



**UHASSELT**

KNOWLEDGE IN ACTION

## **Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen**

master in de handelswetenschappen

### ***Masterthesis***

***De relatie tussen ondernemende intenties en het effectief starten van een nieuwe onderneming***

#### **Ewout Crombez**

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

#### **PROMOTOR :**

dr. Elien VANDENBROUCKE



**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 relatie tussen ondernemende intenties en het effectief starten van een nieuwe onderneming***

**Ewout Crombez**

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

**PROMOTOR :**

dr. Elien VANDENBROUCKE



# **De relatie tussen ondernemende intenties en het effectief starten van een nieuwe onderneming.**

Masterproef Handelswetenschappen

Promotor: Elien Vandenbroucke  
Eerste masterjaar HW: Academiejaar 2020-2021  
Ewout Crombez

*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

Ik ben een masterstudent Handelswetenschappen aan de Universiteit Hasselt. Ik heb ervoor gekozen om in het kader van mijn masterproef door middel van een literatuurstudie en een empirisch onderzoek meer te weten te komen over de relatie tussen ondernemende intenties en het daadwerkelijk starten van een nieuwe onderneming. Mijn focus lag hierbij vooral op het directe effect van ondernemende intenties op ondernemend gedrag, het mediërende effect van implementatie-intenties op deze invloed en het modererende effect van ondernemende toewijding op de invloed van ondernemende intenties op ondernemend gedrag via implementatie-intenties. Ik ben in bestaande, wetenschappelijk onderbouwde literatuur nagegaan of er al onderzoeken bestaan over ondernemende intenties. Aan de hand van de gevonden literatuur en een bijkomende empirische studie tracht ik te achterhalen welke factoren een invloed hebben op het ondernemend gedrag.

Graag zou ik mijn promotor, Elien Vandenbroucke, willen bedanken voor de uitstekende ondersteuning gedurende mijn masterproef. Tot slot wil ik ook mijn familie en vrienden bedanken voor de morele steun tijdens het gehele proces.

Ik wens u veel leesplezier.

Ewout Crombez. Universiteit Hasselt  
20 augustus 2021

## **Inhoudsopgave**

<b>1. Samenvatting</b>	5
<b>2. Inleiding</b>	7
<b>3. Literatuurstudie</b>	8
<b>3.1. Wat is ondernemerschap?</b>	8
<b>3.2. Theorie van gepland gedrag</b>	10
<b>3.3. Ondernemende intenties</b>	11*
<b>3.4. Vergelijking model van Shapero en TPB</b>	11
<b>3.5. Invloed van ondernemende intenties op ondernemend gedrag</b>	12
<b>3.6. Wat beïnvloed ondernemende intenties?</b>	13
<b>3.7. De invloed van het herkennen van kansen op ondernemerschap</b>	14
<b>3.8. Wat stimuleert ondernemend gedrag</b>	16
<b>3.9. De kloof tussen ondernemende intenties en ondernemend gedrag</b>	17
<b>3.9.1. Implementatie-intenties</b>	17
<b>3.9.2. Kloof tussen intentie en gedrag</b>	19
<b>3.10. Ondernemende toewijding</b>	21
<b>4. Hypothese opbouw</b>	22
<b>4.1. Hypothese 1</b>	23
<b>4.2. Hypothese 2</b>	24
<b>4.3. Hypothese 3</b>	25
<b>5. Methode</b>	25
<b>5.1. Variabelen</b>	25
<b>5.1.1. Onafhankelijke variabele</b>	26
<b>5.1.2. Afhankelijke variabele</b>	26
<b>5.1.3. Mediator</b>	27
<b>5.1.4. Moderator</b>	28
<b>5.1.5. Controlevariabelen</b>	28
<b>6. Resultaten</b>	30
<b>6.1. Beschrijvende statistiek</b>	31
<b>6.2. Hypothese 1</b>	33
<b>6.3. Hypothese 2</b>	36
<b>6.4. Hypothese 3</b>	37
<b>7. Conclusie</b>	38
<b>8. Kritische reflectie</b>	40
<b>9. Verder onderzoek</b>	49
<b>10. Bronnelijst</b>	49
<b>11. Bijlagen</b>	50

## 1. Samenvatting

Ondernemende intenties vormen volgens Bird (1988) de eerste en tevens cruciale stap in het proces om een nieuwe onderneming op te starten. Aan de hand van dit onderzoek wou ik nagaan of ondernemende intenties daadwerkelijk leiden tot ondernemend gedrag. Dit is de eerste hypothese. Intenties leiden echter niet in ieder geval tot gedrag. Ik wou weten wanneer of door welke factoren ondernemende intenties vaker of minder vaak zouden leiden tot ondernemend gedrag. Vandaar ging ik in dit onderzoek het mediërend effect na van implementatie-intenties op de relatie van ondernemende intenties en ondernemend gedrag. Dit is de tweede hypothese. Bij implementatie-intenties wordt een specifieke planning gemaakt over waar en wanneer een gewenst gedrag uitgevoerd zal worden. Het houdt dus in dat ik wou weten of het specifiek plannen van een gewenst gedrag in een bepaalde situatie een individu zou helpen om zijn of haar ondernemende intenties vaker om te zetten in ondernemend gedrag. Ten slotte wou ik onderzoeken of ondernemende toewijding, namelijk de energie die een persoon wil steken in het opstarten van een nieuwe onderneming, een modererend effect heeft op de relatie tussen ondernemende intenties en ondernemend gedrag via implementatie-intenties. Dat wil zeggen dat een persoon die meer toegewijd is om te ondernemen meer voordeel haalt uit het specifiek plannen van een gewenst gedrag waardoor ondernemende intenties zich vaker zullen omzetten in ondernemend gedrag. Dit vormt de derde hypothese. Als controlevariabelen gebruikte ik ondernemend gedrag in het verleden, ondernemend gedrag door familie, leeftijd en geslacht. Het onderzoek wordt visueel weergegeven in afbeelding 2. De basis hiervoor is het conceptueel model van Hayes dat in lijn ligt met de *theory of planned behavior* (Ajzen & Madden, 1986).

Om de analyses uit te voeren maakte ik gebruik van een Belgische dataset. Ik gebruikte 242 respondenten, allen "*nascent entrepreneurs*", dus personen die reeds stappen hebben ondernomen om een onderneming op te starten, maar nog niet effectief een bedrijf hebben opgericht. 54 respondenten identificeerden zich als vrouw en 188 als man. Alvorens te beginnen aan het analyseren van de resultaten werden er eerste enkele andere analyses uitgevoerd. Zo werd de *Cronbach Alpha* van elke variabele berekend en de VIF-waarde, om te zorgen dat er geen sprake was van collineariteit, en verder werd er een correlatiematrix en een controlemodel voor de controlevariabelen opgesteld.

De eerste hypothese werd vervolgens onderzocht door middel van een lineaire regressie via SPSS. De resultaten van deze regressie toonden aan dat de eerste hypothese inderdaad geaccepteerd kon worden. Er kan dus gesproken worden over een positief significant effect van ondernemende intenties op ondernemend gedrag. Dat betekent dat wanneer iemand een grotere ondernemende intentie heeft, dit individu over het algemeen vaker een onderneming zal opstarten. In de resultaten was zichtbaar dat leeftijd een significante negatieve invloed heeft op ondernemend gedrag. Dat wil zeggen dat een persoon minder kans heeft om ondernemend gedrag te vertonen naarmate hij of zij ouder wordt. Er werd ook aangetoond dat het opstarten van een onderneming in het verleden een significant positief effect heeft op het (opnieuw) opstarten van een onderneming. De andere controlevariabelen geslacht en ondernemend gedrag van de familieleden



van het individu hebben volgens dit model geen significant effect op het feit dat een individu al dan niet een bedrijf op zal starten.

De tweede hypothese stelde dat implementatie-intenties de relatie tussen ondernemende intenties en ondernemend gedrag zouden mediëren. Deze hypothese werd onderzocht door het toepassen van model 4 van Hayes via SPSS. Ook deze hypothese kan dankzij de uitkomsten aanvaard worden. Er werd een positief effect gevonden van ondernemende intenties op implementatie-intenties en van implementatie-intenties op ondernemend gedrag. Daarnaast werd er een mediërend effect gevonden van implementatie-intenties. Een hoger niveau van ondernemende intenties zal bijgevolg een positief effect hebben op implementatie-intenties en vervolgens zal het specifiek plannen van het gewenste gedrag een positief effect hebben op ondernemend gedrag. De resultaten geven weer dat leeftijd ook in dit model een significante negatieve invloed heeft op ondernemend gedrag. Dat houdt in dat een persoon minder kans heeft om ondernemend gedrag te vertonen wanneer deze persoon ouder wordt. Daarnaast is zichtbaar dat ondernemend gedrag in het verleden een significant positief effect heeft op het (opnieuw) opstarten van een onderneming. Deze twee controlevariabelen hebben daarbovenop beide een positief significant effect op implementatie-intenties. Een persoon zal dus naar mate hij of zij ouder wordt en/of wanneer deze persoon een ondernemend verleden heeft beter specifiek gedrag kunnen plannen in een bepaalde situatie. De andere controlevariabelen geslacht en ondernemend gedrag van de familieleden van het individu hebben ook volgens dit model geen significant effect op het feit dat een individu al dan niet een onderneming zal oprichten, noch op het feit dat dit individu in een bepaalde situatie goed gewenst gedrag kan plannen op een specifieke manier.

