



**UHASSELT**

KNOWLEDGE IN ACTION

## Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de handelswetenschappen

### **Masterthesis**

***De invloed van entrepreneurial passion op de intentie om een onderneming te starten bij millennial entrepreneurs***

#### **Toon Driesen**

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

#### **PROMOTOR :**

dr. Karolien HENDRIKX



**UHASSELT**

KNOWLEDGE IN ACTION

[www.uhasselt.be](http://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 handelswetenschappen

## ***Masterthesis***

***De invloed van entrepreneurial passion op de intentie om een onderneming te starten bij millennial entrepreneurs***

### **Toon Driesen**

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

### **PROMOTOR :**

dr. Karolien HENDRIKX



*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.*

## **WOORD VOORAF**

Met enige trots stel ik deze masterproef over de invloed van *entrepreneurial passion* op de intentie om een onderneming te starten bij *millennial entrepreneurs* aan u voor. Deze masterproef is het sluitstuk van mijn masteropleiding Handelswetenschappen aan de Universiteit Hasselt. Het onderzoek en het schrijven van deze masterproef hebben zich afgespeeld in de periode tussen oktober 2020 en juni 2021. Het was een zeer leerrijke ervaring waarin ik veel interessante inzichten heb verworven omtrent ondernemerschap en mezelf specifiek heb kunnen verdiepen in de *millennial entrepreneur*. Alvorens te beginnen met de uiteenzetting van dit onderzoek, wil ik graag enkele mensen bedanken die mij bij het schrijven van deze masterproef hebben bijgestaan. Mijn eerste woorden van dank gaan uit naar mijn promotor Dr. Karolien Hendriks die mij gedurende het hele proces heeft bijgestaan en van feedback heeft voorzien. Verder wil ik alle mede-onderzoekers bedanken die hun literatuur gratis ter beschikking hebben gesteld om informatie over de verschillende aspecten van ondernemerschap en ondernemerspassie te kunnen verzamelen. Ten slotte wil ik ook nog mijn medestudenten, vrienden, vriendin en ouders bedanken voor hun steun die mij geholpen heeft om dit werk tot een goed einde te brengen.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Toon Driesen

Hoeselt, 4 juni 2021

## **SAMENVATTING**

### **Doel en onderzoeksopzet**

Ondernemerschap speelt zonder twijfel een zeer belangrijke rol in onze economie. Ondanks de wijdverspreide fascinatie voor ondernemerspassie en het grote belang ervan in verband met ondernemerschap, is er tot nu toe erg weinig fundamenteel onderzoek gedaan naar de invloed van *entrepreneurial passion* bij het vormen van ondernemende intenties. In deze masterproef zal er daarom specifiek de invloed van ondernemerspassie op ondernemende intenties bij millennial ondernemers onderzocht worden.

Ondernemende intenties kunnen het best beschreven worden aan de hand van de *Theory of planned behaviour* van Ajzen (1991). Deze theorie is ontworpen om menselijk gedrag in specifieke contexten te voorspellen en te verklaren. Het is nodig om de mechanismes van *planned behaviour* te analyseren en erachter te komen welke factoren ondernemende intenties determineren.

In dit onderzoek werd er in tegenstelling tot vele voorgaande onderzoeken gefocust op de ondernemende intenties van *millennials* die achteraf ook effectief de stap naar het ondernemerschap succesvol gezet hebben. Hierdoor vult dit kwalitatief onderzoek een gap in de literatuur die ontstond doordat voorgaande onderzoeken veelal gevoerd werden op basis van bevragingen bij studenten.

Uiteindelijk was het de bedoeling om op basis van de bekomen informatie uit de literatuurstudie en interviews tot een model te komen dat de verschillende aspecten van *entrepreneurial passion* linkt met de verschillende aspecten van de *Theory of Planned Behaviour*. Het onderzoek begon daarom met een inleidende literatuurstudie gevolgd door een kwalitatief onderzoek aan de hand van interviews met elf millennial ondernemers van negen verschillende ondernemingen.

### **Bevindingen van het onderzoek**

Om de centrale onderzoeksvraag van deze masterproef zo duidelijk mogelijk te kunnen beantwoorden, werden er twee deelvragen opgesteld om het onderzoek beter af te bakenen. Deze twee luiden als volgt: "Op welke manier beïnvloeden de verschillende aspecten van *entrepreneurial passion* de intentie om een onderneming te starten bij *millennial entrepreneurs*?" en "Wat is de rol van *entrepreneurial passion* in het bevorderen van de *attitude towards the behaviour* (ATB), *perceived behavioural control* (PBC) en *entrepreneurial self-efficacy* (ESE) van *millennial entrepreneurs*?".

*Entrepreneurial passion* wordt gedefinieerd als bewust toegankelijke, positieve gevoelens die voortvloeien uit betrokkenheid bij activiteiten die betekenisvol zijn voor de ondernemer en bij zijn ondernemersidentiteit passen. Deze *entrepreneurial passion* kan opgedeeld worden in twee componenten: een component met betrekking tot affectie, of intens positieve gevoelens; en een component met betrekking tot de ondernemersidentiteit, die kan worden beschouwd als een subjectief concept van zichzelf als persoon (Vignoles, Regalia, Manzi, Gollledge, & Scabini, 2006).

Ondernemende intenties worden gedefinieerd als de bereidheid van een individu om ondernemend gedrag te vertonen of deel te nemen aan ondernemersactiviteiten die verband houden met het starten van een nieuwe onderneming. Deze ondernemende intenties kunnen onderzocht worden aan de hand van de *Theory of planned behaviour*. Deze theorie beschrijft dat de intentie van een individu de centrale rol is om een bepaald gedrag uit te voeren en deze intentie zo dus een indicatie is van hoeveel inspanning deze van plan is te leveren om dat specifiek gedrag uit te voeren (Ajzen, 1991).

Voor dit kwalitatief onderzoek werd de *Theory of planned behaviour* lichtjes aangepast naar de *Adapted theory of planned behaviour* (ATPB) als specifieke toepassing op ondernemende intenties en op basis van de bekomen informatie uit de literatuurstudie. Bij deze *Adapted theory of planned behaviour* kunnen ondernemende intenties in drie conceptuele determinanten onderverdeeld worden: *Attitude Towards Entrepreneurship*, *Entrepreneurial Self-Efficacy* en *Perceived Behavioural Control*.

*Attitude Towards Entrepreneurship* is de gunstige of ongunstige evaluatie ten opzichte van ondernemend gedrag. *Entrepreneurial Self-Efficacy* is het zelfvertrouwen in uw eigen ondernemende kwaliteiten en *Perceived Behavioural Control* is het waargenomen gemak of de waargenomen moeilijkheid om een bepaald ondernemend gedrag uit te voeren.

Om de eerste deelvraag te beantwoorden is *entrepreneurial passion* essentieel bij het vormen van ondernemende intenties. Deze *entrepreneurial passion* is namelijk het startpunt in het proces om *entrepreneurial intentions* te vormen en heeft een positieve invloed op alle drie conceptuele determinanten van de *Theory of planned behaviour*. Deze drie determinanten kunnen op hun beurt ondernemende intenties met een hoge mate van nauwkeurigheid voorspellen.

Wat betreft de verschillende ondernemersidentiteiten werden er in dit kwalitatief onderzoek geen beduidende verschillen gevonden met betrekking tot dit model. Er werden namelijk millennial ondernemers bevraagd die allemaal verschillende ondernemersidentiteiten hebben, maar qua invloed van passie op de ondernemende intenties zijn hier geen duidelijke verschillen naar boven gekomen.

Wat betreft de tweede deelvraag is *entrepreneurial passion* zoals net aangehaald het startpunt in het proces om *entrepreneurial intentions* te vormen. Deze *entrepreneurial passion* heeft een positieve invloed op alle drie conceptuele determinanten van de *Adapted theory of planned behaviour* die dus als een gevolg van deze ondernemerspassie gezien kunnen worden.

Als je over een bepaalde mate van *entrepreneurial passion* beschikt, dan is je *Attitude towards entrepreneurship* daardoor ook automatisch gunstig. Het is uiteraard essentieel om deze gunstige evaluatie ten opzichte van ondernemend gedrag te hebben om achteraf ook effectief ondernemende intenties te kunnen hebben.

Het algemene besluit in verband met de relatie tussen *entrepreneurial passion* en *entrepreneurial self-efficacy* is dat je wordt aangezet door je passie om te leren en te groeien in zelfvertrouwen en

naarmate je dan een hogere mate van zelfvertrouwen verkrijgt, groeit deze passie hier nog verder in mee. Je blijft steeds meer en meer ondernemerspassie ontwikkelen naarmate je bezig bent met ondernemende activiteiten die je graag doet en waar je beter in wordt. Alles staat met elkaar in verband en kan in principe niet los gezien worden van het andere en gaat door elkaar gevoed worden.

Wat betreft de *Perceived behavioural control* kan besloten worden dat hoeveel risico je moet nemen natuurlijk sterk samenhangt met het waargenomen gemak om een bepaald ondernemend gedrag uit te voeren. Wanneer iets als moeilijk beschouwd wordt, gaat ondernemerspassie er voor zorgen dat je oplossingen gaat zoeken om deze moeilijke obstakels alsnog te overwinnen. Als je vanbinnen ervan overtuigd bent dat je het aankan en de passie groot genoeg is, zal je op de één of andere manier wel een oplossing proberen te zoeken om dat ondernemende gedrag alsnog te kunnen vertonen.

Om de onderzoeksvraag van deze masterproef te beantwoorden kan er geconcludeerd worden dat de verschillende aspecten van *entrepreneurial passion* de intentie om een onderneming te starten bij millennial ondernemers dus niet op een verschillende manier beïnvloeden, maar deze ondernemerspassie zeker wel essentieel is om ondernemende intenties te vormen. Deze *entrepreneurial passion* heeft namelijk een positieve invloed op alle drie conceptuele determinanten van de *Adapted theory of planned behaviour* die op hun beurt met een hoge mate van nauwkeurigheid ondernemende intenties kunnen voorspellen.

Uit dit onderzoek is dus gebleken op welke manier *entrepreneurial passion* invloed heeft op ondernemende intenties en hoe alle verschillende factoren van de ATPB met elkaar in verband staan. Ook de belangrijke rol die *Entrepreneurial self-efficacy* hierin speelt en familiale achtergrond hierin kan spelen is duidelijk geworden in dit onderzoek.

### **Kritische beschouwingen**

Een eerste beperking van dit onderzoek is dat het afnemen van de interviews niet optimaal kon verlopen door de huidige *COVID-19* pandemie en de overheidsmaatregelen die daarmee gepaard gingen. Minder ondernemers stonden daardoor open om een interview af te laten nemen en het grootste deel van de interviews die wel plaatsvonden, werd via *videocall* afgenomen. Dit zorgt automatisch voor een minder persoonlijk interview waardoor er mogelijk interessante antwoorden of bevindingen zijn achtergebleven.

Daarnaast bestaat er ook het gevaar dat er een soort van momentopname verkregen werd door de millennial ondernemers slechts op één bepaald moment te interviewen. Voor de doelstellingen van dit onderzoek zou een longitudinale aanpak idealer zijn geweest waarbij je een tiental millennial ondernemers op verschillende tijdstippen gedurende hun proces van intentie naar opstart naar groei opvolgt. Dit is uiteraard niet mogelijk bij een masterproef die in enkele maanden tijd geschreven wordt.



Ten slotte is er in dit onderzoek meer gefocust op wat de invloeden van *entrepreneurial passion* op *entrepreneurial intentions* zijn en welke rol deze in dit proces speelt en iets minder op specifieke oplossingen over hoe ondernemerschap gestimuleerd kan worden onder millennials. Voor verder onderzoek is het dus aangeraden om specifieke voorbeelden op te stellen om ondernemerschap verder te stimuleren en deze ook te testen in een kwantitatieve studie op een grote representatieve steekproef.

## INHOUDSOPGAVE

LIJST MET FIGUREN EN TABELLEN .....	9
HOOFDSTUK 1: INTRODUCTIE .....	11
1.1 Probleemstelling.....	11
1.2 Onderzoeksvragen.....	13
HOOFDSTUK 2: LITERATUURSTUDIE.....	15
2.1 Ondernemerschap bij Millennials .....	15
2.2 Ondernemende intenties .....	16
2.2.1 <i>Theory of planned behaviour</i> .....	16
2.2.2 Keuze van arbeidsstatus.....	18
2.3 <i>Entrepreneurial passion</i> .....	20
2.3.1 Algemeen.....	20
2.3.2 <i>Entrepreneurial self-efficacy</i> .....	21
HOOFDSTUK 3: KWALITATIEF ONDERZOEK.....	23
3.1 Onderzoeksmethodologie .....	23
3.1.1 Onderzoeksopzet.....	23
3.1.2 Dataverzameling.....	25
3.1.3 Data-analyse.....	25
3.2 Onderzoeksresultaten .....	26
3.2.1 Ondernemerschap bij millennials.....	27
3.2.1.1 Mogelijke oorzaken voor een lager niveau van ondernemerschap bij millennials .....	27
3.2.1.2 Voornaamste verschillen met voorgaande generaties van ondernemers .....	29
3.2.2 Ondernemende intenties .....	29
3.2.2.1 Belangrijkste invloeden op ondernemende intenties .....	29
3.2.2.2 Belangrijkste invloeden in de fase naar de effectieve opstart van de onderneming...	31
3.2.3 <i>Entrepreneurial passion</i> .....	32
3.2.3.1 De hulp van EP bij het vormen van ondernemende intenties.....	32
3.2.3.2 De hulp van EP bij het opstarten en uitbouwen van de onderneming.....	32
3.2.4 Theory of Planned Behaviour .....	34
3.2.4.1 Attitude towards entrepreneurship (ATE) .....	35
3.2.4.2 <i>Entrepreneurial self-efficacy</i> (ESE).....	35
3.2.4.3 Perceived behavioural control (PBC) .....	38
3.2.5 Model .....	39
3.2.5.1 EP .....	40
3.2.5.2 ATPB.....	40

3.2.5.3 EI .....	41
3.2.5.4 EA .....	42
HOOFDSTUK 4: DISCUSSIE .....	45
4.1 Beperkingen.....	45
4.2 Aanbevelingen.....	46
4.3 Conclusie eerste deelvraag.....	46
4.4 Conclusie tweede deelvraag.....	47
4.5 Geïntegreerde conclusie onderzoeksvraag .....	48
BRONNEN .....	49
BIJLAGEN.....	51
Appendix 1: Interviewprotocol.....	51
Appendix 2: Coderen “Ondernemerschap bij millennials” .....	54
Appendix 3: Coderen “Ondernemende intenties” .....	57
Appendix 4: Coderen “Entrepreneurial Passion” .....	61
Appendix 5: Coderen “Theory of Planned Behaviour” .....	63

## **LIJST MET FIGUREN EN TABELLEN**

*Figuur 1: Theory of planned behaviour ((Ajzen, 1991), p. 1)*

*Tabel 1: Overzicht van de interviews per case*

*Figuur 2: Model voor de invloed van entrepreneurial passion op de ondernemende intenties van millennial ondernemers*



## HOOFDSTUK 1: INTRODUCTIE

### 1.1 Probleemstelling

Ondernemerschap speelt zonder twijfel een zeer belangrijke rol in onze economie. Het zorgt voor een bijdrage aan duurzame economische groei en ontwikkeling aangezien het niet alleen werkgelegenheid schept, maar ook de uitgaven op de markten, kennisoverdracht en innovatie doet toenemen (Meyer & de Jongh, 2018). Wanneer iemand aan ondernemerschap denkt, denkt men vaak meteen aan de gepassioneerde ondernemer die alles zou doen voor zijn bedrijf. De volgende quote van Sam Walton, oprichter van de Wal-Mart Corporation, benadrukt zeer duidelijk het belang van passie in ondernemerschap: “*I think I overcame every single one of my personal shortcomings by the sheer passion I brought to my work. I don’t know if you’re born with this kind of passion, or if you can learn it. But I do know you need it* (Cardon & Kirk, 2015), p. 15).” Gezien het onzekere succes bij de lancering van nieuwe producten en diensten en de uitdagingen van de ontwikkeling van nieuwe organisaties met beperkte middelen, kan passie een belangrijke drijfveer worden voor het ondernemerschap (Cardon, Gregoire, Stevens, & Patel, 2013).

Ondanks de wijdverspreide fascinatie voor ondernemerspassie, is er tot nu toe erg weinig fundamenteel onderzoek gedaan naar de invloed van passie bij het vormen van ondernemende intenties (Cardon, Wincent, Singh, & Drnovsek, 2009; Moses, Olokundun, Akinbode, Agboola, & Inelo, 2016). *Entrepreneurial passion* is een specifiekere vorm van passie en komt overeen met ondernemerspassie. Cardon en collega's (Cardon, Wincent, et al., 2009) omschrijven *entrepreneurial passion* als bewust toegankelijke, positieve gevoelens die voortvloeien uit betrokkenheid bij activiteiten die betekenisvol zijn voor de ondernemer en bij zijn ondernemersidentiteit passen.

In het verleden werd onderzoek naar *entrepreneurial passion* altijd gehinderd door het ontbreken van een degelijk meetinstrument. Daar probeerden onderzoekers in de studie van Cardon (2013) verandering in te brengen. Ze ontwikkelden en valideerden een meetinstrument om ondernemerspassie en de dimensies ervan vast te leggen. Door dit meetinstrument te ontwikkelen werd er getracht toekomstig onderzoek naar ondernemerspassie in het ondernemerschap te vergemakkelijken en vooral ook ondernemerspassie te onderscheiden van andere affectieve en emotionele constructies. Dit deden ze door specifiek de twee dimensies van *entrepreneurial passion* te onderscheiden: intens positieve gevoelens en de drie verschillende rolidentiteiten. Door deze zes elk apart te berekenen en op te tellen wordt de totale ondernemerspassie bekomen. (Cardon et al., 2013)

Er zijn verschillende voorbeelden die het belang en de invloeden van passie op ondernemerschap illustreren. Zo kan passie bijvoorbeeld cruciaal zijn in het succes van een onderneming en het bereiken van diens uitdagende doelen. Verschillende ondernemers zijn namelijk geslaagd in hun ambities omdat ze een hoge mate van passie hadden voor hun persoonlijke ondernemersidentiteit. Dit komt doordat deze passie hun energie gericht hield op overkoepelende doelen en zo cognitieve mechanismen bevorderde. Deze cognitieve mechanismen konden daardoor veel moeilijker

belemmerd worden door tijdelijke tegenslagen of mislukkingen en dit heeft zo dus uiteraard een positief effect op het succes van de onderneming. (Bierly, Kessler, & Christensen, 2000; Cardon, Wincent, et al., 2009)

Ook kan ondernemerspassie creativiteit of inventief gebruik van beschikbare middelen stimuleren, wat leidt tot meer volharding in de ondernemersinspanningen en dient als een mechanisme dat de zelfzekerheid en volharding van een ondernemer met elkaar verbindt (Murnieks, Klotz, & Shepherd, 2020). Belangrijk is ook dat de passie van een ondernemer zich bij het opstarten van een onderneming kan manifesteren als een positief signaal voor investeerders (Sudek, 2006) en bij het aantrekken en motiveren van belangrijke medewerkers (Cardon, 2008). Daarom hebben onderzoekers aangedrongen op een breder begrip van passie als een centraal element voor ondernemersinspanningen (Cardon, Sudek, & Mitteness, 2009). Ten slotte heeft ondernemerspassie bijvoorbeeld ook nog een positieve relatie met de tijd die oprichters in de groeifase in hun onderneming investeren. Kortom, passie motiveert ondernemers om de handen uit de mouwen te steken en buitengewoon hard te werken aan de groei van hun onderneming (Murnieks et al., 2020).

Er kan dus geconcludeerd worden dat *entrepreneurial passion* een zeer belangrijk element is wanneer er gesproken wordt over ondernemerschap. Toch is er over de mechanismes van passie verrassend weinig informatie te vinden, bijvoorbeeld op welke manier en in welke mate deze passie invloed heeft op ondernemerschap zelf. In deze masterproef zal daarom specifiek de invloed van ondernemerspassie op ondernemende intenties onderzocht worden. Ondernemende intenties kunnen het best beschreven worden aan de hand van de *Theory of planned behaviour* (Ajzen, 1991). Deze theorie is ontworpen om menselijk gedrag in specifieke contexten te voorspellen en te verklaren en wordt verder toegelicht in Hoofdstuk 2. Het is nodig om de mechanismes van *planned behaviour* te analyseren en erachter te komen welke factoren ondernemende intenties determineren.

In dit onderzoek zal er in tegenstelling tot vele voorgaande onderzoeken gefocust worden op de ondernemende intenties van *millennials* die achteraf ook effectief de stap naar het ondernemerschap succesvol gezet hebben. Er werd gekozen voor één bepaalde doelgroep van ondernemers, namelijk de ietwat jongere, millennial ondernemers omdat dit zo het duidelijkste beeld zou geven aan de hand van een kwalitatief onderzoek. Er bestaat al heel wat onderzoek over millennials als werknemer, maar het onderzoek naar millennials als ondernemers is nog zeer beperkt. Er is meer onderzoek nodig om inzicht te verkrijgen in de manier waarop fundamentele kenmerken van millennials hun ondernemersmotivatie beïnvloeden en hun ondernemerssucces vergemakkelijken of belemmeren (Liu, Zhu, Serapio, & Cavusgil, 2019). Deze millennial ondernemers zullen uit verschillende vakgebieden worden gekozen om zo toch nog een voldoende breed beeld te krijgen van deze specifieke doelgroep.

Door specifiek te focussen op millennials die achteraf ook effectief de stap naar het ondernemerschap succesvol gezet hebben, vult dit onderzoek een gap in de literatuur die ontstond doordat voorgaande onderzoeken veelal gevoerd werden op basis van bevragingen bij studenten. Hiervan konden de ondernemende intenties wel gemeten worden, maar was dit in de realiteit uiteraard nog een groot verschil met effectief de stap naar ondernemerschap succesvol te zetten. Bij studenten kan deze

intentie dus even goed een korte momentopname zijn, terwijl bij millennial entrepreneurs effectief iets met die passie gedaan is. Verder is het ook zeer relevant om dieper op millennials in te zoomen omdat zij momenteel de generatie zijn die het meest actief is op de huidige arbeidsmarkt en dus ook wat betreft ondernemerschap het hardst zijn stempel drukt. Millennials zijn vandaag de dag de generatie die varieert van pas afgestudeerden tot personen met maximum 20 jaar aan werkervaring. Omdat deze groep personen nog relatief jong is, is het ook deze generatie die voor de komende 30 jaar nog een grote invloed op de arbeidsmarkt zal hebben en het dus belangrijk is om hier een beter beeld van te krijgen.

