698	369	390	411
406	19	33	536,900	396	392	412
407	11	40	558,255	395	404	419
408	22	67	579,778	356	382	414
409	16	89	603,794	376	366	418
410	1	10	629,023	399	384	418
411	41	155	654,812	359	405	420
412	17	19	681,047	317	406	417
413	6	47	707,517	401	373	417
414	4	22	737,771	402	408	416
415	2	8	775,728	394	403	421
416	4	7	833,745	414	400	420
417	6	17	903,685	413	412	421
418	1	16	976,352	410	409	419
419	1	11	1060,930	418	407	422
420	4	41	1152,755	416	411	422
421	2	6	1297,730	415	417	423
422	1	4	1561,551	419	420	423
423	1	2	2060,441	422	421	0



```

QUICK CLUSTER GEM_OPT GEM_INN GEM_DIS GEM_ONZ
/MISSING=LISTWISE
/CRITERIA=CLUSTER(4) MXITER(10) CONVERGE(0)
/METHOD=KMEANS(NOUPDATE)
/SAVE CLUSTER
/PRINT INITIAL ANOVA.

```

Quick Cluster

Initial Cluster Centers

	Cluster			
	1	2	3	4
GEM_OPT	6,50	2,00	6,00	7,00
GEM_INN	6,75	3,00	1,00	6,75
GEM_DIS	1,00	2,25	5,50	7,00
GEM_ONZ	1,75	4,75	7,00	5,50

Iteration History^a

Iteration	Change in Cluster Centers			
	1	2	3	4
1	2,966	2,881	2,920	3,144
2	,102	,164	,379	,386
3	,048	,158	,185	,220
4	,035	,143	,107	,124
5	,053	,154	,087	,090
6	,044	,063	,000	,061
7	,033	,038	,000	,055
8	,000	,027	,000	,028
9	,000	,011	,000	,011
10	,000	,000	,000	,000

a. Convergence achieved due to no or small change in cluster centers. The maximum absolute coordinate change for any center is ,000. The current iteration is 10. The minimum distance between initial centers is 5,969.

Final Cluster Centers

	Cluster			
	1	2	3	4
GEM_OPT	5,89	5,01	4,90	5,31
GEM_INN	5,01	3,05	2,27	4,72
GEM_DIS	2,50	2,92	4,50	4,02
GEM_ONZ	3,45	4,11	4,98	4,93

ANOVA

	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
GEM_OPT	19,622	3	,821	420	23,900	,000
GEM_INN	171,152	3	,543	420	315,428	,000
GEM_DIS	86,499	3	,547	420	158,278	,000
GEM_ONZ	54,315	3	,627	420	86,600	,000

The F tests should be used only for descriptive purposes because the clusters have been chosen to maximize the differences among cases in different clusters. The observed significance levels are not corrected for this and thus cannot be interpreted as tests of the hypothesis that the cluster means are equal.

Number of Cases in each

Cluster	
Cluster	1
	2
	3
	4
Valid	424,000
Missing	,000

DESCRIPTIVES VARIABLES=GEM_OPT GEM_INN GEM_DIS GEM_ONZ TR
 /STATISTICS=MEAN.

Descriptives

Descriptive Statistics			
Cluster Number of Case		N	Mean
1	GEM_OPT	105	5,8857
	GEM_INN	105	5,0143
	GEM_DIS	105	2,4976
	GEM_ONZ	105	3,4548
	TR	105	5,2369
	Valid N (listwise)	105	
2	GEM_OPT	119	5,0126
	GEM_INN	119	3,0504
	GEM_DIS	119	2,9160
	GEM_ONZ	119	4,1134
	TR	119	4,2584
	Valid N (listwise)	119	
3	GEM_OPT	83	4,9036
	GEM_INN	83	2,2711
	GEM_DIS	83	4,5030
	GEM_ONZ	83	4,9819
	TR	83	3,4224
	Valid N (listwise)	83	
4	GEM_OPT	117	5,3120
	GEM_INN	117	4,7179
	GEM_DIS	117	4,0235
	GEM_ONZ	117	4,9274
	TR	117	4,2698
	Valid N (listwise)	117	

FREQUENCIES VARIABLES=Geslacht
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Statistics

Met welk geslacht identificeert u zich?

Cluster	N	Valid	Missing
Explorers		105	0
Skeptics		119	0
Hesitators		83	0
Pioneers		117	0

Met welk geslacht identificeert u zich?

Cluster	Number of Case	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Explorers	Valid Man	50	47,6	47,6	47,6
	Valid Vrouw	55	52,4	52,4	100,0
	Total	105	100,0	100,0	
Skeptics	Valid Man	30	25,2	25,2	25,2
	Valid Vrouw	89	74,8	74,8	100,0
	Total	119	100,0	100,0	
Hesitators	Valid Man	18	21,7	21,7	21,7
	Valid Vrouw	65	78,3	78,3	100,0
	Total	83	100,0	100,0	
Pioneers	Valid Man	44	37,6	37,6	37,6
	Valid Vrouw	73	62,4	62,4	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

FREQUENCIES VARIABLES=Leeftijd50plus
 /ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Statistics

Leeftijd50plus

Cluster	N	Valid	
		Frequency	Percent
Explorers	105	Valid	105
		Missing	0
Skeptics	119	Valid	119
		Missing	0
Hesitators	83	Valid	83
		Missing	0
Pioneers	117	Valid	117
		Missing	0