De derde en laatste hypothese luidde als volgt: Ondernemende toewijding modereert het positieve en indirecte effect van ondernemende intenties op ondernemend gedrag via implementatie-intenties, zodanig dat de relatie positiever is wanneer ondernemende toewijding hoger is. Deze hypothese werd ook geanalyseerd aan de hand van het programma SPSS, maar om de resultaten van deze hypothese te verkrijgen werd model 14 van Hayes gebruikt. Ondernemende intenties hebben nog steeds een positief effect op implementatie-intenties en implementatie-intenties hebben nog steeds een positief effect op ondernemend gedrag, daarom kan er ook gesproken worden over mediatie van implementatie-intenties, maar ondernemende toewijding en de combinatie van ondernemende toewijding en implementatie-intenties hebben geen significant effect op ondernemend gedrag. Er doet zich dus geen moderatie van ondernemende toewijding voor. Aan de hand van deze resultaten kon de hypothese niet aanvaard worden. Dat wil zeggen dat een persoon met een hoge ondernemende toewijding, in vergelijking met een persoon met een lage ondernemende toewijding, niet meer gewin zal hebben aan zijn ondernemende intenties. Een toegewijde ondernemer die zijn ondernemende intenties benut, zal bijgevolg niet per se meer gewin halen uit het implementeren van doelintenties, waardoor het ondernemend gedrag zal verbeteren, dan een minder toegewijde ondernemer. Er is wel sprake van een significant negatief effect van leeftijd en een significant positief effect van ondernemend verleden op implementatie-intenties op ondernemend gedrag. Bovendien hebben deze twee variabelen opnieuw een significante positieve invloed op implementatie-intenties. De overige controlevariabelen geslacht en ondernemende familie hebben geen significante invloed.

Dit onderzoek is interessant voor docenten, consultants, adviseurs. Zij hebben baat bij een beter algemeen begrip van hoe intenties tot stand komen, evenals een specifiek begrip van hoe de overtuigingen, percepties en motieven van oprichters samenvloeien in de intentie om een bedrijf te starten. Ondernemers zullen ook nut hebben bij het beter begrijpen van hun eigen motieven. Zodat ze hun positieve en negatieve punten kunnen analyseren.

Er moet rekening gehouden worden met het feit dat er slechts 242 respondenten opgenomen zijn in het onderzoek en deze respondenten allemaal wonen in Limburg. Dit kan de resultaten beïnvloeden. De respondent met genderneutraliteit is uit het onderzoek gelaten, aangezien er geen algemene uitspraak kan gedaan worden over één respondent. Er werden driemaal zoveel mannen als vrouwen opgenomen in het onderzoek, waardoor de resultaten vertekend kunnen zijn. Ten slotte is een kritische reflectie dat er zowel een significant positief effect van ondernemend verleden is, als een significant effect van leeftijd. Dat houdt in dat een persoon meer kans heeft om een onderneming te starten als deze jonger is en/of in het verleden al een onderneming startte. Dit klinkt paradoxaal doordat de kans dat een persoon een onderneming startte in het verleden groter wordt naarmate deze persoon ouder wordt, doordat hij of zij meer tijd en kansen heeft gehad om een bedrijf op te richten.

## **2. Inleiding**

Om ondernemerschap te begrijpen moet men naar ondernemende intenties kijken. Ondernemende intenties zijn namelijk de eerste stap in het proces om een nieuwe onderneming op te richten. Ze spelen met andere woorden de sleutelrol bij het openen van de deur naar de oprichting van een nieuwe onderneming (Bird, 1988; Krueger, 1993; Krueger & Carsrud, 1993; Krueger 2000). Ondernemende intenties zijn interessant voor degenen die zich bezighouden met de vorming van nieuwe ondernemingen, omdat ondernemerschap een manier van denken is die kansen belangrijker vindt dan bedreigingen. Ondernemers zelf, en degenen die hen onderwijzen en opleiden, zouden baat hebben bij een beter begrip van hun eigen motieven (Krueger, 2000). Bovendien zijn volgens Krueger (2000) de intenties van individuen de beste voorspellers van gepland gedrag. Even belangrijk is dat ondernemende intenties een middel bieden om ondernemerschap beter te verklaren en te voorspellen.

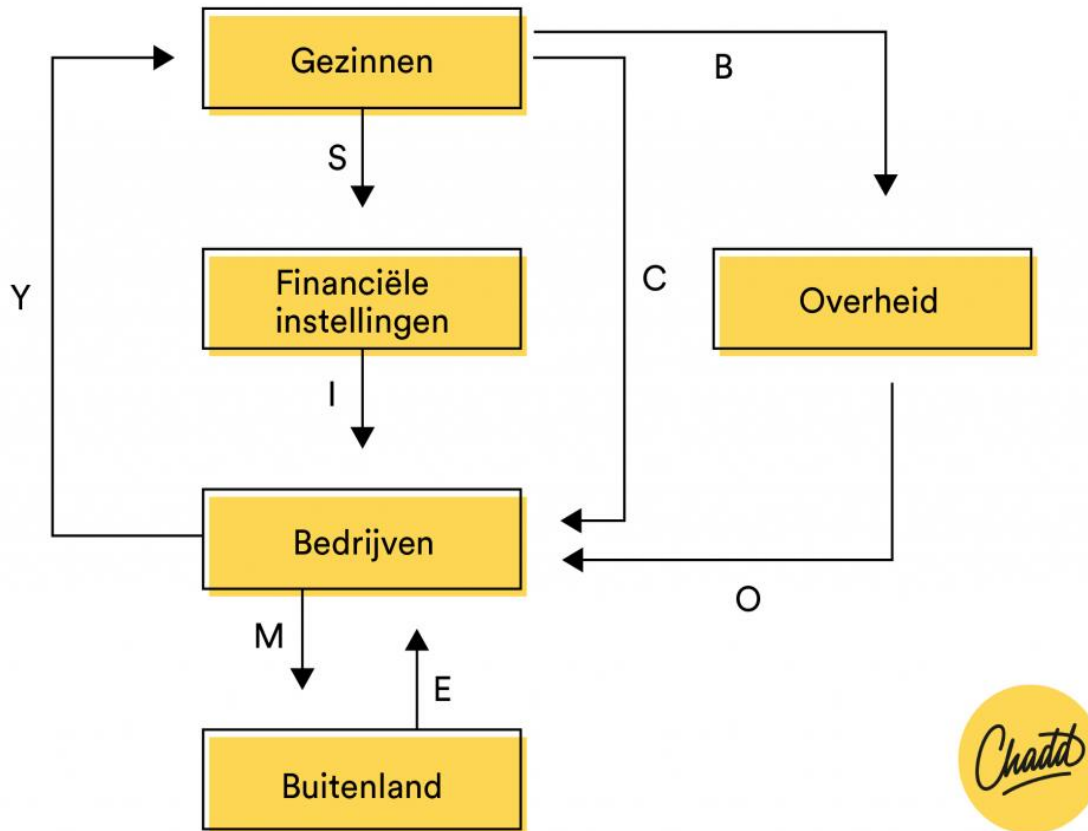
Het zou echter een foute assumptie zijn om te zeggen dat alle ondernemende intenties tot effectief ondernemerschap leiden. Dat zou namelijk betekenen dat elke intentie tot ondernemen het starten van een nieuwe onderneming teweeg zou brengen. Een nieuwe onderneming komt enkel tot stand, wanneer de ondernemende intenties ook daadwerkelijk gevolgd worden door acties. Dit onderzoeksrapport onderzoekt de kloof die bestaat tussen enerzijds ondernemende intenties en anderzijds effectief ondernemerschap. Er wordt met andere woorden onderzocht wat ervoor zorgt dat ondernemende intenties al dan niet overgaan in ondernemend gedrag, en welke factoren dit proces beïnvloeden. Hierbij wordt vooral de invloed van implementatie-intenties als moderator bekeken. De invloed van ondernemende toewijding komt als moderator ook aan bod in deze thesis. Dit alles wordt nagegaan aan de hand van een kwantitatief onderzoek op basis van een bestaande

unieke Belgische dataset van UHasselt en Het Belang van Limburg met betrekking tot het ondernemerschap in Limburg.