## 1.2 Onderzoeksvragen

Gezien het belang van *entrepreneurial passion* zijn er reeds een heel aantal onderzoeken naar dit onderwerp uitgevoerd. Deze ondernemerspassie heeft invloed op een groot aantal elementen in het ondernemerschap zoals vermeld in Hoofdstuk 1.1. Toch bestaat er nog te weinig onderzoek over de impact van de passie van een ondernemer op zijn of haar ondernemende acties en de verbanden tussen passie en individueel ondernemersgedrag (Murnieks, Mosakowski, & Cardon, 2014). In deze masterproef zal er daarom gefocust worden op de invloed van deze passie op ondernemende intenties, in het bijzonder bij *millennial entrepreneurs*. *Millennial entrepreneurs* zijn geboren in de jaren 80 en 90 (Liu et al., 2019; Twenge & Campbell, 2012), of meer specifiek tussen 1982 en 1999 (Wilmoth, 2016). De *Millennial Generation* wordt ook wel eens Gen Y genoemd en zijn de opvolgers van de Gen Xers, geboren tussen 1965 en 1980 (Tanner, 2010). Verder zijn er nog de *Traditionalists*, geboren tussen 1925 en 1945, en de *Baby Boomers*, geboren tussen 1946 en 1964. Gevormd door dezelfde economische, sociale en politieke tijden en beïnvloed door dezelfde sociale kenmerken en gebeurtenissen die zich in kritieke fasen van hun leven hebben voorgedaan, brengen deze verschillende generaties verschillende sterke en zwakke punten mee naar de werkplek (Tanner, 2010). Zo hebben *millennials* bijvoorbeeld de snelle technologische vooruitgang en de globalisering van bedrijven vanop de eerste rij kunnen volgen. Hierdoor zouden ze één van de grootste ondernemersgeneraties ooit kunnen worden in een wereld waar dingen als *Artificial Intelligence* en *Blockchain* op het punt staan om de wereld drastisch te veranderen (Liu et al., 2019).

De onderzoeksvraag van deze masterproef luidt daarom als volgt: "Wat is de invloed van *entrepreneurial passion* op de intentie om een onderneming te starten bij *millennial entrepreneurs*?". Om deze centrale onderzoeksvraag zo duidelijk mogelijk te kunnen beantwoorden, zullen er twee deelvragen gesteld worden om het onderzoek beter af te bakenen. Deze twee deelvragen zijn:

- Op welke manier beïnvloeden de verschillende aspecten van *entrepreneurial passion* de intentie om een onderneming te starten bij *millennial entrepreneurs*?
- Wat is de rol van *entrepreneurial passion* in het bevorderen van de *attitude towards the behaviour* (ATB), *perceived behavioural control* (PBC) en *entrepreneurial self-efficacy* (ESE) van *millennial entrepreneurs*?

Met de eerste deelvraag wordt er gefocust op de verschillende aspecten van *entrepreneurial passion* en met de tweede deelvraag wordt er gefocust op de verschillende aspecten van de *Theory of Planned*



*Behaviour*. Uiteindelijk is het dan de bedoeling om tot een model te komen dat deze verschillende aspecten van EP linkt met de aspecten van de *Theory of Planned Behaviour* en op basis daarvan een antwoord te formuleren op de onderzoeksvraag van deze masterproef.

Deze onderzoeksvragen zullen onderzocht worden aan de hand van een inleidende literatuurstudie gevolgd door een kwalitatief onderzoek aan de hand van een tiental interviews. In de inleidende literatuurstudie worden er definities en meer uitleg gegeven aan begrippen en onderwerpen die relevant zijn voor dit onderzoek. Dit zijn ondernemende intenties, *entrepreneurial passion* en ondernemerschap bij millennials. Deze definities en uitleg worden achteraf getoetst aan de werkelijkheid aan de hand van de ervaringen van de geïnterviewde millennial ondernemers in het kwalitatief onderzoek. Ten slotte wordt er dan een model opgesteld en worden de bevindingen en antwoorden op de onderzoeksvragen besproken in de Hoofdstuk 4 Discussie van deze masterproef.

## HOOFDSTUK 2: LITERATUURSTUDIE

### 2.1 Ondernemerschap bij Millennials

Millennials zijn geboren in de jaren 80 en 90 (Liu et al., 2019; Twenge & Campbell, 2012), of meer specifiek tussen 1982 en 1999 (Wilmoth, 2016). De *Millennial Generation* wordt ook wel eens Gen Y of NetGen genoemd (Burke & Ng, 2006). Deze specifieke generatie wordt natuurlijk gekenmerkt door de jaren waarin ze zijn geboren, maar vooral ook door de belangrijke veranderingen die zich in de loop van hun leven hebben voorgedaan. Voorbeelden hiervan zijn de snelle ontwikkeling van de technologie, de globalisering, geavanceerde communicatie en het groeiend belang van sociale waarden zoals bijvoorbeeld *Corporate Social Responsibility*. Zo willen ze graag dat hun persoonlijke waarden *matchen* met deze van het bedrijf waarvoor ze werken en hebben ze bijvoorbeeld ook andere kenmerken als andere generaties op gebied van *work-life balance*. (Liu et al., 2019)

Er zijn een heel aantal voorbeelden van succesvolle *millennial entrepreneurs* zoals bijvoorbeeld Mark Zuckerberg, oprichter en CEO van Facebook, Brian Chesky, medeoprichter en CEO van Airbnb, en Kevin Systrom, medeoprichter en CEO van Instagram. De wereldeconomie ontwikkelt zich snel en biedt grote kansen aan millennials over heel de wereld om te ondernemen. Ondernemerschap en nieuwe bedrijven zijn belangrijk voor zowel werkgelegenheid als innovatie. Een laag ondernemerschap onder millennials betekent minder nieuwe bedrijven en kan daarom negatieve gevolgen hebben op de economische groei. Resultaten van oudere generaties wijzen er echter wel op dat een lage zelfstandigheid onder millennials deel uitmaakt van een bredere afname van het niveau van zelfstandig ondernemerschap die ook de voorgaande generaties al hadden ingezet. (Wilmoth, 2016)

Tot nu toe zorgt de generatie van millennials namelijk slechts voor een relatief laag niveau van ondernemerschap. Volgens het Amerikaanse *Small Business Administration Office of Advocacy* was in 2014 slechts 2% van de millennials zelfstandig ondernemer. Ook bij het bereiken van de leeftijd van 30 jaar hebben millennials een lagere zelfstandigheid, namelijk 4%, in vergelijking met 5,4% voor Generation X en 6,7% voor Baby Boomers (Wilmoth, 2016). Dit is een opvallende bevinding aangezien het onderwijsniveau op een historisch hoog niveau ligt en voorafgaand onderzoek een significant positief verband tussen onderwijs en ondernemerszin heeft aangetoond (Struckell, 2019). Dit lagere ondernemerschap onder de millennials kan worden toegeschreven aan een beperkte financiële onafhankelijkheid en werkervaring gezien hun jonge leeftijd en ook een vertraagde start van hun carrière als gevolg van hoger onderwijs. Toch zouden millennials één van de grootste ondernemersgeneraties ooit kunnen worden omdat zij de eerste generatie zijn die zich volledig thuis voelen in de digitale wereld. Nieuwe technologische innovaties zoals *The Internet of Things*, *Artificial Intelligence* en *BlockChain* staan op het punt om de wereld drastisch te veranderen. (Liu et al., 2019)

Andere verklaringen voor dit lagere niveau van ondernemerschap bij millennials zijn de buitensporige belastingen en regelgevingen (Casselmann, 2017), de toegang tot kapitaal (Buchanan, 2015; Wilmoth, 2016) en de toenemende macht van multinationals die kleinere concurrenten verstikken.

Ook wordt beweerd in de studie van Struckell (2019) dat de gemeenschappelijke kenmerken van millennials gewoon niet overeenkomen met de gemeenschappelijke kenmerken van ondernemers.

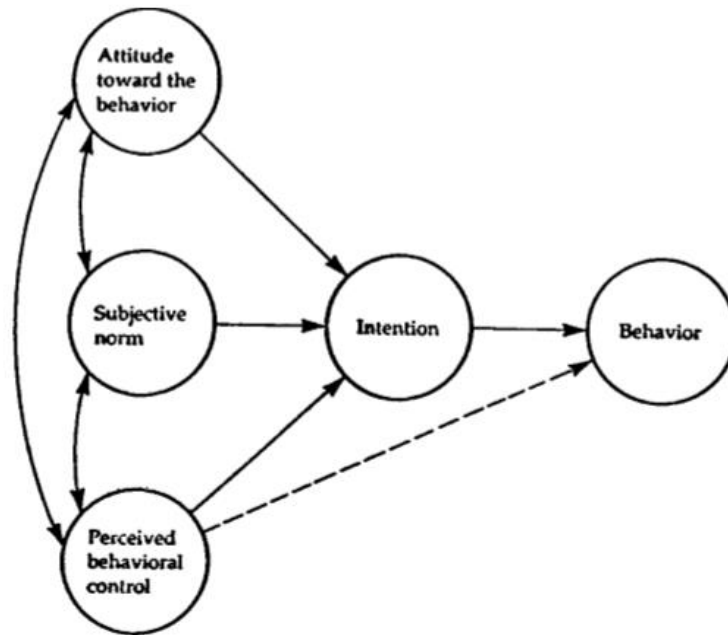
## **2.2 Ondernemende intenties**

### **2.2.1 Theory of planned behaviour**

Ondernemende intenties worden gedefinieerd als de bereidheid van een individu om ondernemend gedrag te vertonen of deel te nemen aan ondernemersactiviteiten die verband houden met het starten van een nieuwe onderneming. *Entrepreneurial intentions* zijn een weerspiegeling van innerlijke moed, ambitie en een gevoel van onafhankelijkheid (Zain, Akram, & Ghani, 2010). Het potentieel van een individu om ondernemer te worden kan niet worden benut, tenzij hij of zij de intentie heeft om ondernemer te worden (Bird, 1988).

Deze ondernemende intenties kunnen onderzocht worden aan de hand van de *Theory of planned behaviour* (Ajzen, 1991). Deze theorie is ontworpen om menselijk gedrag in specifieke contexten te voorspellen en te verklaren. De theorie beschrijft dat de intentie van een individu de centrale rol is om een bepaald gedrag uit te voeren. De intentie van een individu is zo dus een indicatie van hoeveel inspanning deze van plan is te leveren om dat specifiek gedrag uit te voeren. Hoe sterker de intentie om een gedrag uit te voeren, hoe waarschijnlijker het is dat dat gedrag dan wel degelijk zal worden uitgevoerd. (Ajzen, 1991)

De *Theory of planned behaviour* beschrijft de intentie aan de hand van drie conceptueel onafhankelijke determinanten (zie Figuur 1). De eerste is de houding ten opzichte van een bepaald gedrag en verwijst naar de mate waarin een individu een gunstige of ongunstige evaluatie of beoordeling van het gedrag in kwestie heeft. De tweede determinant is een sociale factor die subjectieve norm wordt genoemd. Deze subjectieve norm verwijst naar de waargenomen sociale druk om een bepaald gedrag al dan niet uit te voeren. De derde determinant van intentie is de mate van *perceived behavioral control* die verwijst naar het waargenomen gemak of de waargenomen moeilijkheid om een bepaald gedrag uit te voeren. (Ajzen, 1991)



Figuur 1: Theory of planned behaviour ((Ajzen, 1991), p. 182)

Als algemene regel van de theorie geldt dat hoe gunstiger de houding en de subjectieve norm en hoe groter de waargenomen gedragscontrole met betrekking tot een bepaald gedrag, hoe sterker de intentie van een individu zou moeten zijn om het betreffende gedrag uit te voeren. Het relatieve belang van de houding, de subjectieve norm en de gepercipieerde gedragscontrole in de voorspelling van de intentie zal variëren in verschillende situaties en gedragingen. Deze drie determinanten zijn daarom mogelijk ook afhankelijk van de mate van aanwezigheid van *entrepreneurial passion* bij de *millennial entrepreneurs* die kwalitatief onderzocht worden in dit onderzoek. Zo kan in sommige toepassingen bijvoorbeeld gevonden worden dat alleen houdingen een significante invloed hebben op de intentie, terwijl voor andere gedragingen gevonden wordt dat de subjectieve norm en gepercipieerde gedragscontrole voldoende zijn om intenties te verantwoorden. Er kan op basis van de theorie en op basis van *Figuur 1* geconcludeerd worden dat houding, subjectieve normen en waargenomen controle over een gedrag de gedragsintenties met een hoge mate van nauwkeurigheid kunnen voorspellen. Op hun beurt kunnen deze intenties, in combinatie met waargenomen gedragscontrole, een aanzienlijk deel van gedragingen verklaren. (Ajzen, 1991)

Het onderzoek van Ajzen dateert echter al van 1991. Ondertussen is er natuurlijk al veel extra onderzoek gedaan naar de *Theory of Planned Behaviour* en zijn met dit model heel wat toepassingen ervan onderzocht, ook rond de invloed van *entrepreneurial passion*. Zeker omdat Ajzen zelf aangaf dat hij openstaat voor bijkomende voorspellers die het gedrag verder zouden verduidelijken (Karimi, 2020). Veel studies suggereren echter dat *subjective norm* geen op zichzelf staande impactvariabele is van ondernemersintentie (Autio, H. Keeley, Klofsten, GC Parker, & Hay, 2001; Krueger Jr, Reilly, & Carsrud, 2000; Liñán & Chen, 2009) en dat er veel verschillende factoren bepalen in hoeverre de subjectieve norm de ondernemersintentie voorspelt (Armitage & Conner, 2001). Er is dan ook nauwelijks een vaste theoretische verklaring voor het precieze effect van subjectieve normen op

*entrepreneurial intentions* (Moses et al., 2016). Daarom zal in het kader van deze masterproef, net als in het onderzoek van Moses et al. (2016), de aanpassing van de *Theory of Planned Behaviour* gedaan worden om geen subjectieve normen als antecedent van intentie op te nemen. Er zijn verder ook nog veel andere studies waar de subjectieve norm wordt weggelaten uit het model, zoals in het onderzoek van Neneh (2020) waar subjectieve norm vervangen wordt door sociale steun, en Murnieks et al. (2014) waar het volledig weggelaten wordt.

Karali stelde in 2013 dat *self-efficacy*, in tegenstelling tot de *subjective norm*, wel helpt om de voorspellingen van intenties te verbeteren als toepassing van de *Theory of Planned Behaviour* (Karali, 2013). Zo zou dus ook de *entrepreneurial self-efficacy* een positieve invloed hebben bij het aansturen van ondernemend gedrag. Het argument hiervoor is dat een persoon die gepassioneerd is door een bepaalde activiteit eerder geneigd zal zijn om zijn vaardigheden te ontwikkelen om die specifieke activiteit beter te kunnen uitvoeren en deze taak tot een goed einde te brengen. Hierdoor is hij dus meer gemotiveerd om ondernemend bezig te zijn en heeft dit zo dus invloed op de *entrepreneurial intentions* (Neneh, 2020). Deze *self-efficacy* weerspiegelt het oordeel van een individu over de mate van succes die hij beoogt te kunnen behalen bij het uitvoeren van een specifieke taak of het omgaan met bepaalde situaties (Moses et al., 2016). Wanneer het gaat over *entrepreneurial self-efficacy* komt dit dus een beetje overeen met het zelfvertrouwen dat een ondernemer in zijn eigen kwaliteiten heeft om een bepaalde taak tot een goed einde te brengen (Zhao, Seibert, & Hills, 2005). Deze *self-efficacy* wordt later in Hoofdstuk 2.3.2 nog uitgebreid besproken.

*Perceived behavioral control* is totaal niet hetzelfde, maar hangt logischerwijs wel sterk samen met *entrepreneurial self-efficacy*. Wanneer een ondernemer een hoge mate van zelfvertrouwen heeft om een bepaalde taak tot een goed einde te brengen, zal dit een positieve invloed hebben op het waargenomen gemak om die taak dan ook tot een goed einde te brengen. Dit wordt ook bevestigd in de literatuur. Daaruit blijkt dat *self-efficacy* samen met controleerbaarheid (de mate waarin de prestatie beïnvloed wordt door de ondernemer zelf) een zeer grote invloed hebben op deze *Perceived behavioral control* (Ajzen, 2002).

### **2.2.2 Keuze van arbeidsstatus**

Verder blijkt uit het onderzoek *Prediction of employment status choice intentions* (Kolvereid, 1996) dat de *Theory of planned behaviour* ook gebruikt kan worden om intenties van de keuze van arbeidsstatus te voorspellen. Houding, subjectieve normen en gepercipieerde gedragscontrole dragen allemaal in belangrijke mate bij aan de verklaring van deze intenties van een individu. Het voorspellen van de arbeidsstatus wordt in het onderzoek gedefinieerd als de intentie om een beroep uit te oefenen als loontrekkende of als zelfstandige. Wanneer er in deze masterproef dus onderzoek gedaan wordt naar het opstarten van een eigen onderneming, wordt dit gezien als de keuze van beroepsstatus van een (zelfstandige) ondernemer.

Een zeer belangrijke bevinding uit het onderzoek van Kolvereid (1996) is dat ondernemende intenties vooral bepaald worden door factoren die kunnen worden gewijzigd en niet door demografische kenmerken die niet kunnen worden gewijzigd. Dit is zeer interessant omdat er hierdoor dus kan

ingespeeld worden op de bevolking om hogere ondernemende intenties te bekomen door gunstigere factoren in verband met ondernemerschap te creëren. Verder blijkt ook dat bevindingen van ondernemersactiviteit niet enkel afhankelijk zijn van de wenselijkheid en haalbaarheid van ondernemerschap, maar ook van de wenselijkheid en haalbaarheid van werkgelegenheid. Zo kunnen de ondernemersactiviteiten in een land afnemen wanneer werknemers meer werkzekerheid, kortere werktijden of langere vakanties krijgen. Onder dergelijke omstandigheden wordt het zelfstandig ondernemerschap een minder gewenst alternatief. (Kolvereid, 1996)

Aangezien hogere ondernemende intenties dus een gevolg kunnen zijn van factoren die gewijzigd kunnen worden, onderzocht Moses et al. (2016) bijvoorbeeld de invloed van *entrepreneurship education* op ondernemende intenties. Deze studie stelt dat *entrepreneurial passion* gestimuleerd kan worden door een effectieve aanpak van het ondernemerschapsonderwijs en zo gunstige studies omtrent ondernemerschap de vorming van ondernemende intenties binnen het volk kunnen versterken of vergroten. Dit is slechts één van de voorbeelden hoe verschillende factoren de ondernemende intenties kunnen bepalen en zo voor de arbeidsstatus van zelfstandige ondernemer te kiezen (Moses et al., 2016). Dit is in het licht van het onderzoek naar ondernemende intenties van millennials wel een belangrijk punt. Hoewel het onderwijsniveau op een historisch hoog niveau ligt, zorgen millennials toch maar voor een relatief laag niveau van ondernemerschap. Is dit dan eerder te wijten aan het feit dat al deze opleidingen daarom niet per se als een veel hogere *entrepreneurship education* gezien mogen worden? Verder zijn er natuurlijk ook nog de eerder benoemde andere mogelijke oorzaken zoals bijvoorbeeld de buitensporige belastingen en regelgevingen die dit kunnen beïnvloeden. (Casselmann, 2017)

Daarnaast onderzocht Kolvereid (1996) ook de impact van familieachtergrond, geslacht en eerdere ervaringen met zelfstandige arbeid op de intenties voor de keuze van de arbeidsstatus. In onderzoek van Robinson et al. (Robinson, Stimpson, Huefner, & Hunt, 1991) wordt er namelijk gesteld dat er geen direct verband is tussen demografische variabelen en ondernemend gedrag. Het is de specifieke reactie op omstandigheden, niet een bepaalde set van demografische kenmerken, die het gedrag bepaalt. Uit het onderzoek bleek dus dat demografische kenmerken slechts indirect de intenties beïnvloeden. Deze bevinding wordt in Hoofdstuk 3: Kwalitatief Onderzoek verder onderzocht. Intenties blijken daarentegen wel een significante correlatie te hebben met eerdere zelfstandigheid en geslacht. Zo hebben respondenten met eerdere ondernemerservaring een significant hogere voorkeur voor zelfstandig ondernemerschap dan respondenten zonder dergelijke ervaring. Mannen hebben ook een significant hogere voorkeur voor zelfstandig ondernemerschap dan vrouwen. (Kolvereid, 1996)

Ook het onderzoek van Moses et al. (2016) weerlegt de bewering dat ondernemers worden geboren en niet gemaakt. Dit zou namelijk betekenen dat ondernemers individuen zijn met eigenaardige genen die ontstaan als gevolg van genetische overerving. Deze mythe was gelukkig al iets langer gedemystificeerd omdat verschillende studies aantoonde dat elk individu het potentieel heeft om ondernemer te worden door middel van het onderwijsproces (Barringer & Ireland, 2010; Gelard & Saleh, 2011).

## **2.3 Entrepreneurial passion**

### **2.3.1 Algemeen**

De voornaamste definitie van *entrepreneurial passion* komt uit het de literatuur van Cardon (Cardon, Wincent, et al., 2009). Daarin wordt *entrepreneurial passion* gedefinieerd als bewust toegankelijke, positieve gevoelens die voortvloeien uit betrokkenheid bij activiteiten die betekenisvol zijn voor de ondernemer en bij zijn ondernemersidentiteit passen. Deze *entrepreneurial passion* kan opgedeeld worden in twee componenten: een component met betrekking tot affectie, of intens positieve gevoelens; en een component met betrekking tot de ondernemersidentiteit, die kan worden beschouwd als een subjectief concept van zichzelf als persoon (Vignoles et al., 2006). Deze passie wordt niet aangewakkerd omdat sommige ondernemers van nature dergelijke gevoelens ervaren, maar eerder omdat ze bezig zijn met een activiteit die betekenisvol is voor hen en bij hun ondernemersidentiteit past (Cardon, Wincent, et al., 2009). In Hoofdstuk 1.1 werd het belang van *entrepreneurial passion* met betrekking tot ondernemerschap reeds uitvoerig beschreven.

Ondernemerspassie gaat gepaard met betrokkenheid bij een centrale rol. Bij deze centrale rol zijn er drie verschillende rolidentiteiten die relevant zijn voor ondernemerschap en zo bij de ondernemersidentiteit van een bepaalde ondernemer passen: als uitvinder, als oprichter of als ontwikkelaar. Op deze manier kan er een onderscheid verduidelijkt worden tussen passie en om het even welke positieve emotie (Cardon, Wincent, et al., 2009). Door een model van *entrepreneurial passion* te ontwikkelen dat zowel de dimensie van intense positieve gevoelens als de verschillende rolidentiteiten omvat, draagt dit bij aan een verfijnde theoretische conceptualisatie van passie (Cardon et al., 2013).