Leeftijd50plus

Cluster Number of Case			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Explorers	Valid	Jonger dan 50	72	68,6	68,6	68,6
		50+	33	31,4	31,4	100,0
		Total	105	100,0	100,0	
Skeptics	Valid	Jonger dan 50	71	59,7	59,7	59,7
		50+	48	40,3	40,3	100,0
		Total	119	100,0	100,0	
Hesitators	Valid	Jonger dan 50	42	50,6	50,6	50,6
		50+	41	49,4	49,4	100,0
		Total	83	100,0	100,0	
Pioneers	Valid	Jonger dan 50	77	65,8	65,8	65,8
		50+	40	34,2	34,2	100,0
		Total	117	100,0	100,0	

FREQUENCIES VARIABLES=Scholingsgraad
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Statistics

Scholingsgraad

Explorers	N	Valid	105
		Missing	0
Skeptics	N	Valid	118
		Missing	1
Hesitators	N	Valid	82
		Missing	1
Pioneers	N	Valid	115
		Missing	2

Scholingsgraad

Cluster Number of Case			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Explorers	Valid	Laaggeschoold	2	1,9	1,9	1,9
		Middengeschoold	24	22,9	22,9	24,8
		Hooggeschoold	79	75,2	75,2	100,0
		Total	105	100,0	100,0	
Skeptics	Valid	Laaggeschoold	5	4,2	4,2	4,2
		Middengeschoold	33	27,7	28,0	32,2
		Hooggeschoold	80	67,2	67,8	100,0
		Total	118	99,2	100,0	
	Missing	System	1	,8		
Total		119	100,0			
Hesitators	Valid	Laaggeschoold	7	8,4	8,5	8,5
		Middengeschoold	33	39,8	40,2	48,8
		Hooggeschoold	42	50,6	51,2	100,0
		Total	82	98,8	100,0	
	Missing	System	1	1,2		
Total		83	100,0			

Pioneers	Valid	Laaggeschoold	10	8,5	8,7	8,7
		Middengeschoold	59	50,4	51,3	60,0
		Hooggeschoold	46	39,3	40,0	100,0
		Total	115	98,3	100,0	
	Missing	System	2	1,7		
	Total		117	100,0		

FREQUENCIES VARIABLES=TechOpleiding
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Statistics

Heeft u een technologische/technische opleiding gehad?

Cluster	N	Valid	Missing
Explorers		105	0
Skeptics		119	0
Hesitators		83	0
Pioneers		117	0

Heeft u een technologische/technische opleiding gehad?

Cluster	Number of Case	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Explorers	Valid Ja	35	33,3	33,3	33,3
	Nee	70	66,7	66,7	100,0
	Total	105	100,0	100,0	
Skeptics	Valid Ja	13	10,9	10,9	10,9
	Nee	106	89,1	89,1	100,0
	Total	119	100,0	100,0	
Hesitators	Valid Ja	6	7,2	7,2	7,2
	Nee	77	92,8	92,8	100,0
	Total	83	100,0	100,0	
Pioneers	Valid Ja	26	22,2	22,2	22,2
	Nee	91	77,8	77,8	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

MULT RESPONSE GROUPS=\$BEZ_ja (bez_smartphone bez_tablet bez_tv bez_laptop bez_ereader bez_smartwatch (1))
 /FREQUENCIES=\$BEZ_ja.

Multiple Response

Case Summary

Cluster Number of Case		Valid		Cases Missing		Total	
		N	Percent	N	Percent	N	Percent
Explorers	\$BEZ_ja ^a	105	100,0%	0	0,0%	105	100,0%
Skeptics	\$BEZ_ja ^a	118	99,2%	1	0,8%	119	100,0%
Hesitators	\$BEZ_ja ^a	81	97,6%	2	2,4%	83	100,0%
Pioneers	\$BEZ_ja ^a	117	100,0%	0	0,0%	117	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$BEZ_ja Frequencies

Cluster Number of Case			Responses		Percent of Cases
			N	Percent	
Explorers	\$BEZ_ja ^a	Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Smartphone	104	24,6%	99,0%
		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Tablet	61	14,4%	58,1%
		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Smart TV	85	20,1%	81,0%
		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Computer/laptop	104	24,6%	99,0%

		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - E-reader	20	4,7%	19,0%
		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Smartwatch	49	11,6%	46,7%
		Total	423	100,0%	402,9%
Skeptics	\$BEZ_ja ^a	Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Smartphone	118	25,8%	100,0%
		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Tablet	70	15,3%	59,3%
		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Smart TV	90	19,7%	76,3%
		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Computer/laptop	116	25,3%	98,3%
		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - E-reader	25	5,5%	21,2%
		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Smartwatch	39	8,5%	33,1%
		Total	458	100,0%	388,1%
Hesitators	\$BEZ_ja ^a	Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Smartphone	80	26,9%	98,8%

		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Tablet	51	17,2%	63,0%
		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Smart TV	63	21,2%	77,8%
		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Computer/laptop	74	24,9%	91,4%
		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - E-reader	13	4,4%	16,0%
		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Smartwatch	16	5,4%	19,8%
		Total	297	100,0%	366,7%
Pioneers	\$BEZ_ja ^a	Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Smartphone	117	24,3%	100,0%
		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Tablet	85	17,6%	72,6%
		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Smart TV	97	20,1%	82,9%
		Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Computer/laptop	114	23,7%	97,4%

Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - E-reader	18	3,7%	15,4%
Gelieve aan te duiden wat voor u van toepassing is voor de volgende technologieën. - Smartwatch	51	10,6%	43,6%
Total	482	100,0%	412,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.