### **3. Literatuurstudie**

#### **3.1. Wat is ondernemerschap?**

Ondernemerschap is positief voor een land. Ondernemingen zorgen voor welvaart (Malecki, 1994). Wanneer een ondernemer een onderneming opstart, creëert hij jobs. Hoe beter de onderneming draait, hoe meer ze zal groeien, wat voor meer werkgelegenheid zorgt. Volgens Malecki (1994) zijn er meer jobs die ingevuld moeten worden in een land, naarmate er meer ondernemingen zijn in dat land. Voor het invullen van deze jobs krijgen werknemers een vergoeding waardoor hun koopkracht vergroot. Meer ondernemingen zorgen voor meer belastinginkomsten, waardoor de overheid meer leningen aan nieuwe ondernemingen kan geven. Bovendien kunnen ondernemingen ervoor zorgen dat een land meer aan export doet, dan dat het importeert. Als er veel ondernemingen zijn die veel producten produceren, zullen binnenlandse consumenten minder goederen van het buitenland vragen. Veel aanbod zorgt voor een lagere prijs, meer substituten en meer alternatieven. Buitenlandse consumenten zullen om dezelfde redenen meer goederen van het land met veel aanbod vragen. Ondernemerschap zorgt ook voor innovaties op de markt, waardoor startende ondernemers een belangrijke motor zijn voor economische groei en economische vooruitgang. Het is voor een land zoals België met een economisch klimaat waarin constante vooruitgang belangrijk is en met druk van internationale concurrentie, dus belangrijk om ondernemerschap te stimuleren. Vooral omdat Malecki (1994) en later Malecki, Nijkamp en Stough (2004) een sterk verband konden aantonen tussen ondernemerschap en economische groei op zowel lokaal als regionaal niveau.



Afbeelding 1: Economisch schema

Economische - en gemeenschapsontwikkeling hangt niet af van belastingen en andere stimulansen die de staat en lokale overheden gebruiken om jobs naar hun districten te lokken, maar van de groei van nieuwe bedrijven. Om economische ontwikkeling in de vorm van nieuwe ondernemingen aan te moedigen, moet eerst de perceptie van haalbaarheid en wenselijkheid vergroot worden. Beleidsinitiatieven zullen de oprichting van bedrijven doen toenemen indien deze initiatieven een positieve invloed hebben op de attitudes en dus op de intenties. De toenemende trends van inkrimping en uitbesteding maken dit tot meer dan een steriele academische oefening. Zelfs als men erin slaagt de kwantiteit en kwaliteit van potentiële ondernemers te verhogen, moeten men dergelijke percepties ook bevorderen bij kritieke stakeholders zoals leveranciers, financiers, burens, overheidsambtenaren en de gemeenschap in het algemeen (Krueger, 2000).

Wat houdt ondernemer zijn eigenlijk in? Is een ondernemer louter een persoon die winst nastreeft door economische activiteiten op te starten, gebruikmakend van eigen vermogen? Het zelfstandig naamwoord is niet zo makkelijk en eenduidig te definiëren. Knight (1921) stelde de definitie van een ondernemer op als iemand die onzekere investeringen doet en alle bijbehorende risico's draagt. Nadien kwam Schumpeter (1934) met een andere definitie. Hij zei dat ondernemers een centrale rol spelen in het bevorderen van economische vooruitgang met hun innovatieve bijdragen. Dat beschouwde hij als kenmerkend voor het kapitalisme. Leibenstein (1968) en Kirzner (1973) zagen de ondernemer eerder als een soort scheidsrechter. Vanuit dat perspectief moeten ondernemers

anticiperen op kansen die voortvloeien uit onvolkomenheden in de markt (Low & MacMillan, 1988). Ondernemers zorgen ervoor dat leegtes in de markt opgevuld worden en dat bestaande markten op een nieuwe manier verbonden worden. Dat doen ze door middelen te combineren op een nieuwe manier ofwel door organisatorische middelen op een andere manier in te zetten. Zo kunnen ze nieuwe producten en diensten ontwikkelen en kunnen er ook nieuwe organisatievormen ontworpen en gebruikt worden (Amit et al., 1993). Cole (1968) definieerde het ondernemerschap als "een doelgerichte activiteit om een bedrijf met winst oogmerk op te starten, in stand te houden en verder te ontwikkelen". Shane en Venkataraman (2000) vonden dat ondernemerschap eerder een proces is waarbij toekomstige goederen en diensten die geproduceerd kunnen worden, ontdekt, geëvalueerd en benut worden. De vraag hoe het komt dat ondernemers aan ondernemerschap beginnen, kan deels beantwoord worden door de *Theory of Planned Behavior* van Ajzen (1991).

### **3.2. Theorie van gepland gedrag**

Icek Ajzen onderzocht in 1991 de theorie van gepland gedrag. Daaruit wou hij een nuttig conceptueel kader ontwikkelen om de complexiteit van menselijk sociaal gedrag te behandelen. Deze theorie maakt voorspelling en begrip van bepaald gedrag in gespecificeerde contexten mogelijk. De houding tegenover het gedrag, de subjectieve normen met betrekking tot het gedrag, en de controle die men heeft over het gedrag worden volgens Ajzen gebruikt om de intentie van het gedrag te voorspellen. Deze intenties kunnen vervolgens, in combinatie met waargenomen gedragscontrole, een aanzienlijk deel van variantie in gedrag verklaren. Hiermee zegt Ajzen dus dat wanneer iemand een goede houding tegenover ondernemen heeft en het in zijn omgeving als de subjectieve norm geldt, deze persoon ook sneller de intentie zal hebben om een onderneming op te starten. Bovendien zal deze persoon die een intentie heeft om een onderneming te starten, deze intentie ook sneller omzetten in daadwerkelijk gedrag en zal hij of zij een bedrijf opstarten. Als men ervan uitgaat dat gedragsintenties bij ondernemen verklaard kunnen worden door de overtuigingen die individuen hebben over ondernemingsgedrag of de ondernemingszin, dan is de theorie van het gepland gedrag volgens Ajzen & Fishbein (2005) inderdaad een toepasselijke theorie. Deze theorie zegt dat overtuigingen worden beïnvloed door verschillende achtergrondfactoren.

Volgens de *Theory of Planned Behavior*, ook wel TPB genoemd, van Ajzen (1987) worden drie attitudinale antecedenten van intenties gespecificeerd: houding ten opzichte van het gedrag, subjectieve normen, en waargenomen gedragscontrole. Krueger en Carsrud (1993) pasten deze bestanddelen aan naar ondernemersgedrag en stelden ze voor als: de gepercipieerde aantrekkelijkheid van ondernemen - namelijk de percepties van persoonlijke uitkomsten en verwachtingen - , de gepercipieerde sociale normen over ondernemen, en gepercipieerde zelfeffectiviteit met betrekking tot ondernemen.

### **3.3. Ondernemende intenties**

Volgens Shook, Priem, & Mcgee (2003), kunnen ondernemende intenties via de theorie van gepland gedrag van Ajzen (1987) onderbouwd worden. Daarnaast zijn er nog twee andere modellen die volgens Shook, Priem, & Mcgee (2003) belangrijk zijn in de literatuur over ondernemerschap, namelijk: het Bird (1988) model van het implementeren van ondernemende ideeën, het Shapero (1982) model van de ondernemende gebeurtenis.

In het model van Bird (1988) hebben zowel persoonlijke en contextuele omstandigheden, als het rationele en intuïtieve denksysteem een aandeel bij het vormen van ondernemende intenties. Dit culmineert in de creatie van een organisatie. Contextuele omstandigheden bestaan uit de sociale, politieke en economische omstandigheden. Individuele voorwaarden bestaan uit de persoonlijke geschiedenis, de persoonlijkheid en de capaciteiten van het individu. De intentie om een nieuwe onderneming te starten kan volgens Bird (1988) met andere woorden het resultaat zijn van zowel het rationele, analytische en causale denksysteem, maar ook van het intuïtieve en heuristische denksysteem. Naarmate de tijd verstrijkt, wordt ondernemend gedrag geboren uit ondernemende intenties (Bird, 1988). Boyd en Vozikis (1994) hebben het model van Bird uitgebreid met de effecten van zelfeffectiviteit. Dit is het vertrouwen dat een individu heeft in zijn eigen bekwaamheid om bijvoorbeeld iets op te lossen of een opdracht te voltooien. Zelfeffectiviteit wordt beïnvloed door eerdere werkervaringen, rolmodellen en sociale steun. Ondernemende zelfeffectiviteit beïnvloedt de ontwikkeling van ondernemende intenties, en het ontwikkelt de relatie tussen de intenties tot ondernemen en ondernemend gedrag (Shook et al. 2003; Vaghely & Julien, 2010).