Studies die onderzoeken wat passie is of wat het doet, moeten daarom een onderscheid proberen te maken voor wat de ondernemers specifiek passie hebben. Dit betekent tevens ook dat de ervaring van ondernemerspassie niet uniform hoeft te zijn voor alle drie de domeinen. Sommige ondernemers kunnen meer gepassioneerd zijn voor bepaalde activiteiten en minder voor andere. Ondernemers met een opvallende uitvindersidentiteit ervaren bijvoorbeeld een grote mate van passie als ze zich bezighouden met activiteiten waarbij ze op zoek gaan naar nieuwe ideeën, sleutelen aan nieuwe productontwikkeling of de omgeving aftasten op marktverstoringe mogelijkheden. (Cardon, Wincent, et al., 2009).

De theorieën van Cardon suggereren dat wanneer *entrepreneurial passion* eenmaal wordt gestimuleerd als gevolg van betrokkenheid bij ondernemersgerelateerde activiteiten die bij de identiteit van een individu passen, dit uitmondt in een uitgebreide ervaring ervan. Deze ervaring brengt een betrokkenheid van de hersenen en het lichaam met zich mee die kan leiden tot nieuwe beoordelingen van situaties en nieuwe gedragingen. Deze hersen- en lichaamsreacties functioneren niet als onafhankelijke en losgekoppelde reacties, maar eerder als een gesynchroniseerd patroon dat in de loop van de tijd in stand wordt gehouden. Zo helpt de ervaring van passie om de inspanningen

van een ondernemer aan te passen en om te gaan met de verschillende uitdagingen in de ondernemerswereld. (Moses et al., 2016)

Passie op zichzelf is een motivatieconstructie die zeer specifiek is per domein. Bij passie horen namelijk bepaalde doelen en die doelen zijn dus gerelateerd aan bepaalde specifieke activiteiten. In de mate dat de activiteiten verschillen tussen verschillende domeinen, verschilt de passie ervoor ook. Zo is bijvoorbeeld de passie van een muzikant voor het beoefenen van de viool in een zoektocht naar het perfectioneren van het spelen van een bepaalde compositie anders dan de passie van een ondernemer om lange uren te werken aan het overwinnen van steeds wisselende hindernissen die het zakelijk succes in de weg staan. In beide gevallen gaat het om passie in de vorm doorzettingsvermogen, maar in het ene geval gaat het om de herhaling in de zoektocht naar perfectie terwijl het in het andere geval gaat om vastberadenheid en aanpassingen om te slagen in een dynamische omgeving. (Baron, 2008; Busenitz et al., 2003)

In de studie van Cardon (Cardon et al., 2013) is een *Measurement Model* opgebouwd en wordt uitgelegd hoe dit in verder onderzoek gebruikt kan worden. De drie verschillende domeinen van passie moeten hiervoor apart besproken en berekend worden en ook de twee dimensies van positieve gevoelens en de ondernemersidentiteit moeten hierin geïntegreerd worden. De totale *entrepreneurial passion* (EP) kan dan berekend worden door de EP van alle drie de afzonderlijke domeinen op te tellen. De EP van deze domeinen is op zijn beurt bekomen door het optellen van de IPF (*Intense Positive Feelings*) en de IC (*Identity Centrality*).

Ten slotte is *entrepreneurial passion* ook nog een antecedent van *entrepreneurial motivation* en heeft het hier dus ook aanzienlijke invloed op. Op het meest algemene niveau is de motivatie om een bedrijf te starten de drijvende kracht achter de latere ondernemersactiviteit. In vroegere literatuur in verband met *entrepreneurial motivation* werd het vooruitzicht op financieel gewin als primaire motief voor ondernemerschap aanzien. Hoewel veel literatuur het belang van deze financiële motivatie bevestigen, ondersteunen empirische gegevens toch dat niet economische motivatie, maar ondernemende motivatie de primaire drijfveer voor ondernemerschap is. (Murnieks et al., 2020)

### **2.3.2 Entrepreneurial self-efficacy**

Een andere bevinding in verband met *entrepreneurial passion* is dat het een gevolg is van *entrepreneurial self-efficacy* en dat het een antecedent is van *entrepreneurial persistence* (Cardon & Kirk, 2015). Van deze invloed is er enkel sprake wanneer het gaat over passie voor uitvinden en passie voor oprichten. Wanneer het gaat over passie voor ontwikkelen is dit echter niet het geval. Ook bleek in Hoofdstuk 2.1.1 dat deze *self-efficacy* een aanzienlijke invloed heeft op ondernemende intenties. *Self-efficacy* is het vertrouwen dat mensen hebben in hun eigen vermogen om specifiek gedrag in verschillende omstandigheden uit te voeren. Het komt dus zowat overeen met de zelfzekerheid die een ondernemer over zichzelf heeft om een bepaalde taak tot een goed einde te brengen. Bijvoorbeeld wanneer een ondernemer zich bewust is van zijn capaciteiten om taken uit te voeren die nodig zijn om een nieuwe onderneming te starten of te runnen. Als hij hierbij echt gelooft



in zijn capaciteiten heeft hij meer kans om die taken weldegelijk tot een goed einde te brengen of te blijven volharden om er in te slagen. (Cardon & Kirk, 2015)

Gevoelens van *self-efficacy* bij het nastreven van ondernemerschap kunnen ondernemers meer gepassioneerd maken omdat mensen de neiging hebben zich te identificeren met activiteiten waar ze goed in zijn. Wanneer hun zelfverzekerdheid leidt tot passie voor een activiteit, blijkt hun passie op zijn beurt weer te leiden tot doorzettingsvermogen in het ondernemerschap. Deze bevinding geldt in ieder geval voor de passie voor het uitvinden en de passie voor het oprichten van een onderneming. (Cardon & Kirk, 2015)

Ondernemende volharding, doorzettingsvermogen of *persistence* zijn om een aantal redenen belangrijk voor het succes van een onderneming. Deze volharding helpt ondernemers niet alleen om de complexe uitdagingen van het ondernemersproces na de start van een bedrijf te doorstaan, maar helpt hen ook om hun inspanningen te ondersteunen gedurende de tijd die nodig is om een bedrijf te starten (Chen, Su, & Wu, 2012). Toch moet er zeker ook opgelet worden met deze *persistence*. Volharding is namelijk niet altijd positief. Wanneer het bijvoorbeeld echt genoodzaakt is om onderneming te sluiten, maar men door zijn passie en blinde volharding dit toch niet los kan laten, kan dit veel overbodige kosten met zich meebrengen. (Cardon & Kirk, 2015)

Uit onderzoek blijkt dat eerdere ondernemerservaring een aanzienlijk grote invloed heeft op het niveau van *self-efficacy* en een positieve houding ten opzichte van ondernemende intenties. Dit heeft op zijn beurt dan ook een grote invloed op de *Theory of Planned Behaviour* aangezien zowel houding als *entrepreneurial self-efficacy* dan positief zijn en enkel nog de *perceived behavioral control* een grote rol speelt om gedragsintenties met een hoge mate van nauwkeurigheid te voorspellen. Dit komt doordat personen met eerdere ervaring meer vertrouwen in hun vermogen hebben om hun ondernemend gedrag te herhalen (Basu & Virick, 2008).

De belangrijkste bevindingen van deze literatuurstudie worden in Hoofdstuk 3 verder onderzocht en geëvalueerd aan de hand van het kwalitatief onderzoek bij *millennial entrepreneurs* uit deze masterproef.

## HOOFDSTUK 3: KWALITATIEF ONDERZOEK

### 3.1 Onderzoeksmethodologie

#### 3.1.1 Onderzoeksopzet

Om de onderzoeksvragen van deze masterproef te kunnen beantwoorden, werd er onderzoek gedaan naar verschillende aspecten die allemaal een invloed kunnen hebben op de ondernemende intenties van millennial ondernemers. Deze onderzoeksvragen zijn "Op welke manier beïnvloeden de verschillende aspecten van *entrepreneurial passion* de intentie om een onderneming te starten?" en "Wat is de rol van deze *entrepreneurial passion* in het bevorderen van de *Attitude Towards Entrepreneurship* (ATE), *Entrepreneurial Self-Efficacy* (ESE) en *Perceived Behavioural Control* (PBC)?"

Hiervoor werd er een kwalitatief onderzoek uitgevoerd aan de hand van interviews en zo werd er een veel duidelijker beeld bekomen van deze aspecten en begrippen. Kwalitatief onderzoek was aangeraden voor deze onderzoeksvragen omdat er over het topic bij deze doelgroep nog een eerste verkenning gedaan moest worden en omdat het daarvoor nodig was om de problematiek onder natuurlijke omstandigheden te onderzoeken (Reulink & Lindeman, 2005). Verder was het interessant om het proces achter de rol van passie in zijn context te achterhalen uit de eigen ervaringen van *millennial entrepreneurs*.

Door dit te onderzoeken was het uiteindelijk de bedoeling om tot een model te komen dat de verschillende aspecten van *entrepreneurial passion* linkt met de verschillende aspecten van de *Theory of Planned Behaviour*. Op basis daarvan kon dan hopelijk een antwoord geformuleerd worden op de onderzoeksvraag van deze masterproef, namelijk "Wat is de invloed van *entrepreneurial passion* op de intentie om een onderneming te starten bij *millennial entrepreneurs*?". De dataset omvatte interviews met elf millennial ondernemers van negen verschillende ondernemingen. Er werd dus enkel gefocust op de oprichters van de ondernemingen om zo een duidelijker beeld te krijgen over zijn/haar ervaringen en meningen rond ondernemerschap.

De elf ondernemers werden om te beginnen geselecteerd op basis van hun leeftijd en moesten geboren zijn tussen 1982 en 1999 om binnen de categorie van millennials te vallen. Verder werd er ook gekeken naar hun geslacht en het type bedrijf of specialisaties die de verschillende ondernemers hadden om zo representatief mogelijke resultaten te bekomen. Op deze manier werd er dan weldegelijk ingezoomd op de jongere generatie van millennial ondernemers, maar werd dit hierbinnen dan wel zo breed mogelijk gehouden waardoor de resultaten geen vertekend beeld zouden kunnen geven. Dit kwalitatief onderzoek vult een gap in de literatuur door specifiek te focussen op millennial ondernemers die achteraf ook effectief de stap naar het ondernemerschap succesvol gezet hebben. Dit is een groot verschil met onderzoek bij studenten waar enkel de ondernemende intenties bevraagd en gemeten kunnen worden. Bij deze onderzoeken kon niet meegenomen worden of die intenties dan ook effectief tot (succesvol) ondernemerschap zouden leiden. Ook het proces achter de impact van passie op ondernemende intenties kan moeilijker bij studenten onderzocht worden. Bij

studenten kan dit namelijk puur een momentopname zijn, terwijl bij effectieve ondernemers er sowieso een proces aan ten grondslag ligt. Deze *millennial entrepreneurs* zijn dus al bewust bezig geweest met het proces achter en de invloeden van ondernemerspassie op ondernemende intenties en dit kan bijvoorbeeld belangrijk zijn in relatie tot het onderzoek naar *self-efficacy*.

Tabel 1 geeft een overzicht van de elf cases met vermelding van de leeftijd van de ondernemer en het jaar van oprichting van zijn/haar onderneming(en), de specialisatie van zijn/haar onderneming(en), het aantal werknemers van zijn/haar onderneming(en) en zijn/haar ondernemersidentiteit.

<b>Cases</b>	<b>Leeftijd + Jaar van oprichting</b>	<b>Specialisatie</b>	<b>Werknemers</b>	<b>Identiteit</b>
<b>1</b>	33 jaar <i>Est. 2021</i>	Go to market specialist + software voor virtuele studio's	2 en 5	Uitvinder/ Oprichter
<b>2</b>	37 jaar <i>Est. 2020</i>	Human Resources	1	Ontwikkelaar
<b>3</b>	28 jaar <i>Est. 2017</i>	Video Agency	8	Oprichter/ Ontwikkelaar
<b>4</b>	26 jaar <i>Est. 2017</i>	Video Agency	8	Oprichter/ Ontwikkelaar
<b>5</b>	24 jaar <i>Est. 2020</i>	Sociale media marketing + trainen profvoetballers	3	Oprichter/ Ontwikkelaar
<b>6</b>	Begin 30 <i>Est. 2020</i>	Industrie 4.0 (Industriële automatisering)	3	Uitvinder/ Oprichter
<b>7</b>	35 jaar <i>Est. 2017</i>	IT-services + nog tal van andere ondernemingen	+ - 85	Ontwikkelaar
<b>8</b>	Eind 30 <i>Est. 2020</i>	Consultancy ivm duurzaam ondernemen	2	Ontwikkelaar
<b>9</b>	36 jaar <i>Est. 2010</i>	Alles ivm visuele communicatie en printing	+ - 50	Ontwikkelaar
<b>10</b>	31 jaar <i>Est. 2012</i>	Verhuur materiaal voor evenementen	1 vaste, 3 à 4 in onderaanneming	Oprichter

<b>11</b>	23 jaar Est. 2020	Sociale media marketing + trainen profvoetballers	3	Oprichter/ Ontwikkelaar
-----------	----------------------	--	---	----------------------------

*Tabel 1: Overzicht van de interviews per case*

### **3.1.2 Dataverzameling**

De data werd verzameld via interviews met elf millennial ondernemers. Zoals te zien in *Tabel 1* bestond deze steekproef uit zeer uiteenlopende bedrijven die verschillen op basis van specialisaties, bedrijfsgroottes en bedrijfsleeftijden. Daarnaast werd er ook gelet op de leeftijden van de ondernemers zodat er data verkregen kon worden van zowat alle verschillende leeftijden binnen de categorie van millennials. Ten slotte werd er ook nog rekening gehouden met het geslacht van de ondernemers zodat er ook op deze manier geen vertekend beeld bekomen werd.

Alle interviews werden opgenomen en getranscribeerd en duurden gewoonlijk ongeveer 45 minuten. De semi gestructureerde interviews bestonden uitsluitend uit open vragen om een soort van dialoog mogelijk te maken aan de hand van een vooropgesteld interviewprotocol. Zo'n interviewprotocol is meer dan enkel een lijst met interviewvragen. Het strekt zich uit tot het procedurele niveau van het interviewen en omvat een soort van draaiboek van wat je voor, tijdens en aan het eind van het interview zal zeggen. Verder zitten er ook aanwijzingen in verwerkt om de interviewer aan de specifieke informatie te herinneren die hij of zij wil verzamelen en helpen hem op deze manier zich door het interviewproces te loodsen (Jacob & Furgerson, 2012). De onderwerpen voor het interviewprotocol werden geïdentificeerd op basis van de uitgebreide literatuurstudie die terug te vinden is in Hoofdstuk 2 van deze masterproef. Het interviewprotocol van dit onderzoek is terug te vinden in Appendix 1: Interviewprotocol van de Bijlagen.

Enkele van de interviews werden fysiek afgenomen, maar het grootste deel van de interviews werd via *videocall* afgenomen door de huidige *COVID-19* pandemie en de overheidsmaatregelen die daarmee gepaard gingen. De interviews gingen van start met enkele algemene topics over de ondernemer zelf en zijn/haar onderneming. Nadien werd er verder ingezoomd op de onderwerpen millennial ondernemers, ondernemende intenties, *entrepreneurial passion* en de *Theory of Planned Behaviour*.

### **3.1.3 Data-analyse**

Om de onderzoeksvragen van deze masterproef te beantwoorden, werd er gebruik gemaakt van de *Grounded Theory Approach*. Deze kwalitatieve onderzoekbenadering is ontwikkeld door twee sociologen, namelijk Barney Glaser & Anselm Strauss (Glaser, 1978, 1992; Glaser & Strauss, 1967, 2009; Strauss, 1987). Zij definieerden "*grounded theory*" in deze woorden als "De theorie die is afgeleid van data, systematisch verzameld en geanalyseerd gedurende het onderzoeksproces" (Strauss & Corbin, 1990, p. 12). (Khan, 2014)

Kwalitatief onderzoek is gebaseerd op de observaties en interpretaties van de perceptie van mensen op verschillende gebeurtenissen en het maakt een momentopname van de perceptie van mensen in een natuurlijke omgeving (Guba, 1990; Guba& Lincoln, 1994; Newman, 1994). In een *grounded theory* benadering, waarin de onderzoekers bijvoorbeeld proberen de perceptie van werknemers met betrekking tot een bepaald fenomeen te belichten en te verkennen, worden kwalitatieve gegevens verzameld via bijvoorbeeld interviews. (Khan, 2014)

De *Grounded Theory*-geschriften geven de kwalitatieve onderzoeker handvatten om aan de slag te gaan met de analyse, de reductie van een berg kwalitatief materiaal tot een redelijk betoog. Die geschriften geven de onderzoeker ook een rechtvaardigingskader, waarin voorzien wordt in een systematische werkwijze en een niet al te bescheiden doelstelling: theorievorming. (De Boer, 2011)

Een heel duidelijk aspect van de conventionaliteit van de GT-uitgangspunten is het accent op coderen, wat tegelijk een belangrijk element in het succes van GT lijkt te zijn. Coderen is het analytisch benoemen van gevallen, waarbij elk geval in bepaalde opzichten als een voorbeeld wordt beschouwd van een analytische categorie. Daarbij werd vanaf het begin gesteld dat de functie van het coderen verschuift al naargelang de fase van het onderzoek. Dat is later door Strauss en Corbin benoemd in termen van drie fasen. Eerst *open coding*: een fase van verkenning van verschijnselen en de ontwikkeling van begrippen om deze te benoemen; dan *axial coding*: op zoek naar verbanden tussen benoemde verschijnselen; en ten slotte *selective coding*: gericht op de integratie van de analytische bevindingen. Waar dit op neerkomt is dat het onderzoeksmateriaal wordt opgebroken in brokjes die via vergelijking de status krijgen van indicatoren voor begrippen, waarna met die begrippen een theorie wordt geconstrueerd. (De Boer, 2011)

Voor dit onderzoek werd alle data handmatig gecodeerd volgens de thema's van het interviewprotocol en werden zo de belangrijkste en meest relevante quotes per thema geanalyseerd en gecodeerd. In Appendix 2-5 die terug te vinden zijn in Bijlagen werden respectievelijk de quotes over 'Ondernemerschap bij millennials', 'Ondernemende intenties', 'Entrepreneurial passion' en 'Theory of Planned Behaviour' gecodeerd en werd daar een gedetailleerd overzicht van gemaakt in tabelvorm.

Bij elke case werd er eerst open gecodeerd en werden er zo codes per quote toegevoegd, zijnde de belangrijkste sleutelwoorden hieruit. In de volgende fase van het axiaal coderen werden deze quotes gegroepeerd op basis van de verbanden en het onderliggende thema waartoe deze behoorden. In de laatste fase van het selectieve coderen werden theoretische constructen gezocht en beschreven op basis van de belangrijkste quotes uit de hoofdcategorieën die tijdens het axiaal coderen naar boven kwamen. Hierbij werden er dan relaties en verbanden gelegd tussen de data uit de interviews en werden deze beschreven in Hoofdstuk 3.2 Onderzoekresultaten.

### **3.2 Onderzoekresultaten**

De hoofddoelstelling van de interviews voor dit kwalitatief onderzoek was om tot een model te komen dat de verschillende aspecten van *entrepreneurial passion* linkt met de verschillende aspecten van de *Theory of Planned Behaviour*. Op basis daarvan kan een antwoord geformuleerd worden op de onderzoeksvraag van deze masterproef, namelijk "Wat is de invloed van *entrepreneurial passion* op de intentie om een onderneming te starten bij *millennial entrepreneurs*?". De dataset omvatte interviews met elf millennial ondernemers van negen verschillende ondernemingen en het interviewprotocol werd opgesteld aan de hand van de belangrijkste bevindingen uit de literatuurstudie die terug te vinden is in Hoofdstuk 2 van deze masterproef. In de volgende hoofdstukken worden deze onderdelen eerst apart besproken en wordt er vervolgens afgesloten met een model van die onderdelen in verband met de *Theory of Planned Behaviour* dat allesomvattend is voor deze masterproef.

### **3.2.1 Ondernemerschap bij millennials**

Millennials zijn geboren tussen 1982 en 1999 (Wilmoth, 2016). Deze generatie wordt gekenmerkt door de jaren waarin ze geboren zijn, maar vooral ook door de belangrijke veranderingen die zich in de loop van hun leven hebben voorgedaan (Liu et al., 2019). Omdat deze masterproef zich specifiek focust op de ondernemende intenties van millennial ondernemers, was het dus zeer interessant voor dit onderzoek om deze categorie in het algemeen wat grondiger onder de loep te nemen. Dit onderdeel was niet strikt noodzakelijk voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag over de invloed van *entrepreneurial passion* op de ondernemende intenties, maar kan wel zeer interessant zijn om de context rond ondernemende intenties bij *millennial entrepreneurs* beter te schetsen. Op deze manier linkt het dus wel aan de onderzoeksvraag van deze masterproef en zorgt dit ervoor dat de specifieke millennial-focus van dit onderzoek extra in de verf gezet wordt. Omdat het gaat over mogelijke oorzaken en zij deze dus niet per se zelf ervaren hebben, moet hierbij wel in het achterhoofd gehouden worden dat dit eerder meningen zijn dan echte ervaringen.

#### **3.2.1.1 Mogelijke oorzaken voor een lager niveau van ondernemerschap bij millennials**

Uit het onderzoek van Wilmoth bleek dat de generatie van millennials tot nu toe maar voor een relatief laag niveau van ondernemerschap zorgt bij het bereiken van de leeftijd van 30 jaar in vergelijking met voorgaande generaties (Wilmoth, 2016). Dit was een zeer opvallende bevinding aangezien het onderwijsniveau op een historisch hoog niveau ligt en voorafgaand onderzoek een significant positief verband tussen onderwijs en ondernemerszin heeft aangetoond (Struckell, 2019). Voorbeelden van verklaringen voor dit lagere niveau zijn de buitensporige belastingen en regelgevingen (Casselmann, 2017), de toegang tot kapitaal (Buchanan, 2015; Wilmoth, 2016) en de toenemende macht van multinationals die kleinere concurrenten verstikken. In de alinea's hieronder worden deze mogelijke verklaringen of oorzaken verder onderzocht en aangevuld op basis van de meningen van de elf millennial ondernemers die voor deze masterproef bevraagd werden.