Volgens het model van Shapero (1982) worden menselijke gedragingen geleid door een verandering of vervanging. Deze verandering kan negatief zijn, bijvoorbeeld bij het verlies van een job, of positief, bijvoorbeeld het verkrijgen van een erfenis. De verandering versnelt de transformatie van een gedrag en versnelt de zoektocht naar het best gepercipieerde gedrag dat het beste resultaat oplevert. Intenties tot ondernemen zijn volgens het Shapero-model gebaseerd op het feit dat het starten van een onderneming als een geloofwaardige actie wordt beschouwd, dat wil zeggen dat het starten van een nieuwe onderneming als een geloofwaardige opportuniteit wordt gezien en dus een reële optie is. Een opportuniteit vereist waargenomen wenselijkheid en - haalbaarheid als ze als geloofwaardig beschouwd wil worden. Shapero (1982) definieerde waargenomen haalbaarheid als de overtuiging dat het individu bekwaam is om een nieuwe onderneming te beginnen, gecombineerd met de aantrekkelijkheid van het starten van een onderneming. Waargenomen wenselijkheid, waargenomen haalbaarheid en geneigdheid tot handelen werden voorgesteld als de antecedenten van ondernemende intenties (Peterman & Kennedy, 2003).

### **3.4. Vergelijking model van Shapero en TPB**

Krueger (1993) en Krueger & Brazeal (1994) vergeleken de theorie van het gepland gedrag met het model van Shapero en vonden hiertussen een significante overeenkomst. Volgens hen is de

waargenomen haalbaarheid in het model van Shapero gelijkwaardig aan de waargenomen gedragscontrole van Ajzen. Al deze concepten zijn ook gerelateerd aan waargenomen zelfeffectiviteit. Zo zullen rolmodellen de ondernemende intenties enkel beïnvloeden indien zij attitudes en overtuigingen zoals waargenomen zelfeffectiviteit veranderen (Krueger, 2000). Geneigd zijn om te handelen is een vrijwillig bestanddeel van intenties. Shapero's concept van intentie tot handelen wanneer men met een gelegenheid wordt geconfronteerd, hangt af van het verlangen van een individu om controle te verwerven (Krueger, 2000). Alvorens een serieuze intentie te vormen, moet het individu de beschikbaarheid van de mogelijkheid tot handelen zien. De neiging tot handelen heeft dus een direct effect (Krueger, 1993). Volstrekt subjectieve situaties, zoals: het bereiken van de leeftijd van 40 jaar, ontslag, het binnenhalen van een contract, enzovoort, die een soort verandering weerspiegelen, bespoedigen het tot actie overgaan. De manier waarop een individu op deze veranderingen reageert, hangt volledig af van zijn of haar perceptie van de gevolgen van deze gebeurtenis (Krueger, 2000).

Tegelijkertijd hangt de reactie van het individu ook af van de waargenomen mogelijkheden (Krueger, 2000). Shapero (1982) merkt op dat percepties van doorslaggevend belang zijn. Gebeurtenissen die de levensstijl veranderen, zoals het verliezen van een baan of immigratie, zetten aan tot ondernemerschap. In deze omstandigheden veranderen eerder de percepties van de omstandigheden dan de individuen zelf (Krueger & Brazeal, 1994). Onderzoek heeft uitgewezen dat bepaalde externe variabelen een bevorderende rol spelen bij het omzetten van deze intenties in gedrag (Shapero, 1982; Krueger & Brazeal, 1994). In het geval dat intenties niet worden geprikkeld door een triggerende gebeurtenis, veranderen deze ondernemende intenties niet in ondernemend gedrag (Shook et al. 2003). Externe factoren kunnen de intentie-gedragsrelatie beïnvloeden door te zorgen voor de realisatie van intenties of de precipitatie ervan. Terwijl één van deze factoren de perceptie van de beschikbaarheid van de vereiste middelen kan zijn, kan een andere factor de neiging tot handelen zijn (Krueger, 2000).

Terwijl het Model van Shapero rechtstreeks werd ontwikkeld voor ondernemersgedrag, werd de theorie van gepland gedrag in het algemeen ontwikkeld voor menselijk gedrag en later aangepast door onderzoekers van ondernemerschap (Krueger & Brazeal, 1994; Shook et al. 2000). Krueger et al. (2000) hebben zowel de TPB als het Model van Shapero geëvalueerd, en zij benadrukten de geldigheid van beide modellen en hun belang voor het begrijpen van het ondernemerschapsproces.

### **3.5. Invloed van ondernemende intenties op ondernemend gedrag**

Volgens Uygun en Kasimoglu (2013) heeft de intentie tot ondernemen een grote invloed op het feit dat ondernemers kansen herkennen en ook op hun ondernemersgedrag tijdens het benutten van deze kansen. Deze ondernemende intenties zijn van vitaal belang om het ondernemerschapsproces in algemene zin te begrijpen. Het is een grote rol bij het openen van de deur naar de oprichting van een nieuwe onderneming (Bird, 1988; Krueger, 1993; Krueger & Carsrud, 1993; Krueger 2000). Intentie impliceert gepland gedrag (Ajzen 1991). Met andere woorden, de intentie van een individu

om een organisatie op te richten brengt gepland gedrag met zich mee (Hmieleski & Corbett, 2006; Ajzen, 1991). In dit kader kan intentie worden gedefinieerd als een mentale toestand die de aandacht, de ervaring en het gedrag van een individu in de richting stuurt om deze intentie te verwezenlijken en de ontwikkeling van methoden om die te bereiken (Bird & Jelinek, 1988). Intenties krijgen vorm door de percepties van een individu van sociale en fysieke omgevingen; en waargenomen contexten, verwachtingen, attitudes, overtuigingen en keuzes beïnvloeden de ontwikkeling van intenties en bovendien kunnen deze percepties worden beïnvloed door oorspronkelijke factoren die tot de achtergrond van het individu behoren (Boyd & Vozikis, 1994).

Audet (2015) benadrukt ook dat de wenselijkheid en de haalbaarheid van het starten van het bedrijf verklaard worden door de intentie om een bedrijf te starten. Dit is volgens haar echter enkel het geval op lange termijn, namelijk als het niet gaat over de intentie om binnen de komende drie jaar een bedrijf op te starten. De voorspeller van intentie op korte termijn is vooral werktevredenheid, dus het gaat vooral over het feit dat het individu tevreden is met zijn werk en niet zozeer de wenselijkheid en haalbaarheid van het starten van een bedrijf (Audet, 2015). Daarnaast lijken de resultaten van Audet in 2015 erop te wijzen dat ondernemende intenties en - percepties variëren in de tijd. Aangezien de temporele stabiliteit van intenties een voorwaarde is voor een op intentie gebaseerd model om gedrag accuraat te voorspellen, kan het blijken dat het verband tussen de intentie tot ondernemen en de eigenlijke oprichting van een onderneming moeilijk te leggen is.

### **3.6. Wat beïnvloedt ondernemende intenties?**

Er werden verschillende onderzoeken afgerond waaruit bleek dat algemene demografische kenmerken, zoals bijvoorbeeld: leeftijd, geslacht, sociale achtergrond of opleiding, een invloed hebben op de intentie om een bedrijf te starten. Zo bewezen Levesque en Minniti (2006) dat de kans dat mensen een onderneming opstarten groter wordt naarmate ze ouder worden, maar dat de kans dat ze een eigen bedrijf beginnen na een bepaalde leeftijd daalt naarmate de leeftijd toeneemt. Jongere mensen staan in het algemeen open voor alternatieve carrièremogelijkheden en nieuwe ervaringen, ondernemerschap is een voorbeeld van zo een gelegenheid (Bhidé, 2000). De ondernemende intentie van studenten neemt af na de leeftijd van 35 jaar. Dat komt doordat bij het ouder worden, onzekerheden en risico's vermeden worden (Schwarz et al., 2005). Bovendien hebben mannen meer kans om ondernemer te worden dan vrouwen (Blanchflower, 2004). Ook het familievermogen speelt volgens Blanchflower (2004) een rol. Als een individu een groter familievermogen heeft, heeft dat individu een grotere kans om een bedrijf op te richten. Dat komt door het feit dat deze weinig of geen liquiditeitsbeperkingen heeft en daardoor gemakkelijk geld kan investeren in het nieuwe bedrijf. Hieruit kan afgeleid worden dat deze demografische kenmerken een invloed hebben op ondernemende intenties.

De theorie van het gepland gedrag van Ajzen & Fishbein (2005) zegt dat ondernemende intenties bovendien worden beïnvloed door verschillende achtergrondfactoren. Voorbeelden van achtergrondfactoren kunnen volgens hen bijvoorbeeld persoonlijkheid, ervaring, opleiding en kennis zijn. Deze factoren kunnen tot overtuigingen leiden. Ajzen en Fishbein deelden deze overtuigingen



in 2005 in drie groepen op. De eerste groep zijn de gedragsovertuigingen. Deze gaan over de voordelen en de nadelen die samenhangen met het ondernemingsgedrag. De houding van het individu tegenover ondernemen zorgt ervoor dat hij er wel of niet aan begint. Een andere groep van overtuigingen zijn de normatieve overtuigingen. Deze overtuigingen verwijzen naar het feit dat de ondernemer naar de goedkeuring van zijn sociale omgeving zoekt. Zijn sociale omgeving kan bestaan uit vrienden, familie, collega's, etc. en die hebben een invloed op zijn normen. De laatste groep zijn de beheersingsovertuigingen. Deze staan voor de overtuiging van de ondernemer dat hij in staat is om de activiteit uit te voeren. Hij moet dus beschikken over een minimaal gevoel van zelfredzaamheid (Ajzen & Fishbein, 2005). Volgens de theorie van het gepland gedrag zullen deze achtergrondfactoren dus de grootste invloed hebben op de ondernemende intenties.

Het is natuurlijk mogelijk dat deze oppervlakkige kenmerken geen invloed hebben op het feit of iemand een nieuw bedrijf start of op de ondernemende intenties. Het kan zijn dat een persoon heel gemotiveerd is en dat die daarom een grotere intentie tot ondernemen heeft (Spenner & Featherman, 1978). Hessels et al. (2008) splitste motivatie op in twee groepen: de 'pull'-motieven en 'push'-motieven. De 'pull'-motieven hebben te maken met een motivatie uit opportunisme. Daarbij wordt gestreefd naar autonomie en onafhankelijkheid, financieel gewin, een nieuwe uitdaging, erkenning en het creëren van een status (Carter et al., 2003; Gatewood et al., 1995; Hessels et al., 2008; Scheinberg & MacMillan, 1988; Shane et al., 1991). De 'push'-motieven hebben betrekking op de noodzaak die de ondernemer voelt om een bedrijf te beginnen. Een voorbeeld daarvan is dat de ondernemer werkloos dreigde te worden (Hessels et al., 2008). Daarnaast zal ondernemerschap enkel gestimuleerd worden door intrinsieke motivatie, die niet in geld uitgedrukt kan worden zoals het krijgen van cadeaus of certificaten, wanneer ze in dezelfde richting wijzen als de extrinsieke motivatie, die in geld uitgedrukt kan worden zoals bonussen in contanten of winstdelingen (Stam & co, 2012). Daarnaast zijn demografische modellen ook om andere redenen onder kritiek komen te staan. Volgens Kolvereid (1996) dringen demografische modellen door in de besluitvormingsprocessen van individuen overwegend in de vorm van een black box, of zwarte doos. Een zwarte doos geeft het ideaal model weer. Bij een zwarte doos wordt het gedrag enkel aan de hand van input en output bestudeerd, zonder enige belangstelling voor de structuur van het systeem. Deze modellen geven in dit geval zeer weinig informatie over hoe de familiale achtergrond en de sociale omstandigheden het besluitvormingsproces van een individu beïnvloeden (Kolvereid, 1996). Robinson et al. (1991) beweren dat er geen direct verband bestaat tussen demografische variabelen en ondernemend gedrag. Krueger (1993) benadrukte dat rolmodellen de intenties van ondernemers slechts kunnen beïnvloeden in de mate dat ze het gedrag beïnvloeden en Kolvereid (1996) wees erop dat demografische kenmerken de voorkeur van individuen voor een carrière als ondernemer beïnvloeden via hun effecten op het gedrag van individuen.

### **3.7. De invloed van het herkennen van kansen op ondernemerschap**

Ondernemende intenties hebben volgens Uygun en Kasimoglu (2013) een invloed op het feit dat ondernemers kansen herkennen en op hun ondernemersgedrag tijdens het benutten van deze

kansen. De twee andere factoren die hier een invloed op hebben zijn de persoonlijke achtergrond en cognitieve processen (Uygun en Kasimoglu, 2013).

In de eerste onderzoeken naar ondernemerschap werd persoonlijke achtergrond benaderd vanuit het perspectief van geneigdheid tot het opzetten van een onderneming (Robinson, Stimpson, Huefner, & Hunt, 1991). Doordat er door Kolvereid in 1996 aanwijzingen waren gevonden van een verband tussen eerdere ervaring en ondernemend gedrag, vormt dit dus de eerste factor die een invloed heeft op de intentie tot ondernemen. Scott en Twomey gaven voordien in 1988 aan dat eerdere werkervaring moet worden beschouwd als een belangrijke factor in de carrière van een ondernemer. Cooper (1986) presenteerde bewijs dat oprichters van bedrijven beïnvloed worden door hun rolmodellen bij hun beslissingen om ondernemer te worden. Ten slotte speelt de locus of control van een persoon een belangrijke rol in de ontwikkeling van ondernemend gedrag voor zover het bijdraagt tot de ontwikkeling van ondernemende intenties (Biondo & Macdonald, 1971). Er wordt verschil opgemerkt in overtuiging tussen individuen met een interne en externe locus of control. Individuen met een interne locus of control geloven dat hun prestaties of hun lot onder hun controle staan. Individuen met een externe locus of control daarentegen, linken hun prestaties en hun lot aan externe factoren (Biondo & Macdonald, 1971; Pines & Julian, 1972; Mitchell, Smyser, & Weed, 1975; Zuckerman & Gerbasi, 1977; Marsh & Richards, 1987; Boone, Brabander, & Witteloostuijn, 1996). Mensen met een interne locus of control bezitten een groot vermogen om de mensen om hen heen te domineren en te beïnvloeden (Pandey & Tewary, 1979). Zij kunnen succesvolle ondernemers worden doordat ze geloven dat ze, met behulp van gezond verstand, de effecten van externe factoren op de resultaten kunnen verminderen (Pearson & Chatterjee, 2001). Daarom wordt interne locus of control gezien als een eigenschap die typisch is voor ondernemers, en zijn individuen met interne locus of control in het algemeen geneigd om te ondernemen (Jennings & Zeithami, 1983; Kaufmann, Welsh, & Bushmarin, 1995; Koh, 1996; Cromie, 2000; Littunen, 2000; Littunen & Storhammar, 2000).

Ten slotte werden cognitieve processen zoals invloed beschreven door Uygun en Kasimoglu (2013). Deze cognitieve processen spelen een belangrijke rol bij het selecteren, organiseren, omzetten, reserveren en exploiteren van kennis (Schneider & Angelmar, 1993; Ozgen & Baron, 2007). Cognitieve processen worden ook wel heuristische genoemd. In deze context zijn heuristische intuïtieve richtlijnen die over het algemeen snelle en passende oplossingen bieden voor bepaalde praktische regels of problemen (Busenitz & Lau, 1996; Vaghely & Julien, 2010). Shaver en Scott (1991), Katz (1992), en Busenitz en Lau (1996) suggereren dat heuristische en biases vooral worden gebruikt door oprichters van organisaties. Busenitz en Barney (1997) vonden dat ondernemers vaker en intenser heuristische gebruiken bij het nemen van beslissingen dan managers. Het feit dat ondernemers zich meestal in nieuwe en onvoorspelbare omstandigheden bevinden, vermindert hun kans om informatiestructuren zoals historische tendensen en vroegere prestaties te bereiken (Keh, Foo, & Lim, 2002). Ondernemers nemen onder deze omstandigheden beslissingen met beperkte informatie in handen (Busenitz & Barney, 1997). Volgens Simon en Houghton (2002), gebruiken ondernemers heuristische omwille van de hoogst onzekere omstandigheden van het besluitvormingsproces bij het opstarten van een bedrijf en uit deze heuristische kunnen biases

voortvloeiën die ertoe leiden dat ondernemers het risiconiveau van bepaalde beslissingen lager inschatten dan het werkelijk is. Dit kan echter ook een positieve invloed hebben op de voorkeuren van individuen over het carrièrepad van ondernemerschap (Carolis & Saporito, 2006), als heuristische en biases opduiken terwijl ondernemers zich bezighouden met de beoordelingsfase van de besluitvorming, vermindert hun risicoperceptie. Dit beïnvloedt de beslissing over het opstarten van een nieuwe onderneming (Simon, Houghton, & Aquino, 2000).

### **3.8. Wat stimuleert ondernemend gedrag?**

Het kan ook interessant zijn om te bekijken waarom sommige individuen eerder aangetrokken worden tot ondernemerschap dan anderen, aangezien ondernemers en degenen die ondernemers opleiden, ervan gediend zijn om hun motieven te begrijpen. Als ze deze motieven doorzien, kunnen ze immers ook beter verstaan waarom ondernemers bepaalde keuzes maken bij het uitbaten van hun onderneming. Er werd onderzocht wat de voornaamste redenen waren om te beginnen met ondernemerschap. De economische situatie van de ondernemer speelde een grote rol, maar ook de intentie om waarde te creëren bleek zo goed als noodzakelijk volgens Blanchflower (2004). Zoals reeds gezegd is de intentie om waarde te creëren hoog bij ondernemers die veel kennis en vaardigheden bezitten, ook al verhogen hoge opleidingsniveaus over het algemeen de kans op het oprichten van een nieuw bedrijf niet (Blanchflower, 2004). Ook de kansen, zoals bijvoorbeeld economische vooruitzichten en de toegang tot hulpbronnen, zijn volgens Stam et al. (2012) gemiddeld hoger bij een ondernemer met veel kennis en vaardigheden. De reden hiervoor is dat de houding van een ondernemer met kennis en vaardigheden gemiddeld beter past bij het opstarten van een onderneming.