De oorzaak die het meest naar voren kwam tijdens de interviews was het principe van de "gouden kooi" dat vandaag de dag erg veel toegepast wordt en mooi beschreven wordt in de volgende quotes:

*"Als je een goed diploma hebt, ben je overal een beetje gegeerd en krijg je overal snel hele mooie gouden kooien aangeboden zodat je niet snel zoiets zal hebben van 'ik ga daarvan afwijken'. Ik denk dat dat ook gewoon maakt dat veel mensen niet zelf iets gaan beginnen."* (Case 3)

*"Tegenwoordig wil iedereen liever een grote knecht zijn dan een kleine baas."* (Case 10)

Het komt er dus eigenlijk op neer dat als je vandaag de dag van de universiteit komt en je ergens begint te werken dat je dikwijls direct een mooi loon, een bedrijfswagen, een gsm,... krijgt van je werkgever. Hierdoor worden deze werknemers dan een beetje in een soort van "gouden kooi" gestopt en wordt de stap naar het ondernemerschap nog veel groter. Je hebt dan namelijk een grote mate van zekerheid en moet geen grote risico's nemen zoals bij ondernemerschap vaak wel het geval is en daarom moet uw intrinsieke motivatie dan dermate groot zijn om die stap toch nog te zetten. Dit ligt ook in lijn met de bevindingen uit het onderzoek van Kolvereid (1996), namelijk dat zelfstandig ondernemerschap een minder gewenst alternatief wordt in landen met meer werkzekerheid en kortere werktijden.

Ook de opmars van multinationals en grotere ondernemingen ervaren zij als een zeer belangrijke oorzaak voor het lagere niveau van ondernemerschap:

*"Vroeger had je alles veel meer verspreid en veel meer kleine ondernemers. Nu heb je vooral een paar hele grote groepen waarvoor heel veel volk werkt en die alles opslokken en je nog maar heel weinig zelfstandigen hebt daardoor."* (Case 10)

Door deze opmars vallen voorbeelden als zelfstandige bakkers, beenhouwers en heel veel andere beroepen vandaag onder veel grotere ondernemingen waardoor deze mensen nu eigenlijk niet meer zelfstandig zijn in zulke ondernemingen. Wanneer je zulke activiteiten dan toch als zelfstandig ondernemer wil uitvoeren, dan zijn deze grote ondernemingen en multinationals vaak ook de grootste concurrenten waartegen je moet opboksen. Door deze grote ondernemingen en multinationals zijn er ook een soort van nieuwe structuren ontstaan waarin je in dienstenstructuur of werknemersstructuur ook heel zelfstandig of ondernemend te werk kan gaan waardoor de stap naar zelfstandig ondernemerschap op deze manier ook weer groter wordt.

Andere mogelijke oorzaken die de geïnterviewden ervaren waren dat *work-life balance* voor millennials als veel belangrijker beschouwd wordt en zij hun tijd vaak bewuster willen indelen. Bij ondernemerschap komen namelijk ook veel opofferingen kijken en mensen beseffen dit tegenwoordig meer en meer. Uit literatuur bleek ook effectief dat de huidige generatie werknemers meer aandacht besteedt aan *work-life balance* dan de vorige generaties (Smith, 2010) en duidelijk meer aangetrokken zijn tot een job met hogere niveaus van *work-life balance* (Buzza, 2017).

Ook vonden enkelen dat ons schoolwezen vandaag te zeer gefocust is op theorie en dingen vanbuiten leren en daardoor begrijpen mensen te weinig wat de basis van ondernemen echt inhoudt. Ten slotte heerst er in onze Belgische maatschappij een negatieve sfeer rond falende ondernemers en kan ook dit als een mogelijke oorzaak aangewezen worden.

### **3.2.1.2 Voornaamste verschillen tussen millennial ondernemers en voorgaande generaties van ondernemers**

Daarnaast werd er tijdens de interviews ook gevraagd naar waar voor hen persoonlijk de voornaamste of grootste verschillen lijken te liggen tussen millennial ondernemers en voorgaande generaties van ondernemers. Hierin kwam vooral het aspect van technologie naar boven waarmee een globaler denken gepaard gaat:

*"Ik denk dat je de dag van vandaag veel sneller iedereen kan bereiken en zo meer globaal kan gaan werken. Zo stelt Instagram en sociale media ons in staat om wereldwijd klanten te kunnen bereiken."*  
(Case 5)

Er is dus sprake van een grote *mindshift* door technologie waardoor je vandaag de dag ook heel andere types van ondernemingen ziet waar mensen in actief zijn. Vroeger was er namelijk geen internet, geen sociale media en geen software. Doordat iets oudere generaties hier misschien niet allemaal evenzeer in mee zijn, komen zij op sommige vlakken daardoor misschien ook conservatiever of minder innovatief over.

Een andere bevinding omtrent deze verschillen was dat de generatie van millennial ondernemers in het algemeen precies sneller geneigd is om partnerships te sluiten met andere bedrijven of te willen samenwerken. Bij de oudere generaties was het precies meer iedereen voor zichzelf en dat de rest concurrentie was.

### **3.2.2 Ondernemende intenties**

Ondernemende intenties worden gedefinieerd als de bereidheid van een individu om ondernemend gedrag te vertonen of deel te nemen aan ondernemersactiviteiten die verband houden met het starten van een nieuwe onderneming. *Entrepreneurial intentions* zijn een weerspiegeling van innerlijke moed, ambitie en een gevoel van onafhankelijkheid (Zain et al., 2010). Het potentieel van een individu om ondernemer te worden kan niet worden benut, tenzij hij of zij de intentie heeft om ondernemer te worden (Bird, 1988). Dit onderzoek vult de gap door interviews afgenomen te hebben bij millennial ondernemers die na hun ondernemende intenties achteraf de stap naar ondernemerschap ook effectief succesvol gezet hebben. Het was dus van groot belang om te onderzoeken welke invloeden zij als belangrijk ervaren bij het vormen van hun ondernemende intenties en welke invloeden hun geholpen hebben om effectief de stap naar de opstart van hun onderneming te maken.

#### **3.2.2.1 Belangrijkste invloeden op ondernemende intenties**

Uit de literatuurstudie van Hoofdstuk 2 bleek dat ondernemende intenties vooral bepaald worden door factoren die kunnen worden gewijzigd en slechts indirect door demografische kenmerken zoals familieachtergrond en leeftijd die niet kunnen worden gewijzigd (Kolvereid, 1996). Verder bleek ook dat door een effectieve aanpak van het ondernemerschapsonderwijs ondernemende intenties kunnen worden versterkt of vergroot. Geslacht en eerdere zelfstandigheid blijken wel een significante correlatie te hebben met ondernemende intenties volgens onderzoek van Kolvereid (1996).



Uit Hoofdstuk 3.2.1.2 bleek al dat er wel degelijk een verschil is tussen ondernemers van verschillende leeftijden en voor deze masterproef dus specifiek de millennials, maar dit zal dan met een specifieke reactie op de veranderende omstandigheden van het ondernemerslandschap te maken hebben. Eerdere zelfstandigheid was minder relevant om te onderzoeken aangezien deze millennial ondernemers vaak pas aan het begin van hun ondernemerscarrière zitten.

Wat betreft de factor familieachtergrond was er in tegenstelling tot de voorgaande onderzoeken dan wel een opvallende bevinding. De ondernemers die uit een familieachtergrond met veel ondernemers kwamen, haalden dat altijd als één van de voornaamste invloeden op hun ondernemende intenties aan:

*"Ik denk dat mijn familiale achtergrond en omgeving daar zeker een belangrijke rol in speelden. De situatie waarin je je bevindt en de input die je krijgt langs alle kanten (bewust en onbewust) die duwen u denk ik altijd wel een beetje in een bepaalde richting." (Case 4)*

De ondernemers uit dit onderzoek die niet uit een ondernemende familie kwamen, zijn dan het beste voorbeeld om te bewijzen dat dit niet per se zo hoeft te zijn, maar ook zij waren er allemaal van overtuigd dat dit sowieso een grote invloed heeft op je ondernemende intenties:

*"Ik kom niet uit een familie van ondernemers en mijn ouders zijn net heel behoudsgezind, maar dit kan wel een zeer grote invloed hebben denk ik. Een typisch voorbeeld is dat kinderen van ondernemers ook ondernemer worden omdat die van thuis alles hebben kunnen zien en steun krijgen." (Case 1)*

Het gaat er hierbij dan vaak over dat het "met de paplepel is meegegeven" en dat ze door hun familie dan meer voeling hadden met ondernemerschap en dat ook graag wilden doen. Verder bleek wel dat deze familieachtergrond ook wel een negatieve invloed kan hebben. Zo zijn er bijvoorbeeld kinderen van ondernemers die hier afgeschrikt door worden omdat ze met hun eigen ogen hebben kunnen zien hoe hard je hiervoor moet werken of dat hun ouders amper tijd hadden voor hen gedurende hun kindertijd.

Verder bleek de rest van je omgeving buiten je familie hier ook een aanzienlijke invloed op te hebben en wordt deze ondernemende intentie vooral ook bepaald door de drang die je hebt om je eigen baas te kunnen zijn en daarbij iets te kunnen doen wat je graag doet. Qua geslacht denken de geïnterviewde vrouwelijke ondernemers niet echt dat hun ondernemende intenties beïnvloed werden door hun geslacht. Ze stelden wel dat het bijvoorbeeld nog iets toegankelijker gemaakt kan worden door meer voorbeelden te tonen, maar dat er tegenwoordig ook wel al veel organisaties en netwerken zijn om vrouwen heel hard te ondersteunen op dat vlak. Wel kwam uit één interview naar boven dat er wel een verschil kan zijn in ondernemende intenties op basis van geslacht:

*"Ik denk persoonlijk dat vrouwen meer met passie en het gevoelsmatige of emotionele gaan ondernemen en mannen eerder rationeler daarin zijn. Dat mannen daarom ook sneller knopen kunnen doorhakken." (Case 2)*

### 3.2.2.2 Belangrijkste invloeden in de fase van de ondernemende intentie naar de effectieve opstart van de onderneming

Uit de interviews kwam naar voor dat er wel degelijk een zeer groot verschil is tussen ondernemende intenties hebben en deze dan ook effectief uitvoeren. Een zeer mooie quote die dit duidelijk maakt: *"In elk café heb je ondernemende intenties aan de toog, maar hoeveel mensen pakken dat idee ook daadwerkelijk vast en gaan daarmee verder?"* (Case 1)

Het gaat erom dat je ook effectief de sprong waagt en uit zowat alle interviews kwam naar voren dat ondernemerschap "gewoon doen" en risico's nemen is, maar dat dit meteen ook zowat het moeilijkste aspect ervan is. Er kwamen tal van verschillende oorzaken naar boven die een invloed kunnen hebben op het feit of je de stap al dan niet gaat wagen. De elf geïnterviewden voor dit onderzoek hadden namelijk allemaal eerst de ondernemende intentie, maar moesten uiteindelijk ook de sprong wagen. Hierbij kwamen er heel wat verschillende factoren kijken die dat konden vergemakkelijken of net bemoeilijken.

Een eerste zeer belangrijke invloed die zeer veel naar voren kwam tijdens de interviews was dat je kan vertrekken vanuit een gezonde thuissituatie en daardoor minder risico loopt. Wanneer je nog thuis woont en jong bent en geen vaste kosten hebt of geen leningen moet afbetalen, dan is dat eigenlijk de beste situatie om te 'experimenteren' met het ondernemerschap omdat er dan minder risico's aan verbonden zijn. Dit is natuurlijk wat ook veel van deze jonge generatie van ondernemers gedaan hebben die succesvol de stap naar het ondernemerschap gezet hebben:

*"Je moet kunnen vertrekken vanuit een gezonde thuisbasis. Ik moest geen inkomen hebben om bepaalde kosten te kunnen dragen dus kon ik vanuit een heel veilige situatie vertrekken met minder risico."* (Case 4)

*"Ook gewoon dat ik toen niks te verliezen had. In 2012 was ik 23 jaar oud, ik kwam vers van de schoolbanken zonder leningen en ik woonde thuis. Op dat moment kon ik niet gunstiger zitten en daardoor was het risico veel kleiner."* (Case 10)

Een andere factor die zeer veel werd aangehaald tijdens de interviews was die van relevante werkervaring waardoor je de juiste *knowhow* op hebt kunnen doen. Op die manier heb je dan ook een mate van zelfvertrouwen en geloof in jezelf opgebouwd waarbij je door veel bij te leren uiteindelijk ook weet hoe je het zelf moet gaan doen. Op dat moment moet er dan een soort van klik komen dat je de stap gaat zetten naar het ondernemerschap. Dit leunt ook heel erg aan bij de *Entrepreneurial self-efficacy* uit de literatuurstudie die in Hoofdstuk 3.2.4.2 ook nog uitgebreid besproken zal worden.

Ten slotte speelt ook de factor van marktzekerheid een aanzienlijk grote rol hierin. Wanneer je op voorhand, eventueel in een soort van testfase waarin je dat langs je ander werk of studies uitvoert, weet dat er vraag zal zijn naar jouw product of dienst, dan is er op deze manier uiteraard ook weer veel minder risico aan verbonden. Je hoeft je dan na het opstarten geen zorgen te maken of er weldegelijk een markt zal zijn voor jouw specifieke product of dienst:

"Er was een soort van testfase zonder dat wij een onderneming hadden. Vanaf het moment dat wij zagen dat er echt vraag naar onze service was en we hiermee geld konden verdienen, hebben we meteen de stap gezet om onze eigen onderneming op te richten." (Case 11)

Een andere vorm van deze marktzekerheid kan natuurlijk ook bekomen worden doordat je met jouw onderneming net gaat focussen op een nood in de markt en dan in dat gat te springen.

Het komt er bij deze factoren dus voornamelijk op neer dat hoe minder risico je moet nemen om je onderneming op te starten, hoe sneller de effectieve stap gemaakt zal worden. Zeker wanneer je het gevoel hebt dat je door je eigen aanpak en zelfvertrouwen erin gelooft dat je het beter zal doen dan je concurrenten of alleszins op een manier die je veel aangenamer vindt en er zo dus meer voldoening uit kan halen.

### **3.2.3 Entrepreneurial passion**

*Entrepreneurial passion* wordt gedefinieerd als bewust toegankelijke, positieve gevoelens die voortvloeien uit betrokkenheid bij activiteiten die betekenisvol zijn voor de ondernemer en bij zijn ondernemersidentiteit passen (Cardon, Wincent, et al., 2009). Het komt dus overeen met wat wij ondernemerspassie noemen en deze kan opgedeeld worden in twee componenten: enerzijds de component met betrekking tot affectie of intens positieve gevoelens en anderzijds de component met betrekking tot een bepaalde ondernemersidentiteit. Deze ondernemersidentiteit kan zijn als uitvinder, als oprichter of als ontwikkelaar. (Cardon, Wincent, et al., 2009) Sommige ondernemers kunnen dus meer gepassioneerd zijn voor bepaalde activiteiten en minder voor andere. Deze specifieke ondernemersidentiteit of -identiteiten werden ook bevraagd tijdens de interviews en reeds verwerkt per case in *Tabel 1* van deze masterproef.

#### **3.2.3.1 De hulp van entrepreneurial passion (EP) bij het vormen van ondernemende intenties**

Uit de interviews bleek dat *entrepreneurial passion* essentieel is bij het vormen van ondernemende intenties. Deze *entrepreneurial passion* is namelijk het startpunt in het proces om *entrepreneurial intentions* te vormen en heeft een positieve invloed op alle drie conceptuele determinanten van de *Theory of planned behaviour*. Deze drie determinanten kunnen op hun beurt ondernemende intenties met een hoge mate van nauwkeurigheid voorspellen. Op welke manier *entrepreneurial passion* precies op de drie determinanten inspeelt, wordt uitgebreid besproken in Hoofdstuk 3.2.4 Theory of Planned Behaviour.

#### **3.2.3.2 De hulp van entrepreneurial passion (EP) bij het opstarten en uitbouwen van de onderneming**

Uit de literatuurstudie bleek dat ondernemerspassie cruciaal kan zijn in het succes van een onderneming en bij het bereiken van diens uitdagende doelen. Verschillende ondernemers zijn namelijk geslaagd in hun ambities omdat ze een hoge mate van passie hadden voor hun persoonlijke

ondernemersidentiteit. Dit komt doordat deze passie hun energie gericht hield op overkoepelende doelen bij tijdelijke tegenslagen of mislukkingen en dit heeft zo dus uiteraard een positief effect op het succes van de onderneming. (Bierly et al., 2000; Cardon, Wincent, et al., 2009)

In de interviews kwam naar boven dat deze passie ook essentieel is voor het effectieve ondernemerschap en werd er bevraagd op welke manier deze *entrepreneurial passion* hen vooral geholpen heeft bij het opstarten en uitbouwen van hun onderneming. De voornaamste hulp hierbij zit in het feit dat je door de voldoening die je eruit kan halen extra gemotiveerd bent om door te zetten en nog harder te werken:

*"Ik denk dat je ondernemerspassie ervoor zorgt dat je er echt voor gaat. Ook als je laat moet werken, in het weekend moet werken, wanneer er even niets uit komt of wanneer je een tegenslag hebt. Je vindt het heel leuk om te doen en kan er voldoening uit halen en daarom blijf je doorzetten."* (Case 3)

De affectieve gevoelens die je uit de ondernemende activiteiten kan krijgen zijn bij wijze van spreken waar je 's morgens voor uit uw bed opstaat en u de kracht geeft om door te zetten. Door te blijven doorzetten en het te willen laten lukken kan je er op deze manier ook altijd sterker uitkomen en in moeilijke situaties toch de kracht vinden om je hoofd niet te laten hangen. Je bent hongerig naar nieuwe ervaringen en wilt er alles aan doen om het zo goed mogelijk te doen met je onderneming. Dit kan op deze manier dan ook samenhangen met de tijd die je spendeert om voor je onderneming te werken zoals de volgende quote mooi illustreert:

*"Als het niet uw passie en uw obsessie is om er iets van te maken, dan is het altijd leuker om andere dingen te doen en ga je nooit dezelfde tijd en energie erin steken om bijvoorbeeld om 12u 's nachts nog iets uit te schrijven voor je onderneming. Zou ik ook liever gaan slapen? Absoluut! Maar dat triggert mij net wanneer ik bepaalde dingen ga opstarten."* (Case 7)

Verder kan deze ondernemerspassie ook helpen bij het zoeken naar nieuwe opportuniteiten of op een creatieve manier naar nieuwe ideeën te zoeken om het toch te laten lukken wanneer het even wat minder gaat. Het werkt bijvoorbeeld niet op een bepaalde manier dus moet en zal je een andere manier vinden om het wel te laten werken. Wanneer je dan merkt dat het beter gaat, wil je er door deze passie nog harder voor gaan en heeft dit op deze manier een versterkend effect waardoor ook weer andere dingen beter zullen gaan.

Wat betreft de verschillende ondernemersidentiteiten die in de literatuur beschreven werden, werden er in dit kwalitatief onderzoek geen beduidende verschillen gevonden met betrekking tot de beleving van de passie. Er werden millennial ondernemers bevraagd die allemaal verschillende ondernemersidentiteiten hebben, maar qua invloed van passie op de ondernemende intenties zijn hier geen duidelijke verschillen uit gebleken. Dit heeft dan misschien te maken met het feit dat deze verschillende ondernemersidentiteiten minder relevant zijn voor millennial ondernemers betreffende hun beleving van de passie voor specifieke activiteiten en zij meer een passie voor het algemene ondernemerschap ervaren. Wel gaven bijna alle geïnterviewden aan dat ze het eens waren met het onderscheid en de verschillen tussen de drie identiteiten.

Alle cases van dit kwalitatief onderzoek hebben een zeer bewogen tijd achter de rug door de *COVID-19* crisis en een groot aantal hiervan zijn zelfs tijdens de crisis van start gegaan. De geïnterviewden gaven aan dat ze in zulke tijden die passie enorm beleven en deze gebruiken om naar nieuwe opportuniteiten te zoeken of nog harder door te zetten wanneer het moeilijk gaat om het toch te laten lukken of te overleven. Dit is een heel duidelijk voorbeeld waarbij je in de praktijk ziet dat er een duidelijke bevestiging is van de literatuur omtrent *entrepreneurial passion*.

In verband met deze *entrepreneurial passion* was het ook hier een zeer interessante bevinding dat ondanks de enorme inspanningen die deze ondernemers voor zijn/haar ondernemingen moeten leveren, ze toch ook tijd vrij maken om hun *work-life balance* in evenwicht proberen te houden. Zo gaven de meeste geïnterviewden met kinderen aan dat ze activiteiten met hun kinderen echt als een hobby zien en dat ze ook bijna allemaal zeer actief sporten. Deze sportactiviteiten zijn dan een soort uitlaatklep en zijn vaak ook een manier om extra tijd met familie of vrienden door te brengen: "De flexibiliteit die je creëert om tijd te maken voor sporten werkt enorm bevredigend en als een soort uitlaatklep. Natuurlijk lukt dit niet altijd, maar ik probeer hier wel echt zoveel mogelijk op te letten. Het is heel gemakkelijk om naar fastfood en dergelijke te grijpen, maar het belangrijkste daarin is om voor jezelf een goede regelmaat te vinden. Anders hou je het niet vol. Het is een heel hoog ritme waarin je leeft als ondernemer en daar moet je dus proberen de juiste balans in te vinden." (Case 7)

### **3.2.4 Theory of Planned Behaviour**

Ondernemende intenties kunnen onderzocht worden aan de hand van de *Theory of planned behaviour*. Deze theorie is ontworpen om menselijk gedrag in specifieke contexten te voorspellen en te verklaren. De theorie beschrijft dat de intentie van een individu de centrale rol is om een bepaald gedrag uit te voeren. De intentie van een individu is zo dus een indicatie van hoeveel inspanning deze van plan is te leveren om dat specifiek gedrag uit te voeren. (Ajzen, 1991)

Voor dit kwalitatief onderzoek werd deze *Theory of planned behaviour* lichtjes aangepast naar de *Adapted theory of planned behaviour* (ATPB) als specifieke toepassing op de ondernemende intenties en op basis van de bekomen informatie uit de literatuurstudie. Hieruit bleek namelijk dat veel studies suggereren dat *subjective norm* geen op zichzelf staande impactvariabele is van ondernemersintentie (Autio et al., 2001; Krueger Jr et al., 2000; Liñán & Chen, 2009) en dat *self-efficacy* daarentegen wel helpt om de voorspellingen van intenties te verbeteren (Karali, 2013).

Voor deze *Adapted theory of planned behaviour* kunnen ondernemende intenties onderverdeeld worden in drie conceptuele determinanten:

- Attitude towards entrepreneurship (Gunstige of ongunstige evaluatie ten opzichte van ondernemend gedrag)
- Entrepreneurial self-efficacy (Zelfvertrouwen in uw eigen ondernemende kwaliteiten)
- Perceived behavioural control (Waargenomen gemak of moeilijkheid om een bepaald ondernemend gedrag uit te voeren)

Uit de antwoorden van de geïnterviewden blijkt dat deze drie determinanten inderdaad je ondernemende intenties bepalen. Een drietal geïnterviewden gaven aan dat er ook nog andere factoren kunnen meespelen in je ondernemende intenties zoals bijvoorbeeld je omgeving, de timing en je persoonlijke situatie. Wanneer daar dan dieper op ingegaan werd, konden deze voorstellen allemaal aan de *Perceived behavioural control* worden toegeschreven en was dit op deze manier dus wel een allesomvattende theorie.

#### **3.2.4.1 Attitude towards entrepreneurship (ATE)**

Uit de interviews bleek dat als je over een bepaalde mate van *entrepreneurial passion* beschikt, dat deze *Attitude towards entrepreneurship* daardoor ook wel automatisch gunstig is. Het is uiteraard wel essentieel om deze gunstige evaluatie ten opzichte van ondernemend gedrag te hebben om achteraf ook effectief ondernemende intenties te kunnen hebben:

*"Wanneer je ondernemend gedrag niet als gunstig ziet, lijkt het mij vrij onwaarschijnlijk dat je zelf iets gaat ondernemen."* (Case 5)

Deze gunstige evaluatie kan bekomen worden door verschillende factoren. Zo bleek je opvoeding en familieachtergrond ook hier weer een belangrijke rol in te spelen, zoals ook bleek voor ondernemende intenties in het algemeen in Hoofdstuk 3.2.2. Verder kunnen ook rolmodellen die kort bij uzelf als persoon staan hier een positieve invloed op uitoefenen. Het komt erop neer dat je open moet staan om te ondernemen en daarvoor de nodige risico's moet durven nemen en om ervoor te gaan.

#### **3.2.4.2 Entrepreneurial self-efficacy (ESE)**

*Self-efficacy* is het vertrouwen dat mensen hebben in hun eigen vermogen om specifiek gedrag in verschillende omstandigheden uit te voeren. Het komt dus zowat overeen met de zelfzekerheid die een ondernemer over zichzelf heeft om een bepaalde taak tot een goed einde te brengen. (Cardon & Kirk, 2015)

Dit was een zeer belangrijk onderdeel van de interviews omdat er uit de literatuur namelijk tegenstrijdigheden naar boven kwamen over de relatie tussen ondernemerspassie en deze *Entrepreneurial self-efficacy*. Deze relatie was ook van groot belang om een duidelijk model op te kunnen stellen in Hoofdstuk 3.2.5. Dit concept van *entrepreneurial self-efficacy* maakt een belangrijk verschil met voorgaande onderzoeken bij deze doelgroep van effectieve millennial ondernemers. Zij hebben namelijk meer ervaring met de invloed en ontwikkeling van deze *self-efficacy* dan bijvoorbeeld studenten die bevroegd worden.

Zo zou deze *entrepreneurial self-efficacy* een positieve invloed hebben bij het aansturen van ondernemend gedrag. Het argument hiervoor is dat een persoon die gepassioneerd is door een bepaalde activiteit eerder geneigd zal zijn om zijn vaardigheden te ontwikkelen om die specifieke activiteit beter te kunnen uitvoeren en deze taak tot een goed einde te brengen (Neneh, 2020). Daartegenover staan de bevindingen dat gevoelens van *self-efficacy* ondernemers net meer

gepassioneerd maken omdat mensen de neiging hebben zich te identificeren met activiteiten waar ze goed in zijn. Wanneer hun zelfverzekerdheid leidt tot passie voor een activiteit, blijkt hun passie op zijn beurt weer te leiden tot doorzettingsvermogen in het ondernemerschap (Murnieks et al., 2020).

Om hier een duidelijk antwoord op te krijgen, werd de volgende vraag als één van de afsluitende vragen van het interview gesteld:

*“Wanneer we specifiek kijken naar uw ESE en dus zelfvertrouwen in uw eigen ondernemende kwaliteiten, mogen we dan stellen dat u door uw ondernemerspassie net geneigd was om uw vaardigheden voor deze activiteit te ontwikkelen om zo meer zelfvertrouwen te kunnen ontwikkelen? Of was het bij u eerder zo dat deze gevoelens van zelfvertrouwen u net meer gepassioneerd maakten?”* (Interviewprotocol)

Hierbij kwamen zeer interessante antwoorden naar boven. Uit de eerdere vragen in verband met de belangrijkste invloeden in de fase van de ondernemende intenties naar de effectieve opstart werd ook al duidelijk dat het belangrijk kan zijn dat je door eerdere werkervaring de juiste *knowhow* hebt kunnen opdoen. Op die manier heb je dan ook een mate van zelfvertrouwen en geloof in jezelf opgebouwd waarbij je door veel bij te leren uiteindelijk ook weet hoe je het zelf moet gaan doen.

Een eerste bevinding hieromtrent, die zowat unaniem was onder alle geïnterviewden, was dat dit zelfvertrouwen in jezelf als ondernemer zeer belangrijk is en misschien wel de allerbelangrijkste factor van de drie determinanten. Als je niet in jezelf gelooft dan stopt het in principe al. Het is de sleutel bij ondernemerschap om dat wat je wil doen ook voor iemand anders te durven doen:

*“Zelfvertrouwen is sowieso de sleutel, dit is ook in heel veel andere dingen zo. Ik denk dat dat van de drie factoren ook de meest doorslaggevende is op de intentie om te ondernemen. Als je niet genoeg in jezelf gelooft, begin je ook nergens aan.”* (Case 1)

Sommigen gaven ook aan dat dit zelfvertrouwen dan niet per se hoeft terug te slaan puur op uw ondernemende kwaliteiten, maar ook gezien kan worden als het zelfvertrouwen om er iets van te maken en dat jij met je algemene kwaliteiten er in staat toe zal zijn om het te laten lukken als ondernemer. Voordat je effectief ondernemer bent, is het natuurlijk ook nog vaag wat er precies allemaal exact nodig is om het te maken als ondernemer en heb je vooral de *mindset* dat je in deze vaardigheden gaandeweg ook nog verder kan evolueren.

Bij de meeste van de geïnterviewden was het duidelijk dat hun ondernemerspassie ervoor gezorgd heeft dat ze daardoor net geneigd waren om hun vaardigheden te ontwikkelen zodat ze groeiden in hun zelfvertrouwen om hun ondernemende intentie tot een goed einde te kunnen brengen. Zo hadden ze dan al wel enige vorm van ondernemerspassie, maar wisten ze dat ze eerst nog moesten bijleren door bijvoorbeeld relevante werkervaring op te doen voordat ze effectief een ondernemende intentie konden opbouwen. Er waren ook drie geïnterviewden die zeiden dat ze vooral eerst het zelfvertrouwen hadden door eerdere werkervaringen en *knowhow* zonder eerst echt die ondernemerspassie of ondernemende intentie al te hebben en dat daaruit de passie dan nog verder ontdekt moest worden en gegroeid is:

*“Ik had wel een gevoel van ‘Alles wat ik nodig heb volgens mij om hier iets mee te kunnen doen, dat zit wel goed. Als ik het niet heb, wie dan wel?’. Naarmate ik meer zelfzeker werd en mijn kwaliteiten*

*meer ontwikkelde, is mijn passie ook meer en meer gekomen waardoor ik dan de stap gemaakt heb.”*  
(Case 8)

Het algemene besluit uit de bevindingen van deze interviews in verband met de tegenstrijdige bevindingen uit de literatuur is eigenlijk dat ze beiden kloppen en deze processen naast elkaar plaatsvinden. Je wordt aangezet door je passie om te leren en te groeien in zelfvertrouwen en naarmate je dan een hogere mate van zelfvertrouwen verkrijgt, groeit deze passie hier nog verder in mee:

*“Ik denk dat vooral in het begin de passie een motivator is om heel veel dingen te leren. Dan zit je in dat bepaald traject dat je meer en meer begint te leren en meer en meer voelt dat je dingen onder de knie krijgt. Daar krijg je dan meer zelfvertrouwen in die dan voor een stuk ook die passie nog verder gaat versterken.”* (Case 9)

*“Ik denk dat dat ergens een soort van trap is die je volgt. Uw ondernemerspassie is er, dan wil je uw vaardigheden daarin ontwikkelen en groeit uw zelfvertrouwen en gaat die curve omhoog. Daardoor gaat uw passie alleen nog maar verder toenemen als je iets graag en goed doet.”* (Case 10)

Het eerste deel hiervan is dan dat je ondernemerspassie een soort van motivator is om bij te leren tot je zelfvertrouwen gegroeid is tot op een bepaald niveau tot je echt een ondernemende intentie hebt en achteraf dan de stap gaat durven zetten. Het kan natuurlijk ook dat je al heel veel zelfvertrouwen hebt in je ondernemende kwaliteiten en al het gevoel hebt dat je er klaar voor bent voordat je echt die ondernemerspassie ervaart en dan is dit deel uiteraard minder van belang. Daarom dat deze bevinding ook in drie van de elf interviews naar boven kwam. Maar naarmate je dan meer zelfvertrouwen opbouwt en op een bepaald punt gekomen bent dat je effectief een duidelijke ondernemende intentie hebt, gaat deze ondernemerspassie nog sterker toenemen. Dit onderzoek en deze vraag gingen specifiek over de fase van de ondernemende intentie die vooraf gaat aan het effectieve opstarten. Na de effectieve opstart gaat je zelfvertrouwen in jezelf als ondernemer ook nog verder vergroten en gaat je ondernemerspassie ook geleidelijk aan blijven groeien terwijl je met je eigen onderneming bezig bent. Eventueel kan je hier dan ook nog nieuwe of extra ondernemende intenties uithalen en deze verder uitvoeren.

Het besluit dat gevormd werd in dit hoofdstuk kan ook gelinkt worden met de theorie rond *Grit* van Duckworth (2016). *Grit* staat voor passie en doorzettingsvermogen voor langetermijndoelen en helpt mensen om zich aan hun doelstellingen te houden. Mensen moeten hun passie volgen, maar rekening houden met het feit dat iets leuk vinden daarom niet automatisch betekent dat je er goed in zal zijn. Het gaat om de inspanningen die je bereid bent ervoor te leveren. Het verlangen om deze nieuwe dingen te leren vertegenwoordigt de fundamentele drijfveer bij het verwerven van doelen in het leven. Angela Duckworth zegt dat alle individuen het vermogen hebben om hun *Grit* te laten groeien als ze hun focus op vier specifieke manieren richten. De eerste twee stappen in het groeiproces van *Grit* impliceren het ontwikkelen van een fascinatie voor een specifieke vaardigheid en vervolgens te proberen om deze vaardigheid in alle omstandigheden te verbeteren. De derde stap impliceert onszelf te herinneren aan het achterliggende doel, omdat een hoger niveau van doelgerichtheid direct gecorreleerd is met een hoger niveau van *Grit*. Ten slotte is het als vierde belangrijk om een *growth mindset* aan te nemen. (Duckworth & Duckworth, 2016)



Wanneer dit toegepast wordt op het verhaal van ondernemende intenties, kan de fascinatie gezien worden als je *entrepreneurial passion* en daarbij hoort dan de *mindset* om je vaardigheden omtrent ondernemerschap te ontwikkelen en hier inspanningen voor te leveren. Op die manier groeit je zelfvertrouwen tot op een bepaald niveau tot je een ondernemende intentie hebt. Gedurende dit proces gaat je *Grit*, ofwel in dit specifieke geval je ondernemerspassie, verder groeien en je aanzetten om door te zetten tot je de fase van ondernemende intenties bereikt of tot in een latere fase het langetermijndoel van de effectieve stap naar ondernemerschap bereikt wordt.

### 3.2.4.3 Perceived behavioural control (PBC)

De derde determinant van ondernemende intenties is de mate van *Perceived behavioral control* die verwijst naar het waargenomen gemak of de waargenomen moeilijkheid om een bepaald gedrag uit te voeren (Ajzen, 1991). In dit specifieke geval voor de millennial ondernemers dus het waargenomen gemak of de waargenomen moeilijkheid om een bepaald ondernemend gedrag uit te voeren. Zoals eerder reeds aangehaald is deze *Perceived behavioral control* totaal niet hetzelfde, maar hangt deze logischerwijs wel sterk samen met *entrepreneurial self-efficacy*. Wanneer een ondernemer een hoge mate van zelfvertrouwen heeft om een bepaalde taak tot een goed einde te brengen, zal dit een positieve invloed hebben op het waargenomen gemak om die taak dan ook tot een goed einde te brengen (Ajzen, 2002).

Ook bij deze *Perceived behavioral control* hadden er weer bepaalde factoren, die reeds besproken werden in verband met de belangrijkste invloeden in de fase van de ondernemende intenties naar de effectieve opstart, een grote invloed zoals bijvoorbeeld dat je kan vertrekken vanuit een gezonde thuissituatie. Het kwam er bij die fase op neer dat hoe minder risico je moet nemen om je onderneming op te starten, hoe sneller de effectieve stap gemaakt zal worden. Hoeveel risico je moet nemen hangt natuurlijk sterk samen met het waargenomen gemak om een bepaald ondernemend gedrag uit te voeren.

Uit de bevindingen van de interviews bleek inderdaad dat uw financiële en persoonlijke situatie samen met uw omgeving hier de grootste invloed op hebben:

*"Ik denk dat de moeilijkheid om een bepaald gedrag uit te voeren heel erg bepaald wordt door uw persoonlijke situatie. Zoals bij mij een situatie waarin je voelt dat je financieel en door je omgeving gestimuleerd wordt en daardoor dat wel mee bepaalt hoe gemakkelijk of hoe moeilijk het is om ook het gedrag effectief uit te voeren."* (Case 3)

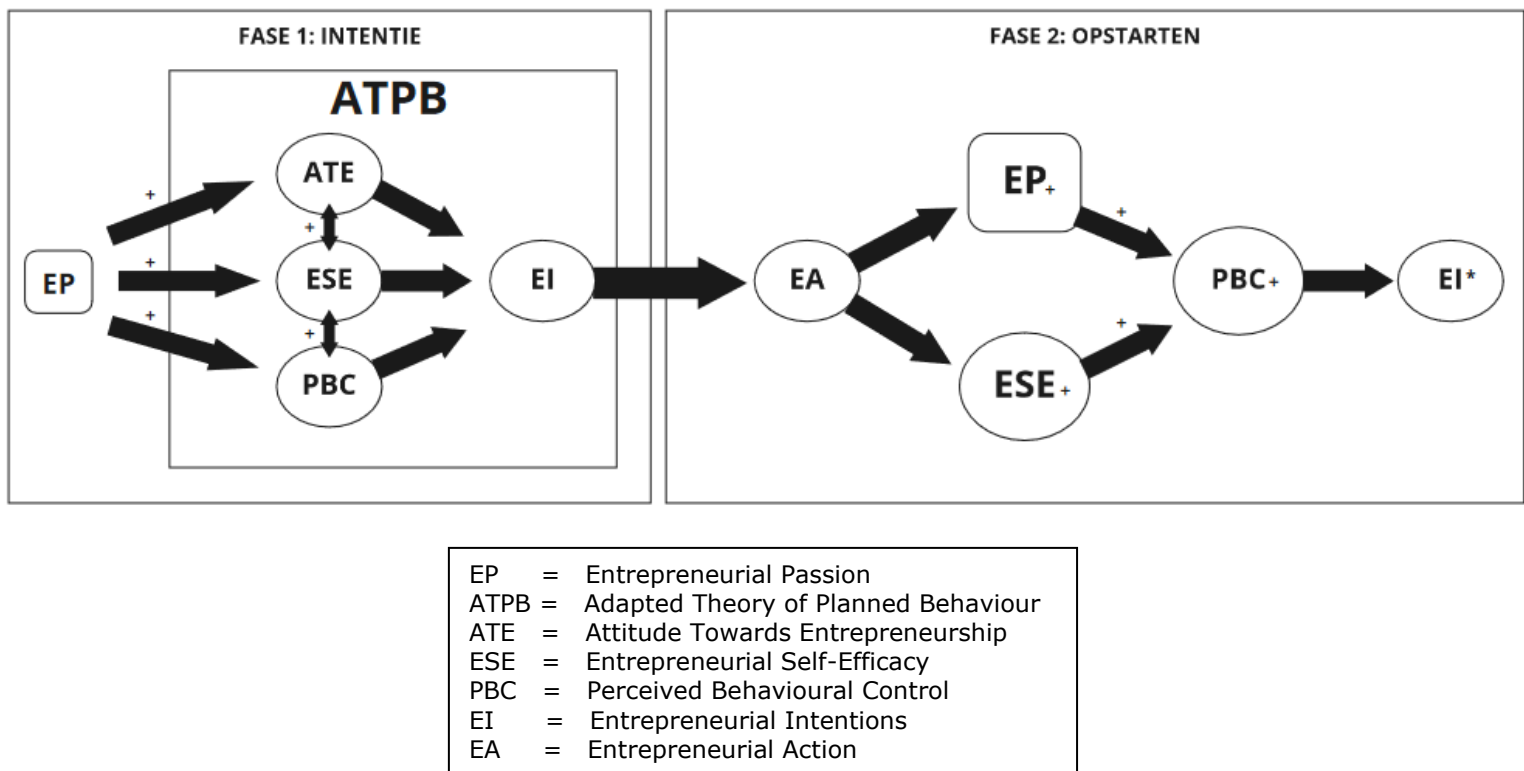
Verder bleek wel uit enkele interviews dat het desondanks zeker niet onmogelijk is om uit een moeilijke financiële situatie toch te gaan ondernemen. Uw ondernemerspassie gaat er dan namelijk voor zorgen dat je oplossingen gaat zoeken om deze moeilijke obstakels alsnog te overwinnen. Als je vanbinnen er overtuigd van bent dat je het aankan en de passie groot genoeg is, zal je op de een of andere manier wel een oplossing proberen te zoeken om dat ondernemende gedrag alsnog te kunnen vertonen. Je ondernemerspassie gaat dan als het ware een stuk van die moeilijkheden compenseren en minimaliseren.

"Uw ondernemerspassie gaat geen invloed hebben op uw financiële situatie natuurlijk, maar ik denk dat als je het echt wilt doen, dat je dat dan ook wel gaat doen en dan ook de oplossingen gaat zoeken om het effectief toch te kunnen doen." (Case 9)

Het helpt u op deze manier ook om te leren relativeren en obstakels op te delen in stukken zodat het van een moeilijk geheel overgaat in makkelijkere oplosbare deeltjes. Die moeilijkheid wordt mede ook gecompenseerd door de gedrevenheid die met je passie gepaard gaat. Je wil er alles aan doen om het te laten slagen, hoe moeilijk het ook is. Het moet gewoon wel op een bepaalde manier haalbaar kunnen zijn. Ondernemerschap is nooit gemakkelijk, dat is eigenlijk ook de basisstelling en het hangt ook samen met het zelfvertrouwen dat je hebt om het tot een goed einde te kunnen brengen. Als het allemaal gemakkelijk zou zijn dan zou ofwel iedereen het doen, ofwel ben je met een product of dienst bezig waar niemand in geïnteresseerd is.

### 3.2.5 Model

Het volledige model waarin al de bevindingen zijn samengevat, is weergegeven in *Figuur 2*.



*Figuur 2: Model voor de invloed van entrepreneurial passion op de ondernemende intenties van millennial ondernemers*

Dit ruime model werd opgesteld op basis van de data uit de interviews en beantwoordt de twee deelvragen van deze masterproef alsook de hoofdvraag "Wat is de invloed van *entrepreneurial passion* op de intentie om een onderneming te starten bij *millennial entrepreneurs*?". Deze worden in Hoofdstuk 4: Discussie nog uitgebreid per deelvraag besproken.

### **3.2.5.1 EP**

Het model start links in Fase 1: Intentie met de factor *entrepreneurial passion*. Deze EP is essentieel voor ondernemerschap en is het startpunt in het proces om *entrepreneurial intentions* te vormen en heeft een positieve invloed op alle drie conceptuele determinanten van de ATPB. Deze drie determinanten kunnen op hun beurt ondernemende intenties met een hoge mate van nauwkeurigheid voorspellen. De positieve invloed wordt hieronder in Hoofdstuk 3.2.5.2 ATPB verder uitgebreid beschreven. *Entrepreneurial passion* kan enerzijds opgedeeld worden in de component van de intens positieve gevoelens en anderzijds in de component met betrekking tot een bepaalde ondernemersidentiteit.

Wat betreft de verschillende ondernemersidentiteiten werden er in dit kwalitatief onderzoek geen beduidende verschillen gevonden met betrekking tot dit model. Er werden namelijk millennial ondernemers bevraagd die allemaal verschillende ondernemersidentiteiten hebben, maar qua invloed van passie op de ondernemende intenties zijn hier geen duidelijke verschillen naar boven gekomen.

### **3.2.5.2 ATPB**

Het deel van het model dat gaat over de ATPB kan gezien worden als een gevolg van EP. Voor dit kwalitatief onderzoek werd zoals reeds vermeld de *Theory of planned behaviour* lichtjes aangepast naar de *Adapted theory of planned behaviour* (ATPB) als specifieke toepassing op de ondernemende intenties en op basis van de bekomen informatie uit de literatuurstudie. Bij deze *Adapted theory of planned behaviour* kunnen ondernemende intenties onderverdeeld worden in drie conceptuele determinanten: *Attitude Towards Entrepreneurship*, *Entrepreneurial Self-Efficacy* en *Perceived Behavioural Control*. Uit de antwoorden van de geïnterviewden bleek dat ze zich heel goed in deze *Adapted theory of planned behaviour* konden vinden en dat deze drie determinanten inderdaad je ondernemende intenties bepalen. Je *entrepreneurial passion* gaat op elk van deze drie determinanten een andere invloed hebben en onderling staan deze drie determinanten ook met elkaar in verband omdat ze samen je latere *entrepreneurial intentions* gaan bepalen.

Uit de interviews bleek dat als je over een bepaalde mate van *entrepreneurial passion* beschikt, dat deze *Attitude towards entrepreneurship* daardoor ook automatisch gunstig is. Op deze manier heeft EP een positieve invloed op de ATE zoals te zien in *Figuur 2*. Het is uiteraard essentieel om deze gunstige evaluatie ten opzichte van ondernemend gedrag te hebben om achteraf ook effectief ondernemende intenties te kunnen hebben. Andere factoren naast je ondernemerspassie die ook nog een belangrijke rol kunnen spelen in de evaluatie die jij over ondernemerschap hebt, zijn opvoeding, rolmodellen en je familiale achtergrond.