Maar wat wordt er bedoeld met deze kennis en vaardigheden? Koellinger et al. (2007) geven aan dat alertheid een uiterst waardevolle eigenschap kan zijn voor een ondernemer. Alertheid kan er voor zorgen dat een ondernemer niet-beoogde kansen in de markt herkent en daaruit voordeel haalt. Ook kan de aanwezigheid van het zogenaamde "ondernemersvertrouwen" volgens Koellinger et al. (2007) een belangrijke factor zijn om te voorspellen of iemand een bedrijf gaat starten. Het ondernemersvertrouwen is het subjectieve geloof dat een individu heeft dat hij over de juiste en nodige kennis beschikt en dat hij deze kan linken aan de vaardigheden en capaciteiten die nodig zijn om een nieuwe onderneming te starten. Wanneer iemand beschikt over ondernemersvertrouwen, dan is er een grotere kans dat hij effectief een ondernemer wordt. Resultaten van Koellinger et al. (2007) tonen echter dat het ondernemersvertrouwen een negatieve relatie heeft met betrekking tot de overlevingskansen van de nieuwe onderneming. Dat fenomeen suggereert dat dergelijke falende individuen te veel vertrouwen hebben in hun vaardigheden en bekwaamheden (Koellinger et al. 2007). Waar de meeste potentiële ondernemers de neiging hebben om na te denken over de mogelijke gevaren en risico's die bij het opstarten van een nieuwe onderneming komen kijken, hebben ondernemers met overmoed volgens Koellinger (2007) veel vertrouwen dat ze de risico's aankunnen. Overmoed kan er dus in de eerste plaats toe leiden dat mensen ondernemer worden en zorgt ook voor meer innovatieve ondernemingen. Overmoed is dus vanuit een macroperspectief niet noodzakelijkerwijs een slechte eigenschap. Volgens Koellinger et al. (2007) is er wel meer risico

verbonden aan ondernemen als de mogelijke gevaren niet goed geanalyseerd worden en er niet bekeken wordt of het bedrijf effectief kans tot slagen heeft. Daarom kan te veel vertrouwen dus leiden tot bedrijfsfaillissementen. Het is wel zo dat de niet succesvolle verhalen van gefaalde ondernemers ook een les kunnen zijn voor toekomstige ondernemers. Daarbovenop komt innovatief ondernemerschap, volgens Koellinger (2007), vaak voor bij werklozen. Zij komen namelijk uit een verliessituatie en zijn bijgevolg over het algemeen meer bereid om risico's te nemen om hun status te heroveren (Koellinger et al., 2007).

Ondanks het feit dat nu algemeen aangenomen wordt dat persoonlijkheidsvariabelen belangrijke determinanten van ondernemingszin en ondernemen zelf zijn, wordt deze benadering ook vaak bekritiseerd door onderzoekers en als ongeldig geacht (Brandstätter, 1997). Bovendien wanneer ze wel effect hebben, is dat in interactie met verschillende eventualiteiten. Brandstätter vond in 1997 geen echte verschillen tussen ondernemers en niet-ondernemers, maar twee jaar later vonden Wooton en Timmerman (1999) wel veelzeggende verschillen. Ook de kenmerken die aangetroffen worden om ondernemers en niet-ondernemers te onderscheiden zijn allesbehalve eenduidig. Rauch en Frese (2007) deden toch onderzoek naar welke invloed de brede persoonlijkheidskenmerken op ondernemerschap hebben en wat de invloed was van meer specifieke persoonlijkheidskenmerken. Ze vonden dat enge kenmerken zoals behoefte aan prestatie, risicobereidheid, innovatie en autonomie nauwer verbonden zijn aan ondernemerschap dan persoonlijkheidskenmerken. Persoonlijkheidskenmerken hadden volgens het onderzoek wel een indirecte impact op ondernemerschap, doordat ze een direct effect hebben op de specifieke kenmerken die nauw verbonden zijn met ondernemerschap. Bovendien is bij ondernemersgedrag de behoefte aan prestatie, innovatie, zelfredzaamheid sterker dan de relatie tussen persoonlijkheidskenmerken en ondernemersgedrag (Rauch & Frese, 2005; 2007). Cassar (2007) onderzocht dat potentiële ondernemers met hoge groei-intenties, vooral en in deze volgorde belang hechten aan zelfontplooiing, financieel succes en innovatie. Dit soort ondernemers zal een grote behoefte hebben aan prestatie, om de hoge groeiambities waar te maken (Kolvereid, 1992). Ondernemers met een lagere ambitie om te groeien zullen vooral onafhankelijkheid nastreven. De lagere ambitie om te groeien komt voort uit de vrees voor een verlies aan controle in geval van groei, waardoor ze mogelijks een negatieve invloed voelen op hun onafhankelijkheid. Een drijfveer om dan toch wel te groeien kan van financiële aard zijn, maar kan ook te maken hebben met het feit dat de ondernemer verwacht dat wanneer er meer groei is, het welzijn van de werknemers ook zal verbeteren. Daaruit volgt dat hun groeiambities hoog zijn, waardoor het welzijn weer stijgt. (Davidsson 1989).

Volgens Audet (2015) kan er beter begrepen worden hoe ondernemende intenties in de loop van de tijd veranderen, door na te gaan welke factoren en gebeurtenissen het meest invloed hebben op deze intenties. De respondenten van het onderzoek dat zij uitvoerde, gaven onder meer de volgende redenen op om veranderingen in hun voornemens of percepties te verklaren: positieve verandering, volwassener zijn, meer werkervaring hebben. Bovendien merkte ze op dat meer geld een positieve invloed had op hun zelfvertrouwen en vice versa. Sommige respondenten realiseerden zich dat hun mogelijkheden om geld te verdienen beperkt zijn wanneer ze in loondienst werkten, terwijl ze net meer wilden verdienen. Ook vrijheid is een factor die invloed heeft op ondernemersgedrag. Veel

individuen hebben namelijk een hekel aan de beperkingen van de werkplek. Deze beperkingen kunnen er zijn in de vorm van regels, een vast rooster, het onder toezicht staan, een vast salaris, en meer. Als ondernemer ben je ook je eigen baas en sommigen verlangen naar de voldoening om voor zichzelf te werken, om aan het eind van de dag iets voor zichzelf over te hebben. Ten slotte kan je als ondernemer beter kansen herkennen en erop inspelen. Door actief te zijn op de werkplek zijn ondernemers beter in staat zakelijke kansen te herkennen en te onderkennen dan toen zij nog student of werknemer waren (Audet, 2015). Er zijn echter ook negatieve gevolgen verbonden aan het starten van een onderneming volgens Audet (2015). Zo kunnen bepaalde ondernemers een realiteitsschok ervaren: ze kunnen zich realiseren dat zij veel minder weten dan zij denken en dat het proces om een bedrijf te starten niet zo gemakkelijk is als zij zich hadden voorgesteld. Dit is een typisch geval van wanverhouding tussen de perceptie van de haalbaarheid en de realiteit. Sommigen kunnen ook beseffen dat zij de status van werknemer en de bedrijfsomgeving, zoals bijvoorbeeld: stabiliteit, minder risico, goed loon, enzovoort op prijs stellen. Audet (2015) onderstreepte ook nog het feit dat veel ondernemers starten met ondernemen na een zeer grote verandering in hun leven.

### **3.9. De kloof tussen ondernemende intenties en ondernemend gedrag**

#### **3.9.1. Implementatie-intenties**

In veel motivatietheorieën staan doelen en hun antecedenten centraal (bijv. Ajzen 1991; Carver en Scheier 1998; Fishbein en Ajzen 1975; Locke en Latham 1990; McClelland et al. 1953; Vroom 1964). De *expectancy-value* theorie (Fishbein en Ajzen 1975) stelt bijvoorbeeld dat mensen naar doelen handelen als zij het doel waardevol vinden, en als zij anticiperen op het nemen van acties die het doel zullen vervullen. Doelintenties (Ik wil iets bereiken) worden onderscheiden van implementatie-intenties (specifieke planning over hoe waar en wanneer een nagestreefd doelgedrag uitgevoerd zal worden) (Gollwitzer & Brandstatter, 1997). Bij implementatie-intenties wordt de situatie, waarin een bepaald voorgenomen gedrag gewenst is, concreet gemaakt zodat wanneer deze situatie zich voordoet de gespecificeerde reactie direct kan plaatsvinden (Armitage & Conner, 2000). Het is dus beter om als gedrag aan te duiden: "drie keer per week hardlopen" dan "meer sporten" of "afvallen". Het is met andere woorden relevant om het specifiek gedrag te benoemen. Dit kan door de activiteit (bijvoorbeeld hardlopen), de context (bijvoorbeeld na het werk) en een tijdselement (bijvoorbeeld gedurende de volgende 8 weken) te specificeren. Dit blijkt volgens Gollwitzer & Brandstatter (1997) vooral effectief wanneer gewoontegedrag niet volstaat zoals bij moeilijke doelen. Het onderzoeksbewijs laat volgens Carraro en Gaudreau (2013) en Gollwitzer en Sheeran (2006) zien dat implementatie-intenties de overgang van doelintentie naar actie kunnen vergemakkelijken. Implementatie-intenties delegeren de controle van doelgerichte reacties naar geanticiperde situationele signalen, die deze reacties automatisch uitlokken wanneer ze daadwerkelijk worden aangetroffen. Ze specificeren de situatie, namelijk waar en wanneer, waarin een bepaald gedrag gewenst is (Gollwitzer, 1999). Het is dus duidelijk dat onder andere ondernemende intenties in veel gevallen een zekere invloed hebben op het ondernemende gedrag, maar het is ook belangrijk om te verstaan waar en wanneer sommige mensen succesvol gevolg geven aan hun intentie om een bedrijf te starten, terwijl anderen dit niet doen.