Omtrent de *entrepreneurial self-efficacy* werd het duidelijk dat dit zelfvertrouwen in jezelf als ondernemer zeer belangrijk is en misschien wel de allerbelangrijkste factor van de drie determinanten. Als je niet in jezelf gelooft dan stopt het in principe al. Het is de sleutel bij ondernemerschap om dat wat je wil doen ook voor iemand anders te durven doen. Sommigen gaven wel aan dat dit zelfvertrouwen dan niet per se hoeft terug te slaan puur op uw ondernemende kwaliteiten, maar ook gezien kan worden als het zelfvertrouwen om er iets van te maken en dat jij met je algemene kwaliteiten er in staat toe zal zijn om het te laten lukken als ondernemer.

Het algemene besluit uit de bevindingen van deze interviews in verband met de tegenstrijdige bevindingen uit de literatuur over de relatie tussen *entrepreneurial passion* en *entrepreneurial self-efficacy* is eigenlijk dat ze beiden kloppen en deze processen naast elkaar plaatsvinden. Je wordt aangezet door je passie om te leren en te groeien in zelfvertrouwen en naarmate je dan een hogere mate van zelfvertrouwen verkrijgt, groeit deze passie hier nog verder in mee. Alles staat met elkaar in verband en kan in principe niet los gezien worden van het andere en gaat door elkaar gevoed worden.

Het eerste deel hiervan is dat je ondernemerspassie een soort van motivator is om bij te leren tot je zelfvertrouwen gegroeid is tot op een bepaald niveau tot je echt een ondernemende intentie hebt. Het kan natuurlijk ook dat je al heel veel zelfvertrouwen hebt in je ondernemende kwaliteiten en al het gevoel hebt dat je er klaar voor bent voordat je echt die ondernemerspassie ervaart en dan is dit deel uiteraard minder van belang. Naarmate je meer zelfvertrouwen opbouwt en op een bepaald punt gekomen bent dat je effectief een duidelijke ondernemende intentie gaat ontwikkelen, gaat deze ondernemerspassie nog verder toenemen. Andere factoren die hier van invloed kunnen zijn, zijn je werkervaring en knowhow die je hebt opgebouwd waardoor je een hogere mate van ESE kan hebben.

Wat betreft de *Perceived behavioural control* kan besloten worden dat hoeveel risico je moet nemen natuurlijk sterk samenhangt met het waargenomen gemak om een bepaald ondernemend gedrag uit te voeren. Uit de interviews bleek dat je financiële en persoonlijke situatie samen met je omgeving en de timing hier de grootste invloed op hebben.

Verder bleek dat het desondanks zeker niet onmogelijk is om uit een moeilijke financiële situatie toch te gaan ondernemen. Uw ondernemerspassie gaat er dan namelijk voor zorgen dat je oplossingen gaat zoeken om deze moeilijke obstakels alsnog te overwinnen. Als je vanbinnen er overtuigd van bent dat je het aankan en de passie groot genoeg is, zal je op de een of andere manier wel een oplossing proberen te zoeken om dat ondernemende gedrag alsnog te kunnen vertonen. Je ondernemerspassie gaat dan als het ware een stuk van die moeilijkheden compenseren en minimaliseren. Ook hier heeft EP dus een positief effect op PBC zoals weergegeven in *Figuur 2*.

### **3.2.5.3 EI**

Uiteindelijk kom je dan rechts in het model bij Fase 1 uit bij *entrepreneurial intentions*. De factoren die uit de interviews naar boven kwamen die van invloed kunnen zijn op deze *entrepreneurial*

*intentions* zijn allemaal toe te kennen aan en worden bepaald door de factoren die in dit model voorafgaan aan de factor EI. Hoe gunstiger de drie determinanten uit de *Adapted theory of planned behaviour*, hoe sterker de EI van een individu zal zijn om het betreffende gedrag uit te voeren.

Het gaat erom dat je na deze intenties ook effectief de sprong waagt. Uit zowat alle interviews kwam naar voren dat ondernemerschap 'gewoon doen' en risico's nemen is, maar dat dit meteen ook zowat het moeilijkste aspect ervan is. Er is dus weldegelijk een zeer groot verschil tussen ondernemende intenties hebben en deze ook effectief uitvoeren. Zonder deze intenties zouden er echter wel sowieso geen ondernemingen opgestart worden. Het potentieel van een individu om ondernemer te worden kan namelijk niet worden benut tenzij hij of zij de intentie heeft om ondernemer te worden.

Wat betreft de factor familieachtergrond was er in tegenstelling tot voorgaande onderzoeken wel een opvallende bevinding. De ondernemers die uit een familieachtergrond met veel ondernemers kwamen, haalden dat altijd als één van de voornaamste invloeden op hun ondernemende intenties aan. Deze familieachtergrond kon dan zoals reeds vermeld een positieve invloed hebben op zowel uw ATE als uw PBC.

#### **3.2.5.4 EA**

Dit onderzoek ging oorspronkelijk specifiek over de fase van de ondernemende intentie die vooraf gaat aan het effectieve opstarten. Omdat uit de interviews bleek dat de invloed van *entrepreneurial passion* niet gewoon stopt na het vormen van ondernemende intenties en ook daarna bij het opstarten en uitbouwen nog een grote invloed uitoefent, werd er toch gekozen om ook een Fase 2: Opstarten aan het model toe te voegen.

Na het bezitten van *entrepreneurial intentions* is het namelijk 'tijd' om over te gaan tot actie en zo belandt je in Fase 2: Opstarten van het model bij *Entrepreneurial Action* (EA). Hierbij komt het er voornamelijk op neer dat hoe minder risico je moet nemen om je onderneming op te starten, hoe sneller de effectieve stap gemaakt zal worden. Zeker wanneer je het gevoel hebt dat je door je eigen aanpak en zelfvertrouwen erin gelooft dat je het beter zal doen dan je concurrenten of alleszins op een manier die je veel aangenamer vindt en er zo dus meer voldoening uit kan halen.

Na de effectieve opstart van je onderneming (EA) gaat je zelfvertrouwen in jezelf als ondernemer nog verder vergroten en gaat je ondernemerspassie ook geleidelijk aan blijven groeien terwijl je met je eigen onderneming bezig bent. Je blijft namelijk steeds meer en meer EP ontwikkelen naarmate je bezig bent met ondernemende activiteiten die je graag doet en waar je beter in wordt, waardoor ook je ESE verder zal blijven toenemen. Dit is ook te zien in *Figuur 2* waarin je van EP en ESE in Fase 1 naar een veel grotere EP+ en ESE+ in Fase 2 evolueert.

Daarbij is de invloed van deze EP+ dan dat je affectieve gevoelens die je uit deze ondernemende activiteiten kan krijgen bij wijze van spreken zijn waar je 's morgens voor uit uw bed opstaat en u de kracht geven om door te zetten. Door te blijven doorzetten en het te willen laten lukken, kan je er op deze manier ook altijd sterker uitkomen en in moeilijke situaties toch de kracht vinden om je

hoofd niet te laten hangen. Verder kan deze ondernemerspassie ook helpen bij het zoeken naar nieuwe opportuniteiten of op een creatieve manier naar nieuwe ideeën te zoeken om het toch te laten lukken wanneer het even minder gaat.

Na het opstarten van je onderneming ga je dus steeds verder evolueren en nog meer ESE en EP verkrijgen, gaat het ook steeds 'makkelijker worden', natuurlijker aanvoelen en heeft dit daardoor uiteraard ook een positief effect op je PBC. Daardoor evolueert ook deze PBC van Fase 1 in Fase 2 naar een grotere PBC+ waarbij het ondernemend gedrag als makkelijker waargenomen zal worden. Ook kan het effectief opstarten van uw onderneming uw gunstige ATE van Fase 1 misschien nog iets gunstiger maken, maar aangezien deze al gunstig was in Fase 1 is deze factor niet nogmaals in het model opgenomen. Uiteindelijk kan deze verdere evolutie er eventueel ook nog voor zorgen dat je nieuwe of extra ondernemende intenties gaat ontwikkelen of verder uitvoeren en daardoor eindigt het model zoals in *Figuur 2* aangegeven met EI\*.



## HOOFDSTUK 4: DISCUSSIE

Deze masterproef vult zoals eerder aangehaald een gap in de wetenschappelijke literatuur door specifiek te focussen op millennial ondernemers die achteraf ook effectief de stap naar het ondernemerschap succesvol gezet hebben. Er werd dus ingezoomd op een bepaalde generatie, maar hierbinnen werd dit zo breed mogelijk gehouden om toch representatieve resultaten te kunnen bekomen. Hierdoor is dit model opgesteld aan de hand van informatie van ondernemers die uit deze *entrepreneurial intentions* ook effectief de stap gezet hebben om een eigen onderneming op te richten. Het is daarbij interessant om te zien welke factoren hier allemaal een invloed op hebben en welke rol *entrepreneurial passion* in dit proces speelt zodat er daardoor ook geleerd kan worden hoe ondernemerschap gestimuleerd kan worden.

Verder was het ook zeer relevant om dieper op millennials in te zoomen omdat zij momenteel de generatie zijn die het meest actief is op de huidige arbeidsmarkt en dus ook wat betreft ondernemerschap het hardst zijn stempel drukt. Omdat deze groep dus nog relatief jong is, is het ook deze generatie die voor de komende 30 jaar nog een grote invloed op de arbeidsmarkt zal hebben en het dus belangrijk is om hier een beter beeld van te krijgen. *Millennial entrepreneurs* hebben vandaag de dag bijvoorbeeld meer aandacht voor *work-life balance* en heerst er bij hen een grote *mindshift* naar globaler ondernemen door technologische ontwikkelingen.

Ten slotte moet er wel in het achterhoofd gehouden worden dat er vandaag de dag meerdere factoren zijn die ervoor zorgen dat er een lager niveau van ondernemerschap is bij millennial ondernemers. Deze factoren kunnen er namelijk voor zorgen dat er een lagere mate van *entrepreneurial passion* wordt ontwikkeld waardoor er sowieso minder ondernemende intenties zullen zijn of kunnen ook een negatieve impact hebben op de waargenomen moeilijkheid van de *Perceived behavioural control* en daardoor ook de ondernemende intenties aantasten. Dit is dus iets wat naast het oorspronkelijke model dus ook nog in het oog gehouden moet worden.

### 4.1 Beperkingen

Een eerste beperking van dit onderzoek is dat het afnemen van de interviews niet optimaal kon verlopen door de huidige *COVID-19* pandemie en de overheidsmaatregelen die daarmee gepaard gingen. Minder ondernemers stonden daardoor open om een interview af te laten nemen en het grootste deel van de interviews die wel plaatsvonden, werd via *videocall* afgenomen. Dit zorgt automatisch voor een minder persoonlijk interview waardoor er mogelijk interessante antwoorden of bevindingen zijn achtergebleven.

Daarnaast bestaat er ook het gevaar dat er ook hier een soort van momentopname verkregen werd door de millennial ondernemers slechts op één bepaald moment te interviewen. Voor de doelstellingen van dit onderzoek zou een longitudinale aanpak idealer zijn waarbij je een tiental millennial ondernemers op verschillende tijdstippen gedurende hun proces van intentie naar opstart



naar groei opvolgt. Dit is uiteraard niet mogelijk bij een masterproef die in enkele maanden tijd geschreven wordt.

Ten slotte is er in dit onderzoek meer gefocust op wat de invloeden van *entrepreneurial passion* op *entrepreneurial intentions* zijn en welke rol deze in dit proces speelt en iets minder op specifieke oplossingen over hoe ondernemerschap gestimuleerd kan worden onder millennials. Wel vonden enkele geïnterviewden dat ons schoolwezen vandaag te zeer gefocust is op theorie en dingen vanbuiten leren en daardoor begrijpen mensen vaak te weinig wat de basis van ondernemen echt inhoudt. Er moet dus meer praktijkgericht gewerkt worden en meer *entrepreneurial education* komen in plaats van enkel een historisch hoog onderwijsniveau. Daarnaast moet er getracht worden op een bepaalde manier het risico zo klein mogelijk te maken om te ondernemen voor mensen met ondernemende intenties. Zo gaan ze veel sneller effectief de stap naar ondernemerschap maken en dit niet enkel durven doen als ze vanuit een super gezonde thuissituatie kunnen beginnen. Hierbij kan er best ook een onderscheid gemaakt worden tussen beginnende, kleine ondernemingen en multinationals of grote ondernemingen die de kleine zelfstandigen steeds meer en meer verdrijven. Ten slotte vonden enkele geïnterviewden dat er in onze Belgische maatschappij nog te zeer een negatieve sfeer rond falende ondernemers hangt. Dit zijn om te starten al een enkele bevinding waar gewerkt mee kan worden om oplossingen te zoeken om het ondernemerschap onder millennials verder te stimuleren.

#### **4.2 Aanbevelingen**

Op basis van de bevindingen van deze masterproef is het aangeraden om deze te testen in een kwantitatieve studie op een grote representatieve steekproef. Op deze manier worden er dan meer betrouwbare resultaten gegenereerd en worden eventuele regionale verschillen eruit gefilterd. Verder is het ook aangeraden om specifieke voorbeelden op te stellen om ondernemerschap verder te stimuleren en deze eventueel ook bij deze grotere steekproef te testen. Uiteindelijk is het de bedoeling om op basis van dit soort onderzoeken belangrijke inzichten te verwerven over waar op ingespeeld moet worden om het niveau van ondernemerschap te verhogen.

Voor millennials met enige mate van *entrepreneurial passion* is het na het lezen van deze masterproef duidelijk geworden dat er nu inspanningen geleverd moeten worden. Hiervoor moet je je *entrepreneurial self-efficacy* en geloof in jezelf tot op een bepaald niveau proberen op te krikken waardoor je passie nog verder zal groeien en je zo specifieke ondernemende intenties gaat vormen. Wanneer deze ondernemende intenties aanwezig zijn, is het een kwestie van "gewoon doen" en risico's nemen. Wanneer je als millennial nog in een gunstig klimaat verkeert zonder leningen, verplichtingen en al te hoge vaste kosten, is dat uiteindelijk het ideale moment om met effectief ondernemerschap te experimenteren. Hoe langer je wacht, hoe groter het risico zal worden.

#### **4.3 Conclusie eerste deelvraag**

De eerste deelvraag van deze masterproef luidt als volgt: "Op welke manier beïnvloeden de verschillende aspecten van *entrepreneurial passion* de intentie om een onderneming te starten bij *millennial entrepreneurs*?" *Entrepreneurial passion* is het startpunt in het proces om *entrepreneurial intentions* te vormen en heeft een positieve invloed op alle drie conceptuele determinanten van de Theory of planned behaviour. Deze drie determinanten kunnen op hun beurt ondernemende intenties met een hoge mate van nauwkeurigheid voorspellen. *Entrepreneurial passion* kan enerzijds opgedeeld worden in de component van de intense positieve gevoelens en anderzijds in de component met betrekking tot een bepaalde ondernemersidentiteit. Uit de interviews bleek dat deze ondernemerspassie essentieel is voor ondernemerschap.

Wat betreft de verschillende ondernemersidentiteiten werden er in dit kwalitatief onderzoek geen beduidende verschillen gevonden met betrekking tot dit model. Er werden namelijk millennial ondernemers bevestigd die allemaal verschillende ondernemersidentiteiten hebben, maar qua invloed van passie op de ondernemende intenties zijn hier geen duidelijke verschillen naar boven gekomen.

#### **4.4 Conclusie tweede deelvraag**

"Wat is de rol van *entrepreneurial passion* in het bevorderen van de *attitude towards the behaviour* (ATB), *perceived behavioural control* (PBC) en *entrepreneurial self-efficacy* (ESE) van *millennial entrepreneurs*?" was de tweede deelvraag van deze masterproef. *Entrepreneurial passion* is zoals hierboven aangehaald het startpunt in het proces om *entrepreneurial intentions* te vormen. Deze *entrepreneurial passion* heeft een positieve invloed op alle drie conceptuele determinanten van de *Adapted theory of planned behaviour* die dus gezien kunnen worden als een gevolg van deze ondernemerspassie.

Als je over een bepaalde mate van *entrepreneurial passion* beschikt, dan is je *Attitude towards entrepreneurship* daardoor ook automatisch gunstig. Het is uiteraard essentieel om deze gunstige evaluatie ten opzichte van ondernemend gedrag te hebben om ook effectief achteraf ondernemende intenties te kunnen hebben.

In de literatuur werden er tegenstrijdige bevindingen gevonden in verband met de relatie tussen *entrepreneurial passion* en *entrepreneurial self-efficacy*. Het algemene besluit hierover op basis van dit onderzoek is dat ze beiden kloppen en deze processen naast elkaar plaatsvinden. Je wordt aangezet door je passie om te leren en te groeien in zelfvertrouwen en naarmate je dan een hogere mate van zelfvertrouwen verkrijgt, groeit deze passie hier nog verder in mee. Je blijft steeds meer en meer ondernemerspassie ontwikkelen naarmate je bezig bent met ondernemende activiteiten die je graag doet en waar je beter in wordt. Alles staat met elkaar in verband en kan in principe niet los gezien worden van het andere en gaat door elkaar gevoed worden.

Wat betreft de *Perceived behavioural control* kan besloten worden dat hoeveel risico je moet nemen natuurlijk sterk samenhangt met het waargenomen gemak om een bepaald ondernemend gedrag uit te voeren. Wanneer iets als moeilijk beschouwd wordt, gaat uw ondernemerspassie er voor zorgen

dat je oplossingen gaat zoeken om deze moeilijke obstakels alsnog te overwinnen. Als je vanbinnen er overtuigd van bent dat je het aankan en de passie groot genoeg is, zal je op de een of andere manier wel een oplossing proberen te zoeken om dat ondernemende gedrag alsnog te kunnen vertonen. Je ondernemerspassie gaat dan als het ware een stuk van die moeilijkheden compenseren en minimaliseren.

#### **4.5 Geïntegreerde conclusie onderzoeksvraag**

Ten slotte moet de onderzoeksvraag "Wat is de invloed van *entrepreneurial passion* op de intentie om een onderneming te starten bij *millennial entrepreneurs*?" van deze masterproef nog beantwoord worden. Hierbij kan geconcludeerd worden dat de verschillende aspecten van *entrepreneurial passion* de intentie om een onderneming te starten bij millennial ondernemers dus niet op een andere manier beïnvloeden, maar deze ondernemerspassie zeker wel essentieel is om ondernemende intenties te vormen. Deze *entrepreneurial passion* heeft een positieve invloed op alle drie conceptuele determinanten van de *Adapted theory of planned behaviour* die op hun beurt met een hoge mate van nauwkeurigheid ondernemende intenties kunnen voorspellen.

Omdat uit de interviews bleek dat de invloed van *entrepreneurial passion* niet gewoon stopt na het vormen van ondernemende intenties en ook daarna bij het opstarten en uitbouwen nog een grote invloed uitoefent, werd er gekozen om ook de fase na het effectief opstarten nog aan het model toe te voegen. Hierbij gaat uw Entrepreneurial Self-Efficacy, Entrepreneurial Passion en Perceived Behavioural Control nog verder positief evolueren en kan je daardoor uiteindelijk eventueel nog nieuwe of extra *entrepreneurial intentions* gaan ontwikkelen of verder uitvoeren. Ook werden er in dit onderzoek nog tal van andere factoren gevonden die *entrepreneurial intentions* onrechtstreeks via ATE, ESE en PBC kunnen beïnvloeden.

## BRONNEN

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior 1. *Journal of applied social psychology*, 32(4), 665-683.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British journal of social psychology*, 40(4), 471-499.
- Autio, E., H. Keeley, R., Klofsten, M., GC Parker, G., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145-160.
- Baron, R. A. (2008). The role of affect in the entrepreneurial process. *Academy of management Review*, 33(2), 328-340.
- Barringer, B., & Ireland, D. (2010). Entrepreneurship: Successfully launching new ventures, global ed. In: New Jersey: Pearson Higher Education.
- Basu, A., & Virick, M. (2008). *Assessing entrepreneurial intentions amongst students: A comparative study*. Paper presented at the VentureWell. Proceedings of Open, the Annual Conference.
- Bierly, P. E., Kessler, E. H., & Christensen, E. W. (2000). Organizational learning, knowledge and wisdom. *Journal of organizational change management*.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442-453.
- Buchanan, L. (2015). American entrepreneurship is actually vanishing. *Issue of INC magazine*.
- Burke, R. J., & Ng, E. (2006). The changing nature of work and organizations: Implications for human resource management. *Human resource management review*, 16(2), 86-94.
- Busenitz, L. W., West III, G. P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G. N., & Zacharakis, A. (2003). Entrepreneurship research in emergence: Past trends and future directions. *Journal of management*, 29(3), 285-308.
- Buzza, J. S. (2017). Are you living to work or working to live? What millennials want in the workplace. *Journal of Human Resources*, 5(2), 15-20.
- Cardon, M. S. (2008). Is passion contagious? The transference of entrepreneurial passion to employees. *Human resource management review*, 18(2), 77-86.
- Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E., & Patel, P. C. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of business venturing*, 28(3), 373-396.
- Cardon, M. S., & Kirk, C. P. (2015). Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship. *Entrepreneurship Theory and practice*, 39(5), 1027-1050.
- Cardon, M. S., Sudek, R., & Mitteness, C. (2009). The impact of perceived entrepreneurial passion on angel investing. *Frontiers of entrepreneurship research*, 29(2), 1.
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of management Review*, 34(3), 511-532.
- Casselman, B. (2017). A start-up slump is a drag on the economy. Big business may be to blame. *New York Times*, 20.
- Chen, S., Su, X., & Wu, S. (2012). Need for achievement, education, and entrepreneurial risk-taking behavior. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 40(8), 1311-1318.
- De Boer, F. (2011). De grounded theory approach: Een update. *Kwalon*, 1(16), 25-33.
- Duckworth, A., & Duckworth, A. (2016). *Grit: The power of passion and perseverance* (Vol. 234): Scribner New York, NY.
- Gelard, P., & Saleh, K. E. (2011). Impact of some contextual factors on entrepreneurial intention of university students. *African Journal of Business Management*, 5(26), 10707-10717.
- Jacob, S. A., & Furgerson, S. P. (2012). Writing interview protocols and conducting interviews: tips for students new to the field of qualitative research. *Qualitative Report*, 17, 6.