Gollwitzer's actiefase theorie (1990, 2012) en het concept van implementatie-intenties geven hier meer informatie over. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen de motivationele en de volitionele fase in het proces van actie ondernemen. Deze theorie onderscheidt vier fasen van actie: de eerste en vierde fase zijn motivationeel en gerelateerd aan het stellen van doelen, terwijl de tweede en derde fasen vrijwillig zijn en betrekking hebben op wat het streven naar en de uitvoering van doelen wordt genoemd.

Elke fase stelt het individu voor een andere taak (Gollwitzer 1990, 1999, 2012). De eerste van deze taken, die ontstaat in de pre-decisionele fase, vereist dat individuen beslissen welke van hun verlangens ze echt willen nastreven. De vorming van intenties staat centraal in deze eerste fase. In de tweede fase ligt de nadruk echter niet op intenties, daar is het de taak om doelgerichte actie te initiëren. In deze fase worden acties gepland die het bereiken van de gekozen doelen vergemakkelijken. De derde taak, is ervoor zorgen dat de acties die worden ondernomen om specifieke doelen te bereiken, succesvol zijn. In de vierde fase evalueren individuen wat ze hebben bereikt, en maken ze plannen voor toekomstige actie (Achtziger en Gollwitzer 2008).

Volgens de actiefase theorie is de sterkte van de wens om het doel te bereiken alleen relevant voor de motivationele fasen en effectiviteit in het ondernemen van actie hangt evenzeer af van zelfregulerende strategieën die betrokken zijn bij de volitionele fasen die te maken hebben met het implementeren van het doel (Gollwitzer 2012). Wanneer acties nodig zijn om het doel te bereiken zal er worden ondernomen (Gollwitzer 1999; Hagger en Luszczynska 2014; Sniehotta 2009).

Afgezien van studies van Gielnik et al. (2014, 2015), die actieplanning bestudeerden, is het implementeren van intenties niet uitgebreid onderzocht in relatie tot ondernemende intenties en ondernemend gedrag, ondanks de roep van geleerden om dergelijke studies (Adam en Fayolle 2015; Carsrud en Brännback 2011; Fayolle 2013; Fayolle en Liñán 2014; Krueger 2009). Doelen zijn mentale representaties van gewenste uitkomsten, en mensen worden verondersteld om doelintenties te vormen, wat de gewenste toekomstige toestand ten goede komt (Toli et al. 2016). De sterkte van iemands intentie bepaalt vervolgens of hij of zij dat doel bereikt (Sheeran 2002).

### **3.9.2. Kloof tussen intentie en gedrag**

Er is echter tegengesteld bewijs dat de sterkte van de intentie om een doel te bereiken alleen niet altijd voldoende is om de gewenste doelen te bereiken (Gollwitzer en Sheeran 2006; Gollwitzer en Oettingen 2015; Sheeran 2002). Volgens Sheeran (2002) onderneemt slechts ongeveer de helft van degenen die intenties hebben vervolgens ook enige actie. Ten tweede, gedrag uit het verleden stuurt huidig gedrag in aanzienlijke mate (Gollwitzer en Sheeran 2006). Ten slotte bleek dat het effect van het manipuleren van de sterkte van doelintenties slechts een kleine tot middelgrote effectgrootte had (Webb en Sheeran 2006). Kortom, de sterkte van de intentie lijkt minder sterk samen te hangen met het ondernemen van actie om het doel te bereiken dan werd verondersteld.

Bewijs voor een kloof tussen intenties en gedrag is ook gevonden op het gebied van ondernemen. Aangezien activiteiten om een nieuwe onderneming te starten meestal weloverwogen en als zodanig bedoeld zijn (Bird 1988) en acties worden gedefinieerd als intentioneel gedrag (Greve 2001), wordt eerder gesproken van ondernemende acties dan van ondernemend gedrag. Een recente studie naar ondernemende intenties en -acties door Kautonen et al. (2015) liet zien dat doelintenties alleen vaak niet voldoende zijn om tot actie over te gaan. In een onderzoek onder de Oostenrijkse en Finse beroepsbevolking vonden de auteurs dat meer dan de helft van degenen met ondernemende intenties geen of zeer weinig actie had ondernomen toen hen één jaar later naar de onderneming werd gevraagd. In een Oegandese steekproef waren namelijk meer dan de helft van degenen met intenties om een reeks van vijf opstartactiviteiten te ondernemen, na een periode van 30 maanden met hun bedrijf begonnen, maar de studie rapporteerde geen enkel verband tussen de sterkte van de ondernemende implementatie-intenties en de creatie van een nieuwe onderneming (Gielnik et al. 2014).

Bevindingen zoals die hierboven benadrukken het belang om verder gaan dan de studie van louter intenties om te onderzoeken hoe ondernemende intenties zich vertalen in daaropvolgende acties. Bovendien zijn er sterke argumenten dat de associatie tussen intentie en actie of gedrag in de ondernemerscontext nog lager zal zijn dan de gemiddelde associatie die in de andere eerder genoemde domeinen is gevonden (Sheeran 2002). Veel van het onderzoek naar doelen en daaropvolgend gedrag heeft betrekking op eenvoudige, discrete doelen en korte-termijn taken. Voor de volwassen populatie die een bedrijf wil starten, is de weg van intentie naar actie daarentegen complex, beslaat een middellange tijdsspanne, bevat onzekerheid, kan een verscheidenheid aan vormen en activiteiten aannemen, en kan beïnvloed worden door en afhangen van een groot aantal intrapersoonlijke en contextuele factoren (Carter et al. 1996; Lichtenstein et al. 2007). Onder dergelijke omstandigheden kan de uitvoering van ondernemende intenties gemakkelijk ontsporen.

Het construct van implementatie-intenties van Gollwitzer en Oettingen (2015) kan helpen bij het beantwoorden van de belangrijke theoretische vraag waarom sommige mensen met sterke doelintenties er niet in slagen een nieuwe onderneming op te zetten. Recente meta-analyses in het gezondheidsdomein hebben aangetoond dat het implementeren van intenties een gunstig effect hebben in zowel laboratoriumexperimenten als veldsettings (Adriaanse et al. 2011; Belanger-Gravel et al. 2013; Toli et al. 2016).

Het merendeel van de studies in de implementatie-intentie literatuur betreft onderzoekdesigns waarbij de implementatie-intenties worden geïnduceerd, hetzij door de onderzoeker, hetzij door de organisatie of entiteit die een interventie uitvoert (Prestwich et al. 2015). Een voorbeeld van het laatste zou een training zijn waarbij deelnemers worden getraind en vervolgens geïnstrueerd om implementatie-intenties te vormen, waarna de hoeveelheid actie die deze groep onderneemt wordt vergeleken met een controlegroep (van Gelderen et al., 2017). Als gevolg hiervan is er minder onderzoek gedaan naar de antecedenten van implementatie-intenties die op natuurlijke wijze ontstaan. De weinige studies die zelf gegenereerde, spontane implementatie-intenties wel bestuderen, laten stevast zien dat hun voorkomen het best wordt voorspeld door de sterkte van de

doelintentie (Brickell et al. 2006; Churchill en Jessop 2010; Rise et al. 2003). Een meta-analyse in het gezondheidsdomein door Carraro en Gaudreau (2013) waarbij een reeks van soorten actieplanning werd betrokken, bevestigt het mediërende karakter van actieplanning. Dezelfde studie legt uit dat wanneer individuen eenmaal van plan zijn om een doel na te streven, zij spontaan actie- en copingplannen kunnen creëren om hen te helpen met de logistiek van het streven naar een doel en om hun intenties te beschermen tegen verleidingen, obstakels en afleidingen. Op vergelijkbare wijze stellen Wieber en Gollwitzer (2017) dat doelen en middelen met elkaar verbonden zijn, en dat de activering van een mentale representatie van een doel ook de mentale representatie van geschikte middelen om dat doel na te streven zou moeten activeren.