- Karali, S. (2013). The Impact of entrepreneurship education programs on entrepreneurial intentions: An application of the theory of planned behavior. *Unpublished master's thesis*.
- Karimi, S. (2020). The role of entrepreneurial passion in the formation of students' entrepreneurial intentions. *Applied Economics*, 52(3), 331-344.
- Khan, S. N. (2014). Qualitative research method: Grounded theory. *International Journal of Business and Management*, 9(11), 224-233.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and practice*, 21(1), 47-58.
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and practice*, 33(3), 593-617.
- Liu, J., Zhu, Y., Serapio, M. G., & Cavusgil, S. T. (2019). The new generation of millennial entrepreneurs: A review and call for research. *International Business Review*, 28(5), 101581.
- Meyer, N., & de Jongh, J. (2018). The importance of entrepreneurship as a contributing factor to economic growth and development: The case of selected European countries. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 10(4 (J)), 287-299.
- Moses, C., Olokundun, A. M., Akinbode, M., Agboola, M. G., & Inelo, F. (2016). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: The moderating role of passion. *The Social Sciences*, 11(5), 645-653.
- Murnieks, C. Y., Klotz, A. C., & Shepherd, D. A. (2020). Entrepreneurial motivation: A review of the literature and an agenda for future research. *Journal of Organizational Behavior*, 41(2), 115-143.
- Murnieks, C. Y., Mosakowski, E., & Cardon, M. S. (2014). Pathways of passion: Identity centrality, passion, and behavior among entrepreneurs. *Journal of management*, 40(6), 1583-1606.
- Neneh, B. N. (2020). Entrepreneurial passion and entrepreneurial intention: the role of social support and entrepreneurial self-efficacy. *Studies in Higher Education*, 1-17.
- Reulink, N., & Lindeman, L. (2005). Kwalitatief onderzoek. *Participerende observatie, documentanalyse, interviewen*.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and practice*, 15(4), 13-32.
- Smith, K. T. (2010). Work-life balance perspectives of marketing professionals in generation Y. *Services Marketing Quarterly*, 31(4), 434-447.
- Struckell, E. M. (2019). Millennials: A Generation of Un-Entrepreneurs. *Journal of Business Diversity*, 19(2).
- Sudek, R. (2006). Angel investment criteria. *Journal of Small Business Strategy*, 17(2), 89-104.
- Tanner, L. (2010). *Who are the Millennials?* Retrieved from
- Twenge, J. M., & Campbell, S. M. (2012). Who are the Millennials? Empirical evidence for generational differences in work values, attitudes and personality. In *Managing the new workforce*: Edward Elgar Publishing.
- Vignoles, V. L., Regalia, C., Manzi, C., Gollidge, J., & Scabini, E. (2006). Beyond self-esteem: influence of multiple motives on identity construction. *Journal of personality and social psychology*, 90(2), 308.
- Wilmoth, D. (2016). The missing millennial entrepreneurs. *Small Business Exchange*, 31(49), 1.
- Zain, Z. M., Akram, A. M., & Ghani, E. K. (2010). Entrepreneurship intention among Malaysian business students. *Canadian social science*, 6(3), 34-44.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of applied psychology*, 90(6), 1265.

## BIJLAGEN

### Appendix 1: Interviewprotocol

#### Introductie:

- Allereerst bedanken en toestemming vragen om op te nemen.
- Korte inleiding onderzoek: "Voor mijn masterproef aan de Universiteit Hasselt schrijf ik mijn thesis over 'de invloed van *entrepreneurial passion* op ondernemende intenties bij millennial ondernemers'. Dit zijn ondernemers geboren tussen 1982 en 1999. Ik ga dit onderzoeken aan de hand van kwalitatief onderzoek en interviews afnemen bij een tiental millennial ondernemers."
- "Het interview zal starten met enkele algemene topics over uzelf en uw onderneming. Nadien wordt er verder ingezoomd op millennial ondernemers, ondernemende intenties, *entrepreneurial passion* en de *Theory of Planned Behaviour*."
- "Aarzel niet om dingen te vragen als iets niet duidelijk is!"

#### Algemeen:

- Persoonsgegevens: "We gaan eerst beginnen met wat persoonlijke gegevens, zodat we een beter beeld krijgen van u als ondernemer kunnen verkrijgen."
  - Welke opleiding heeft u gevolgd?
  - Wat is uw professionele achtergrond? Heeft u bijvoorbeeld eerst nog ergens anders gewerkt voordat u uw eigen onderneming opstartte?
  - Wat zijn uw verdere hobby's buiten het bedrijfsleven?

#### Opstarten bedrijf:

- Ontstaan en start van het bedrijf: "Ok perfect, dit is genoeg persoonlijke informatie. We zullen nu verder ingaan op het ontstaan en de opstart van uw onderneming."
  - In welk jaar heeft u uw onderneming opgestart en met hoeveel personen werken jullie daar momenteel voor?
  - Waarin bent u met deze onderneming gespecialiseerd?
  - Wat heeft u vooral doen besluiten of aangezet om te starten met deze onderneming?
  - Sinds wanneerervaarde u uw ondernemende intenties?
  - Welke ervaring had u bij het oprichten al rond ondernemen?

#### Ondernemerschap bij millennials

- Laag niveau van ondernemerschap: "Tot nu toe zorgt de generatie van millennials slechts voor een relatief laag niveau van ondernemerschap. Volgens Amerikaans onderzoek is slechts 2% van de millennials zelfstandig ondernemer en dit is duidelijk minder dan voorgaande generaties."
  - Waaraan is volgens u het lagere niveau van ondernemerschap onder millennials tov voorgaande generaties te wijten? Dit is namelijk een vreemde vaststelling aangezien het onderwijsniveau op een historisch hoog niveau ligt.
    - (Bepaalde financiële onafhankelijkheid? Belastingen? Multinationals?)

- Welke verschillen ervaart u tijdens het werken of het ondernemen tussen millennial ondernemers en ondernemers van oudere generaties?
  - (Technologie? Globalisering?)

### **Ondernemende intenties**

- “Ondernemende intenties worden gedefinieerd als de bereidheid van een individu om ondernemend gedrag te vertonen of deel te nemen aan ondernemersactiviteiten die verband houden met het starten van een nieuwe onderneming.”
  - Wat waren voor u persoonlijk de belangrijkste factoren om over te gaan van uw ondernemende intentie tot de opstart van uw bedrijf?
  - Op welke manier had uw familiale achtergrond (bv veel ondernemers in familie) of uw geslacht een invloed op uw ondernemende intentie?

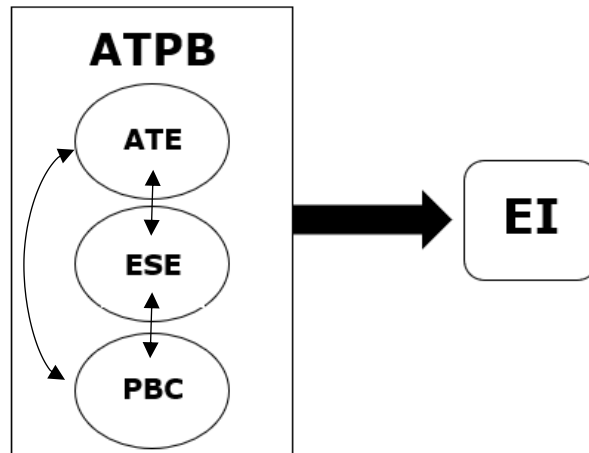
### **Entrepreneurial passion:**

- “*Entrepreneurial passion* staat bekend als toegankelijke, positieve gevoelens die voortvloeien uit betrokkenheid bij activiteiten die betekenisvol zijn voor een ondernemer en bij zijn ondernemersidentiteit passen. Het komt dus overeen met wat wij ondernemerspassie noemen. Deze ondernemerspassie kan opgedeeld worden in twee componenten: een component met betrekking tot affectie, of intens positieve gevoelens; en een component met betrekking tot de ondernemersidentiteit. Deze ondernemersidentiteit kan zijn als uitvinder, als oprichter en als ontwikkelaar.”
- Affectieve component
  - Op welke manier heeft uw ondernemerspassie u geholpen bij het opstarten en uitbouwen van uw onderneming?
    - (Succes ? Doorzettingsvermogen bij tijdelijke tegenslagen? Harder werken?)
- Ondernemersidentiteit (uitvinder – oprichter – ontwikkelaar)
  - Als u aan uw eigen ‘ondernemersidentiteit’ denkt, welke identiteit of identiteiten passen dan volgens u het best bij u? Die van uitvinder en dus het echt het uitvinden van nieuwe producten, die van oprichter en dus echt het lanceren van een nieuwe onderneming of die van ontwikkelaar en dus het laten groeien en ontwikkelen van uw opgerichte onderneming?

### **Theory of Planned Behaviour:**

- “Ondernemende intenties kunnen onderzocht worden aan de hand van de *Theory of Planned Behaviour*. Deze theorie is ontworpen om menselijk gedrag in specifieke contexten te voorspellen en te verklaren. De theorie beschrijft dat de intentie van een individu de centrale rol is om een bepaald gedrag uit te voeren. De intentie van een individu is zo dus een indicatie van hoeveel inspanning deze van plan is te leveren om dat specifiek gedrag uit te voeren. Voor dit onderzoek hebben we deze *Theory of Planned Behaviour* lichtjes aangepast naar de ATPB en kunnen ondernemende intenties onderverdeeld worden in drie conceptuele determinanten:

- Attitude towards entrepreneurship (Gunstige of ongunstige evaluatie tov ondernemend gedrag)
- Entrepreneurial self-efficacy (zelfvertrouwen in uw eigen ondernemende kwaliteiten)
- Perceived behavioural control (Waargenomen gemak/moeilijkheid om bepaald ondernemend gedrag uit te voeren)."



ATPB	=	Adapted Theory of Planned Behaviour
ATE	=	Attitude Towards Entrepreneurship
ESE	=	Entrepreneurial Self-Efficacy
PBC	=	Perceived Behavioural Control
EI	=	Entrepreneurial Intentions

- In welke mate bent u ervan overtuigd dat deze drie determinanten uw ondernemende intenties bepalen? Of zijn er volgens u nog andere algemene elementen die hier ook een belangrijke rol in kunnen spelen?
- Wanneer we specifiek kijken naar de ESE en dus zelfvertrouwen in uw eigen ondernemende kwaliteiten, mogen we dan stellen dat u door uw ondernemerspassie net geneigd was om uw vaardigheden voor deze activiteit te ontwikkelen om zo meer zelfvertrouwen te kunnen ontwikkelen? Of was het bij u eerder zo dat deze gevoelens van zelfvertrouwen u net meer gepassioneerd maakten?
- Hoe stond uw ondernemerspassie in verband met uw PBC? Dit is dus het waargenomen gemak of de waargenomen moeilijkheid die u ervaarde om het ondernemend gedrag uit te voeren dat u in gedachten had. Had dit hier een versterkend effect op waardoor er achteraf ook een grotere ondernemende intentie ontstond?
  - (Persoonlijke (financiële) situatie?)

#### **Afsluiting:**

- Hartelijk bedanken en succes verder wensen.
- "Zijn er verder nog vragen of opmerkingen langs uw kant of dingen die u zelf nog wilt toevoegen?"



## Appendix 2: Coderen "Ondernemerschap bij millennials"

Case	Quotes	Open coderen	Axiaal coderen
1	Je spaart lang genoeg, je kan twee keer per jaar op reis, je kan met een mooie auto rondrijden. Je hebt alles je hebt alles wat ge wilt in het leven wat financieel betreft en alles is op dat gebied dan goed in orde. Waarom zou ge dan het risico en de ellende van het ondernemerschap daar dan bij willen nemen? Er moet dus zeker een grote intrinsieke motivatie zijn die niet iedereen heeft.	'Gouden kooi', risico weren, intrinsieke motivatie	Redenen voor lager niveau
1	Dingen als <i>work-life balance</i> zijn ook veel belangrijker geworden.	<i>Work-life balance</i>	
2	Als je voor een werkgever gaat werken dan heb je toch wel een bepaalde zekerheid. Het ondernemen kost allemaal ook heel veel geld. En zeker ook de multinationals waartegen je dan nog moet opboksen.	Zekerheid, hoge kosten, multinationals	
2	Ook qua digitalisering en dat je soms niet echt weet hoe je daarin moet starten en dat je het gevoel hebt dat je overal een app of een platform moet voor opbouwen. Maar ik ben daar van afgestapt want ik heb daar geen verstand van en ik moest dat niet allemaal zelf gaan doen.	Digitalisering	
3	Als je een goed diploma hebt, ben je overal een beetje gegeerd en krijg je overal snel heel mooie gouden kooien aangeboden zodat je niet snel zoiets zal hebben van 'ik ga daarvan afwijken'. Ik denk dat dat ook gewoon maakt dat veel mensen niet zelf iets gaan beginnen.	'Gouden kooi', risico weren	
4	Ik denk dat de mensen vandaag de dag veel meer hun tijd bewust willen indelen en dan bijvoorbeeld denken "ik wil van 9-5 werken en van 5-10 's avonds wil ik mijn eigen tijd hebben en wil ik mijn eigen hobby's doen". Ik denk dat mensen hun <i>work-life balance</i> nu belangrijker vinden.	<i>Work-life balance</i>	
5	Door het beeld van de maatschappij dat je eigenlijk 'moet' gaan verder studeren na het middelbaar om aan werk te kunnen komen en waar ik het totaal niet mee eens ben. Hoe langer je daardoor wacht met ondernemen, hoe meer risico je moet nemen en de stap daarna minder snel gemaakt gaat worden.	Beeld MTY, meer risico	
6	Ik denk dat ons schoolwezen te veel gefocust is op theorie, dingen vanbuiten leren die ook vaak ver weg staan van de realiteit en de praktijk. En waar enige vorm van creativiteit of ondernemen vaak wordt afgestraft.	Onderwijs	
7	In de Belgische omgeving zitten wij vandaag in een omgeving waar er heel veel negativiteit rond hangt en daar wil ik mee zeggen dat je als ondernemer natuurlijk succesvol wil zijn. Maar als je niet slaagt, krijg je een bepaalde afgunst en word je in een slecht daglicht geplaatst.	Beeld MTY	

	Het klimaat dat hier gecreëerd is rond ondernemerschap is te zwaarwichtig, het is niet erg om te falen.	
7	Mensen begrijpen te weinig de basis van wat ondernemen echt inhoudt en ik denk dat we daar als onderwijs eigenlijk in falen. We zijn te hard bezig met het theoretische.	Onderwijs
8	De zelfstandige bakkers, beenhouwers, heel veel beroepen van vroeger die vandaag eigenlijk onder veel grotere ondernemingen vallen en mensen zijn eigenlijk niet meer zelfstandig in zo'n onderneming.	Multinationals, grotere ondernemingen
8	En bij die multinationals krijg je vaak een grote instroom van hoger opgeleide mensen die perfect in een dienstenstructuur of werknemersstructuur ook heel zelfstandig en ondernemend tewerk kunnen gaan.	Nieuwe structuren
9	Ondernemerschap is niet alleen rozengeur en maneschijn en ik denk dat mensen dat meer en meer beseffen en dat het veel opofferingen vereist.	Opofferingen
9	Steeds meer grote bedrijven in België en ook Amerikaanse bedrijven die naar hier komen waar je dan eigenlijk ook wel een stuk uw toegevoegde waarde aan kan bijdragen en een stuk uw eigen pad gaan uitschrijven binnen een bepaalde vaste structuur. Hier is dan ook minder risico aan verbonden natuurlijk.	Multinationals, grotere ondernemingen, nieuwe structuren
9	In dienst kan je ook heel hard werken en heel gedreven zijn, maar het moment dat je op vrijdagavond dan de deur achter je dichttrekt dan is het ergens wel gedaan en voor ons stopt dat daar dan niet. <i>Work-life balance</i> is in dat opzicht zeker ook wel belangrijker geworden voor velen denk ik.	<i>Work-life balance</i>
10	Om er tegenwoordig van te kunnen leven moet uw omzet wel echt zodanig hoog liggen en zoveel investeringen doen om dat leefbaar te maken. Thuis mag ook niks meer en alles is gewoon gereguleerd door de overheid.	Regelgeving
10	Vroeger had je alles veel meer verspreid en veel meer kleine ondernemers. Nu heb je vooral een paar hele grote groepen waarvoor heel veel volk werkt en die alles opslokken en je nog maar heel weinig zelfstandigen hebt daardoor.	Multinationals, grotere ondernemingen
10	Als je nu van de universiteit afkomt en je begint ergens te werken dan kom je dikwijls bij een grote groep uit en dan krijg je dikwijls ook een mooi loon, een bedrijfswagen, een gsm,... van de zaak en als je dan moet beginnen denken van 'wat moet ik allemaal doen om dat te kunnen hebben als ik zelfstandig ondernemer wil worden?' en je hebt geen enkele zekerheid en je wil die sprong wagen, dan moet je er toch echt al wel heel hard in geloven. "Tegenwoordig wil iedereen liever een grote knecht zijn dan een kleine baas".	'Gouden kooi', risico weren

Redenen voor lager niveau

Case	Quotes	Open coderen	Axiaal coderen
2	Wat mij nu opvalt aan de oudere generatie is dat het daar echt ieder voor zich is. Dus iedere ondernemer heeft zijn bedrijf en de rest is concurrentie. Wat ik merk bij millennials is dat wij precies sneller geneigd zijn om die partnerships af te sluiten.	Partnerships	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-left: auto; margin-right: auto;">           Verschillen tussen generaties         </div>
4	Thuis merk ik dat het heel anders is in de zin van dat jongeren altijd veel meer richting globale dingen gaan die denken en bv niet alleen aan Vlaanderen. Ik denk dat dat het grote verschil is tussen de laatste en de vroegere generaties. Die globalisering van alles dat daar een heel grote <i>mindshift</i> in zit en die mogelijk is door technologie.	Globaler denken, technologie	
5	Ik denk dat je de dag van vandaag veel sneller iedereen kan bereiken en zo meer globaal kan gaan werken. Dat is bij ons met Soccerimproved zeker ook het geval met volgers wereldwijd. Zo stelt Instagram en sociale media ons in staat om wereldwijd klanten te kunnen bereiken.	Globaler denken, technologie, sociale media	
6	Natuurlijk heb je een verschil in het type ondernemingen waar mensen in actief zijn, maar dat is normaal dat daar een groter verschil in zit want 50 jaar geleden was er geen internet, geen software... Die zaten in een heel ander type branches.	Technologie, type branches	
6	Ik denk dat je heel veel ondernemers hebt van oudere generaties die ook zijn begonnen ondernemen zonder echt een universitaire opleiding. Ik heb zo het gevoel dat veel oudere ondernemers uit hun stiel zijn begonnen en gegroeid zijn.	Opleiding	
7	Dat de jongere generatie vaak geen realistisch beeld kan scheppen over wat ondernemen echt inhoudt en de basis veel te hoog gelegd wordt. Ze willen allemaal een gsm, een dikke auto en zoeken naar een veel hoger comfort level dan de oudere generaties.	<i>Comfort level</i>	
8	Ik kan vooral benoemen dat de ondernemers die ik ken van onze leeftijd dat die vooral heel positief zijn en willen samenwerken. Opportuniteiten zoeken en samen iets willen doen of partnerships sluiten en dit was vroeger denk ik minder snel het geval.	Partnerships	
9	Ik denk dat wij misschien wel een beetje flexibeler zijn als bedrijf ten opzichte van onze iets oudere concollega's. Zij gaan in bepaalde situaties misschien minder innovatief zijn en dus wat conservatiever zijn.	Conservatiever, minder innovatief	

### Appendix 3: Coderen "Ondernemende intenties"

Case	Quotes	Open coderen	Axiaal coderen
1	Het zijn vooral prikkels uit de omgeving die bepalen of je al dan niet ondernemer gaat worden. Wanneer je daartussen zit, krijg je daardoor ook een netwerk en dan wordt het vanzelfsprekender.	Omgeving, netwerk	Invoeden op ondernemende intenties
1	Ik kom niet uit een familie van ondernemers en mijn ouders zijn net heel behoudens gezind, maar dit kan wel een zeer grote invloed hebben denk ik. Een typisch voorbeeld is dat kinderen van ondernemers ook ondernemer worden omdat die van thuis alles hebben kunnen zien en steun krijgen.	Familie	
2	Dat ondernemende heeft altijd wel in mij gezeten, zeker ook door mijn achtergrond van thuis uit. Mijn vader heeft ook twee bedrijven dus ik ben daarmee opgegroeid.	Familie	
2	Ik denk persoonlijk dat vrouwen meer met passie en het gevoelsmatige of emotionele gaan ondernemen en mannen eerder rationeler daarin zijn. Dat mannen daarom ook sneller knopen kunnen doorhakken.	Geslacht	
3	Vooraf de wens om gewoon zelfstandig iets te doen en niet naar een baas te moeten luisteren.	Eigen baas	
4	Ik denk dat mijn familiale achtergrond en omgeving daar zeker een belangrijke rol in speelde. De situatie waarin je je bevindt en de input die je krijgt langs alle kanten (bewust en onbewust) die duwen u denk ik altijd wel een beetje in een bepaalde richting.	Familie, omgeving	
5	Ook familiale achtergrond met mama, papa, zus ook zelfstandig heeft hier zeker een invloed op gehad. Daarom wou ik dat liefst ook doen. Wou altijd al iets zelf doen wat ik graag deed en op die manier mijn eigen brood mee te verdienen om het zo te zeggen.	Familie, doen wat je graag doet	
6	Ik denk gewoon ergens een interesse door gewoon in mijn jeugd met ondernemende dingen bezig te zijn en te organiseren. Daarin dan wel de kick gevonden om iets van nul tot één te brengen en om iets uit te bouwen en te zien groeien.	Ondernemende activiteiten	
6	Eenzijds ben ik soms wat eigenzinnig en koppig op een bepaalde manier en zelfstandig. Dus ik kan niet zo heel goed omgaan met gezag. Dat was wel één van de redenen waarom ik meer voor een zelfstandige activiteit wou gaan om te doen waar ik zin in had en mijn creativiteit de vrije loop te laten.	Eigen baas, doen wat je graag doet	
7	Bij mij is het echt met de paplepel meegegeven en ben ik er van mijn 16 <sup>de</sup> bijvoorbeeld al mee begonnen. Heel veel geleerd als kind langs mijn vader lopend en gedurende mijn carrière langs andere managers.	Familie, beter willen doen	

	Daar ook heel veel gezien wat ik niet wou en wat voor type ik niet wou worden als manager.		Invloeden op ondernemende intenties
8	Als je uit een ondernemersfamilie komt ben ik ervan overtuigd dat je drempels om het te doen veel lager zijn. En geslacht kan misschien voor iemand anders wel een invloed hebben, maar voor mij was dat totaal niet het geval.	Familie, geslacht	
10	Ik ben ook wel geboren in een ondernemersnest dus dat heeft er altijd wel onbewust ingezet en dat je dan denkt van ik kan dat misschien beter. Dit heeft zeker een positieve invloed gehad en je neemt die stap dan sneller en er worden dan ook veel minder vragen bij gesteld denk ik.	Familie, beter willen doen	
11	Ik ben niet iemand die gemaakt is om 24/7 te luisteren naar een baas en die zich boven de rest van het werknemend personeel wil stellen.	Eigen baas	

Case	Quotes	Open coderen	Axiaal coderen
1	Ik produceerde elk jaar zo'n 2 businessideeën op papier die ik niet uitvoerde omdat ik geen tijd had en dan op een gegeven moment zeg je van we gaan dat wel doen he. Ik heb zoveel ideeën uit het verleden maar half uitgevoerd wegens tijdsgebrek en dat vond ik zeer jammer.	Tijdsgebrek, ideeën,	Invloeden van de intentie naar de opstart
1	Als ondernemer zijn je sowieso niet vies van risico's pakken want anders doe je het niet, maar je wilt wel ergens een vorm van hebben dat het ergens naartoe moet gaan en dat het goed moet komen en dat is een belangrijke eerste stap.	Zelfvertrouwen, knowhow	
1	Ik zeg altijd (en dat is ook mijn back-up plan) dat ik altijd terug kan gaan naar mijn vorige type jobs en het enige wat ik dan in principe verloren ben is geld	Minder risico	
2	Voor mij was dat vooral mijn zelfvertrouwen en de ervaring die ik had opgebouwd. Omdat ik wel de knowhow had hoe ik mijn job moest uitvoeren en toch ook wel dat zelfvertrouwen daarin. Dat heeft mij wel doen beslissen om mijn eigen bedrijf op te starten.	Ervaring, zelfvertrouwen, knowhow	
2	Ik vond niet meer echt een werkgever die aansloot bij waar ik naar toe wilde en daarom heb ik de stap gezet om het zelf te doen.	Eigen aanpak	
3	Toen we merkten dat er een markt en de intentie voor was heeft dat ons uiteindelijk de stap doen zetten.	Markt-zekerheid	
3	Voor mij ook het lagere risico omdat ik toen nog bij mijn ouders woonde en drie-vijfde kon gaan werken bij Decathlon omdat zij wisten dat ik zelfstandige wou worden. Ik wist dat ik geen diepe schulden ging kunnen maken en op dat moment wist ik ook dat ik niet wou blijven doen wat ik deed van werk.	Minder risico, thuissituatie, eigen aanpak	

Case	Quotes	Open coderen	Axiaal coderen
4	Je moet kunnen vertrekken vanuit een gezonde thuisbasis. Ik moest geen inkomen hebben om bepaalde kosten te kunnen dragen dus kon ik vanuit een heel veilige situatie vertrekken met minder risico.	Minder risico, thuissituatie	Invloeden van de intentie naar de opstart
4	Ik ben er echt ingerold. Ik vond het eigenlijk gemakkelijk en er was veel vraag naar. Toen zijn we daarmee begonnen naast onze andere job om te kijken wat het gaf en na een halfjaar de keuze gemaakt om dat fulltime te gaan doen.	Markt-zekerheid, testfase	
5	Door boeken te lezen, hier staan allemaal voorbeelden in van wat je kan bereiken en zie je wat allemaal mogelijk is. Zo kan je dat ook makkelijker voor ogen stellen en dat zet uzelf meer aan om doelen te stellen en de stap echt te zetten.	Boeken	
5	Maar als je ziet dat er ook effectief vraag naar is en je niks te verliezen hebt van thuis uit en er op die manier dan toch een beetje geld binnenkwam ten opzichte van anders niks.	Minder risico, thuissituatie, markt-zekerheid	
6	Een nood in de markt gezien. Vroeger werkte ik als technologieverkoper en ik zag dat er nood was aan een integrator die oplossingen maakte en ook omdat het nooit het "juiste" moment gaat zijn. Ik kan het beter nu doen als ik 30 ben dan te wachten tot ik 40/50 ben.	Markt-zekerheid, nood in markt, juiste moment	
7	Gevoel van "we hebben genoeg geleerd en genoeg dingen gezien, zowel in de veilige nationale context als in de onveiligere internationale omgeving" en voor mij was dat de klik om te zeggen van het ondernemerschap in te gaan.	Ervaring, knowhow	
7	Die basis die je opdoet is zeer belangrijk om mee te kunnen praten over heel veel verschillende aspecten. IT is sowieso een complexe omgeving en daarom moest ik sowieso eerst die taal allemaal kennen enzoverder.	Zelfvertrouwen	
8	De grootste factor was geloof in mezelf. Hoewel de situatie helemaal niet veranderd was, is dat de van de ene op de andere dag gekomen. Verder wist ik ook vanuit mijn ervaring hoe ik het moest aanpakken en had ik er geen maanden voor nodig om dat dan te bedenken.	Geloof in jezelf, ervaring, knowhow	
9	Een beetje de honger om zelf iets uit de grond te gaan stampen omdat ik toen indertijd wel het gevoel had dat als ik me echt in iets vastbeet dat ik wel het gevoel had dat ik iets kon bereiken en dat ik wel zo de motivatie en de drang en het doorzettingsvermogen had om echt wel voor dingen te gaan en dingen uit te werken.	Zelfvertrouwen, doorzettingsvermogen	
9	Het stukje creatieve in mij dat ik meer naar buiten wou brengen. Als je ergens in loondienst werkt kan je daar niet echt mee weg en dat is	Eigen aanpak, doen wat je graag doet	

	wel iets waar ik nu echt mijn ding mee kan doen en mij energie geeft. Ik was ook jong en zat wat vast in mijn functie.	
9	Ik zag ook bij Kipling hoeveel promomateriaal, spandoeken, affiches, stickers,... er besteld werden en ik zag dus wel voor een stuk van oké daar zit wel markt en volume in en dan zijn we echt gewoon een businessplan gaan uitschrijven en gaan kijken van hoe kunnen we dat gaan doen.	Markt-zekerheid
10	Je ziet wat er bij anderen mis loopt en waar de gaten vallen en ik had het idee van ik kan dat gewoon beter en leuker en efficiënter aanpakken en vanuit dat gegeven ben ik dan begonnen met het zelf ook te doen en dat is dan het gat waar je moet inspringen.	Eigen aanpak, zelfvertrouwen, knowhow, nood in markt
10	Ook gewoon dat ik toen niks te verliezen had. In 2012 was ik 23 jaar oud, ik kwam vers van de schoolbanken zonder leningen en ik woonde thuis. Op dat moment kon ik niet gunstiger zitten en daardoor was het risico veel kleiner.	Minder risico, thuissituatie
11	In die tijd hebben we ons zelf dan bijgeschoold op het vlak van <i>social media</i> en marketing. Dit alles via Youtube, een grote bron aan informatie als je jezelf iets wil bijleren. Vanaf het moment dat je realiseert dat je hiermee iets kan bereiken, dat er potentieel in zit en je mensen kan helpen met de service die je levert begint de start pas "écht".	Zelfvertrouwen, knowhow
11	Er was een soort van testfase zonder dat wij een onderneming hadden. Vanaf het moment dat wij zagen dat er echt vraag naar onze service was en we hiermee geld konden verdienen, hebben we meteen de stap gezet om onze eigen onderneming op te richten.	Markt-zekerheid, testfase

Invloeden van de intentie naar de opstart

#### Appendix 4: Coderen "Entrepreneurial Passion"

Case	Quotes	Open coderen	Axiaal coderen
1	Die affectieve gevoelens dat is waar ge echt voor opstaat 's morgens en u de kracht geeft om door te zetten. Nu namiddag gaan we bijvoorbeeld echt allerlei nieuwe dingen doen en dat is bijzonder fijn en uit zo'n dingen haal ik mijn voldoening. Als je ergens gepassioneerd door bent en voeling mee hebt, maakt dat het allemaal ook veel leuker.	Doorzettingsvermogen, voldoening	Hulp EP bij opstarten en uitbouwen
2	Echt in het doorzetten want ik ben ook opgestart in de coronatijd. Dus ik heb heel veel klappen gekregen, maar toch door mijn ondernemingszin en passie heb ik mij niet laten doen en ben ik er elke keer ook sterker uitgekomen.	Doorzettingsvermogen	
2	Het hielp ook bij het zoeken naar nieuwe ideeën om het toch te laten lukken en is zowat mijn drijfveer geweest. Het werkt niet op deze manier dus ik moet een andere manier vinden.	Nieuwe opportuniteiten, er iets van willen maken	
3	Ik denk dat je ondernemerspassie ervoor zorgt dat je er echt voor gaat. Ook als je laat moet werken, in het weekend moet werken, wanneer er even niets uit komt of wanneer je een tegenslag hebt. Je vindt het heel leuk om te doen en kan er voldoening uit halen en daarom blijf je doorzetten.	Doorzettingsvermogen, voldoening	
4	Zowel de intentie en de passie om er hard voor te gaan en dat te blijven doen dat die in verband staan met elkaar en gevoed worden door elkaar. Als je merkt dat dit goed gaat dan wil je er nog harder voor gaan dan ga je weer beter werk leveren waardoor er weer andere dingen beter gaan... Daar wordt dan ook het verschil gemaakt in tegenstelling tot mensen die na een paar mislukkingen opgeven.	Doorzettingsvermogen, versterkend effect	
5	Wanneer je voor jezelf doet dat je dat zo goed mogelijk gaat proberen te doen. Ook nog niet echt tegengeslagen gehad, maar moesten deze voorkomen dat deze passie dan wel echt de doorslag kan geven om door te zetten en er toch echt iets van te willen maken of te laten slagen.	Zo goed mogelijk doen, doorzettingsvermogen	
6	Deze passie heeft er denk ik wel voor gezorgd dat ik hongerig ben naar nieuwe ervaringen, nieuwe invloeden en om ook weer verder te gaan groeien als ondernemer om het beter te doen	Zo goed mogelijk doen	
7	Als het niet uw passie en uw obsessie is om er iets van te maken, dan is het altijd leuker om andere dingen te doen en ga je nooit dezelfde tijd en energie erin steken om bv om 12u 's nachts nog iets uit te schrijven. Zou ik ook liever gaan slapen? Absoluut! Maar dat triggert mij wanneer ik bepaalde dingen ga opstarten.	Meer tijd in steken	



9	Je kan vaak direct resultaten zien van je inspanningen waar je energie uit kan halen en dat is iets wat ik heel hard nodig had. Op die manier ben je bereid om harder door te gaan en door te zetten om resultaten te halen en dat is iets wat me heel hard gestimuleerd heeft.	Doorzettingsvermogen
10	Je ziet dingen mislopen waarvan ge denkt 'ja die kunt ge eigenlijk vrij eenvoudig oplossen'. Ik heb wel een voortdurende drang om iets zo efficiënt mogelijk te laten lopen en dat is ook een van de redenen waarom ik geen vast personeel heb. Het helpt bij het zoeken naar nieuwe manieren om het toch te laten lukken.	Nieuwe opportuniteiten
11	We hadden na het opstarten van onze onderneming het gevoel van dat dat "the point of no return" was. Dan weet je dat je er hard voor gaat moeten werken om er een succes van te maken en sinds toen heeft die passie er dan voor gezorgd dat je dat kan opbrengen en gaat blijven knallen om het te laten lukken.	Doorzettingsvermogen

Hulp EP bij opstarten en uitbouwen

## Appendix 5: Coderen "Theory of Planned Behaviour"

Case	Quotes	Open coderen	Axiaal coderen
1	Wat voor mij die gunstige of ongunstige evaluatie bij mij beïnvloedt is dat ik succes en falen gezien heb in C-mine Crib bij mijn voorgaande job en dit ook gezien heb bij JCI Genk en dat is denk ik medebepalend samen met rolmodellen die niet ver van u afstaan.	Succes en falen, rolmodellen	ATE
2	Je hebt in mijn ogen sowieso die gunstige evaluatie voor ondernemend gedrag als je over voldoende ondernemerspassie beschikt.	EP	
4	Uw ATE heeft heel veel te maken met uw omgeving en opvoeding en uw kijk op ondernemerschap.	Omgeving, opvoeding	
5	Wanneer je ondernemend gedrag niet als gunstig ziet, lijkt het mij vrij onwaarschijnlijk dat je zelf iets gaat ondernemen.	Essentieel	
7	Bij mij is het echt met de paplepel meegegeven en daarom dat voor mij die evaluatie dan ook gunstiger is.	Opvoeding	
9	Hoe je naar ondernemerschap kijkt gaat sowieso voor een deel uw ondernemende intentie bepalen.	Essentieel	
10	Ik kan me voorstellen dat als je zelf wil ondernemen dat je er altijd gunstig tegenover staat, anders wil je er ook niet aan beginnen.	Essentieel	
11	ATE is zeker van belang in het ondernemen. Je moet openstaan voor ondernemen, risico's durven nemen en ervoor gaan. Er zijn mensen die eerder kiezen voor veiligheid en zeker willen zijn van hun toekomst. Zij kiezen dan eerder voor een job in loonverband.	Essentieel, open staan	

Case	Quotes	Open coderen	Axiaal coderen
1	Zelfvertrouwen is sowieso de sleutel, dit is ook in heel veel andere dingen zo. Geloven dat je iets goed kan is sleutel om dat wat je goed kan ook te durven doen voor iemand anders en dan ben je in principe een business aan het opbouwen. Ik denk dat dat van de drie factoren ook de meest doorslaggevende is op de intentie om te ondernemen. Als je niet genoeg in jezelf gelooft begin je ook nergens aan.	Essentieel, sleutel	ESE
2	Uw zelfvertrouwen is super belangrijk. Als je op voorhand al begint te twifelen dan ga je dat ook uitstralen. Je moet er echt heel sterk in geloven en dat vind ik denk ik ook de belangrijkste van de drie. Bij mij is dat zelfvertrouwen gegroeid door de werkervaring die ik had opgedaan en daarom wist ik dat ik het kon en hoe het moest.	Belangrijkste, werkervaring	
3	Ik denk dat het voor mij andersom is. Ik voelde me wel vertrouwd om zoiets te doen en dat heeft er dan voor gezorgd dat ik die stap heb durven zetten. En dan gaandeweg ben ik meer beginnen voelen van 'ik heb hier wel een passie voor'. Dus bij mij moet die passie precies	Passie achteraf	

	nog wat verder ontdekt worden. Die was er initieel wel, maar die is van tien procent naar honderd procent gegaan na het uitvoeren.	
4	Als je niet in jezelf gelooft dan stopt het al. Maar daarvoor hebben we veel dingen moeten leren omdat we er iets van wouden maken. Er was dus sowieso die passie en dat je daardoor nieuwe dingen gaat leren en gaat groeien in uw zelfvertrouwen waardoor je die stap dan kan maken.	Sleutel, aanzetten om te leren
5	Ik denk dat je wel kan stellen dat de ondernemerspassie ervoor gezorgd heeft dat ik boeken ben beginnen lezen rond dit topic wat er voor heeft gezorgd dat mijn vertrouwen in mijzelf als ondernemer is toegenomen. Door het lezen van die boeken en het krijgen van meer zelfvertrouwen, ben ik dan ook net nog extra gepassioneerd geworden en heb ik de stap gezet.	Aanzetten om te leren
6	Ik heb altijd het gevoel gehad dat ik meer dan voldoende capaciteiten had en vaardigheden. Dus ik had wel iets van "Alles wat ik nodig heb volgens mij om hier iets mee te kunnen doen, dat zit wel goed. Als ik het niet heb, wie dan wel?". Naarmate ik meer zelfzeker werd en mijn kwaliteiten meer ontwikkelde is mijn passie ook meer en meer gekomen waardoor ik dan de stap gemaakt heb.	Passie achteraf
7	Zelfvertrouwen is natuurlijk een heel belangrijk aspect en dat je uitgaat van je eigen sterktes en niet begint aan het ondernemerschap als je weet dat die kwaliteiten niet bij jezelf aanwezig zijn.	Essentieel
8	Op het moment dat die ESE er eigenlijk was ben ik de volgende dag meteen gestart. Dus dat klopt zeker. Op het moment dat ik dan dat zelfvertrouwen had, ben ik net meer gepassioneerd geworden.	Passie achteraf
9	Ik denk dat vooral in het begin de passie een motivator is om heel veel dingen te leren. Als je dan in dat bepaald traject zit dat je meer en meer begint te leren en meer en meer voelt dat je dingen onder de knie krijgt dat je daar dan zelfvertrouwen in krijgt en dat dat dan ook voor een stuk die passie nog verder gaat versterken.	Aanzetten om te leren, passie achteraf
10	Zelfvertrouwen is daarin denk ik een hele belangrijke, dus kunnen en mogen geloven dat iets gaat werken. Ik denk dat dat ergens een soort van trap is die ge volgt. Uw ondernemerspassie is er, dan wilt ge uw vaardigheden daarin ontwikkelen en groeit uw zelfvertrouwen en gaat die curve omhoog en dat daardoor uw passie alleen nog maar verder toeneemt als ge iets graag doet.	Aanzetten om te leren, passie achteraf
11	ESE is essentieel, je moet uitgaan van je eigen kwaliteit. Als je twijfelt aan het feit dat je de potentiële klant iets kan bieden dan zit er iets fout. Ofwel ligt dat aan je zelfvertrouwen ofwel ligt dat aan je concept of andere factoren. Je zal dan ergens moeten aan gaan sleutelen om er toch een succes van te maken.	Essentieel

ESE

Case	Quotes	Open coderen	Axiaal coderen
1	Het is nooit gemakkelijk, dat is eigenlijk de basisstelling. Het is heel gemakkelijk om geld uit te geven en heel moeilijk om geld te verdienen. Met die filosofie ben ik er ook ingestapt. Maar als je zoiets hebt van "Als die dat kan, waarom zou ik dat dan wel niet kunnen?" , dan is dat al een hele belangrijke basisstelling.	Nooit gemakkelijk, soort ESE	PBC
1	Ik denk dat historische successen of falen hierin medebepalend zijn. Wat ze bv ook vaak zeggen is dat heel veel succesvolle mensen vaak ook iets heel erg in hun leven hebben meegemaakt. Dat je een soort van klik moet hebben van 'ik moet en ik zal de top behalen'.	Successen of falen	
3	Ik denk dat de moeilijkheid om een bepaald bedrag uit te voeren heel erg bepaald wordt door uw persoonlijke situatie. Zoals bij mij een situatie waarin je voelt dat je financieel en door je omgeving gestimuleerd wordt en daardoor dat wel mee bepaalt hoe gemakkelijk of hoe moeilijk het is om ook het gedrag effectief uit te voeren.	Financiële situatie, omgeving	
5	Wanneer je voor moeilijke obstakels staat, maar vanbinnen er van overtuigd bent dat je het aankan en de passie groot genoeg is, zal je altijd wel een oplossing vinden en dus het bijbehorende ondernemende gedrag vertonen. Ik geloof ook dat uw netwerk hierin belangrijk is.	Oplossingen zoeken, netwerk	
5	Ik had natuurlijk ook bijna geen enkel risico waardoor ik niet echt een bepaalde moeilijkheid ervaarde, maar dit bij anderen zeker wel het geval kan zijn.	Financiële situatie, omgeving	
6	Het is natuurlijk ook voor een groot deel de timing en je omgeving die hierin kunnen meespelen.	Timing, omgeving	
6	Anderzijds leven we in Vlaanderen, België, West-Europa in een klimaat dat heel gunstig is voor ondernemen. Als je ziet hoeveel incubatoren er zijn, subsidiekanalen enz. Denk ik ook wel dat het relatief laagdrempelig gemaakt wordt en gemakkelijker om te ondernemen.	Gunstig klimaat	
7	Klimaat vind ik hier ook wel een hele belangrijke in. Ik kom bijvoorbeeld uit een behoorlijke hoge comfortzone en dat heeft zeker ook een invloed gehad omdat je iets minder financieel risico moet nemen dan waardoor ik denk dat de stap sowieso over het algemeen sneller gemaakt zal worden. Dat klimaat kan ook heel sterk veranderen bijvoorbeeld van het moment dat je een partner of kinderen hebt.	Persoonlijke situatie, financiële situatie	
7	Wat uw ondernemerspassie eigenlijk ook doet is u leren relativeren. Ik ben iemand die een zeer sterk kan relativeren. Ik geloof niet dat iets heel complex kan zijn. Door uw ondernemerspassie ga je kennis	Relativeren, gemakkelijker maken	

	verkrijgen en doordat je kennis omhoog gaat, kan je het uitleggen en gemakkelijker gaan maken.	
8	Door mijn historiek was mijn PBC eigenlijk heel hoog en daarom ook het waargenomen gemak om het uit te voeren. Het financiële aspect en uw persoonlijke situatie kan hierin voor anderen wel heel erg als een belemmering ervaren worden denk ik.	Financiële situatie, persoonlijke situatie, soort ESE
9	Uw ondernemerspassie gaat geen invloed hebben op uw financiële situatie natuurlijk, maar ik denk dat als je het echt wilt doen, dat je dat dan ook wel gaat doen en dan ook de oplossingen gaat zoeken om het effectief toch te kunnen doen.	Financiële situatie, oplossingen zoeken
9	Dus ik denk dat uw passie dan toch ook wel voor een stuk daar de moeilijkheden gaat compenseren en uw brein dan misschien zelfs een beetje gaat manipuleren. Als je het echt in u hebt dat je dan die moeilijkheden misschien wel een beetje gaat minimaliseren daardoor of toch een manier gaat zoeken om te kunnen starten.	Moeilijkheden compenseren, oplossingen zoeken
10	Er is zo'n spreekwoord: "uw collega's moet ge dankbaar zijn, maar uw concurrenten nog meer". Voor uw PBC denk ik persoonlijk dat ge meer geneigd kunt zijn om voor iets te gaan wanneer dit niet supergemakkelijk is. Ik denk dat je uzelf altijd steeds probeert heruit te vinden en sterker te maken dan uw concurrent en dat je dan zoekt hoe je beter kan doen dan hen.	Gedrevenheid, oplossingen zoeken
10	Als het allemaal gemakkelijk is dan doet ofwel iedereen het, ofwel is het een product dat niemand hoeft. Daarentegen als de middelen er niet zijn, dan krijg je misschien ook gewoon die kans minder om het te doen. Los van hoe hard ge er ook in gelooft.	Financiële situatie
11	Als je dan ergens een passie voor hebt of je ziet ergens potentieel in, dan is het niet zo moeilijk om daar vol voor te gaan. Dan doe je er alles aan om het te doen slagen, of dit nu binnen het ondernemen is of niet.	Gedrevenheid

PBC