### **3.10. Ondernemende toewijding**

Volgens Gollwitzer en Brandstätter (1997) kan een implementatie-intentie niet worden ontwikkeld zonder een sterke betrokkenheid bij het doel, het begrip toewijding kan worden gecorreleerd met de notie van doelintentie. Als er bedacht wordt dat verschillende soorten intenties een rol kunnen spelen in het ondernemerschap, zou het begrip toewijding meer aandacht moeten krijgen in het onderzoek naar ondernemerschap (Adam & Fayolle, 2015). Toewijding kan worden gedefinieerd als de maatstaf van de energie die een persoon steekt in het opzetten van een nieuwe onderneming. Met andere woorden, het zou de brug zijn tussen de ondernemende intenties en het gedrag van een subject (Erikson, 2001). Meyer en Herscovitch (2001) definiëren toewijding als een "kracht" die een individu bindt aan zijn of haar doel. Toewijding bindt mensen aan een gedrag, zelfs als er tegenstrijdige motieven zijn (Meyer en Herscovitch, 2001). Toewijding neemt over wanneer de voorwaarden voor de motieven van het individu verdwijnen (Adam & Fayolle, 2015). Het ondernemingsproces vindt plaats in de loop van de tijd, en toewijding is volgens Adam & Fayolle (2015) een stabiele invloed, waardoor het waarschijnlijk is dat individuen zich aan hun voornemens houden. Ondernemende toewijding is de vertaling van het Engelse begrip "*entrepreneurial commitment*".

Meyer en Allen (1987) ontwikkelden een uit drie componenten bestaand model van toewijding, waarin ze de elementen "affectieve", "continue" en "normatieve" toewijding onderscheidden. Affectieve toewijding verwijst naar de gehechtheid aan een organisatie en haar waarden (Meyer en Allen, 1991). Het is een emotionele band, niet berekenend, in tegenstelling tot de continue toewijding (Jaros et al., 1993). Continue toewijding is gecorreleerd met de kosten verbonden aan het verlaten van een organisatie (Meyer en Allen, 1991). Normatieve betrokkenheid is verbonden met wat als moreel juist wordt beschouwd (Meyer en Allen, 1991). De drie componenten weerspiegelen respectievelijk een verlangen, een behoefte en een verplichting. In ondernemerschapsonderzoek hebben Sharma en Irving (2005) deze drie componenten van toewijding toegepast op familiebedrijven. Net als door toewijding gedreven intentie individuen helpt bij het vasthouden aan hun doel in een moeilijke context (Dholakia en Bagozzi, 2003) zoals ondernemerschap, heeft de intensiteit van de doelintentie een invloed op het verband tussen de ondernemerschapsintentie en het ondernemend gedrag (Adam & Fayolle, 2015). Volgens Adam en Fayolle (2015) vergroot een intense doelintentie de waarschijnlijkheid van ondernemend gedrag. Aangezien de intensiteit van de



doelintentie kan worden beoordeeld aan de hand van de intensiteit van de toewijding, kan toewijding getest worden om de waarschijnlijkheid te voorspellen dat een ondernemende intentie resulteert in ondernemend gedrag (Adam & Fayolle, 2015).

Met een specifieke verwijzing naar spin-off bedrijven, maken Vohora et al. (2004) een onderscheid tussen de ondernemersintentie, geconfigureerd als de "gemoedstoestand" van een onderzoeker die zich wil richten op kansen voor economische exploitatie van zijn wetenschappelijk onderzoek, en de ondernemende toewijding geïdentificeerd als de combinatie van beslissingen en acties die promotoren van spin-offs binden in de toekomstige exploitatie van deze kans. De vorming van een echte ondernemersverbintenis is volgens Vohora et al. (2004) de noodzakelijke stap om de drempel van de beoordeling van de economische haalbaarheid van een project te overwinnen en actief tijd en middelen te gaan investeren in de oprichting van een bedrijf. Ondernemende toewijding is vaak het verschil tussen spin-offs die worden onderbroken en spin-offs die doorgaan op hun ontwikkelingspad (Sanchez, 2008). In het bijzonder is ondernemende toewijding het kritieke punt om van de fase van het in kaart brengen van de kansen, over te gaan naar de fase van pre-organisatie (Parente en Feola, 2010). Ondernemende toewijding is volgens Parente en Feola (2010) noodzakelijk om een potentiële onderneming te laten evolueren van een visie die de onderzoeker in zijn hoofd heeft gecreëerd, naar de oprichting van een bedrijf dat operationeel is en zich bezighoudt met bedrijfsactiviteiten. Ondernemende intenties gaan vooraf aan de oprichting van de onderneming als er sprake is van ondernemende toewijding, omdat zij het initiële strategische model van een nieuwe organisatie vormen en een belangrijke basis zijn voor de ontwikkeling van een nieuwe onderneming (Parente en Feola, 2010).

## **4. Hypothese opbouw**

### **4.1. Hypothese 1**

Uit eerder onderzoek kan een eerste hypothese gevormd worden. Bird zei in 1988 dat ondernemend gedrag geboren wordt uit ondernemende intenties naarmate de tijd verstrijkt. Dit is ook een gevolg van de theorie van het gepland gedrag van Ajzen (1987) en ook uit het model van Shapero (1982) kan dit afgeleid worden. Ook Hmielski en Corbett (2006) zeiden dat intentie gepland gedrag impliceert, wat in dit geval wil zeggen dat ondernemende intenties ondernemend gedrag impliceren. Bird en Jelinek (1998) onderzochten het feit dat intenties tot gedrag leidt nog verder. Ze vonden daarbij dat een ondernemende intentie een mentale toestand is die de aandacht, het gedrag en de ervaring van een ondernemer in de richting duwt van het verwezenlijken van deze ondernemende intentie en in de richting van het ontwikkelen van methoden om de intentie te bereiken, met andere woorden ondernemend gedrag. Ook Uygen en Kasimoglu (2013) benadrukken het belang van ondernemende intenties en hun invloed op ondernemend gedrag. Volgens hen is het van vitaal belang om rekening te houden met ondernemende intenties bij het bestuderen van het ondernemerschapproces. Ondernemende intenties hebben een invloed op het herkennen van kansen om een onderneming te starten (Uygen en Kasimoglu, 2013). Daarnaast verklaart Audet (2015) dat ondernemende intenties de wenselijkheid en de haalbaarheid van het starten van een onderneming vergroten. Kortom, volgens de theorie zal de intentie van een individu om een

onderneming op te richten dus ook het gepland gedrag, verbonden aan het starten van een onderneming, met zich meebrengen. Uit de voorgaande geziene literatuur kan ik vaststellen dat intenties inderdaad een invloed hebben op gedrag en bijgevolg ondernemende intenties mogelijk een invloed hebben op ondernemend gedrag. Dit zou inhouden dat wanneer een individu een hogere intentie heeft om een onderneming te starten, dit individu ook meer kans heeft om daadwerkelijk een onderneming te starten. De eerste hypothese vat dit samen:

Hypothese 1: Er bestaat een positieve relatie tussen ondernemende intenties en ondernemend gedrag.

## **4.2. Hypothese 2**

Ook de tweede hypothese wordt gestaafd door eerdere onderzoeken. Zo zeiden Carraro en Gaudreau in 2013 en Gollwitzer en Sheeran in 2006 dat het onderzoeksbewijs tot nu toe laat zien dat implementatie-intenties de overgang van doelintentie naar actie kunnen vergemakkelijken. Implementatie-intenties zorgen ervoor dat een individu een specifieke planning maakt om in een bepaalde situatie een bepaalde uitkomst te bekomen (Armitage & Conner, 2000). Fishbein en Ajzen (1975) stellen dat individuen een bepaald gedrag vertonen, wanneer het doel van het gedrag als waardevol wordt ervaren en wanneer ze denken dat de gedragingen het doel zullen vervullen. Dit is de *expectancy-value* theorie. Implementatie-intenties kunnen een antwoord geven op de belangrijke theoretische vraag waarom sommige mensen met sterke ondernemerschap en doelintenties er niet in slagen een nieuwe onderneming op te zetten. (Gollwitzer en Oettingen, 2015). Gollwitzer zegt (1999) dat de controle van doelgerichte reacties gegenereerd wordt door implementatie-intenties. De reacties worden dan uitgelokt wanneer ze daadwerkelijk worden aangetroffen. Ze specificeren de situatie, namelijk waar en wanneer, waarin een bepaald gedrag gewenst is. Ook Brickell et al. (2006), Churchill en Jessop (2010), en Rise et al. (2003) bestudeerden zelf gegenereerde, spontane implementatie-intenties. Hun studies laten stevast zien dat de aanwezigheid van implementatie-intenties het best wordt voorspeld door de sterkte van de doelintentie. Een recente studie naar ondernemende intenties en ondernemend gedrag door Kautonen et al. in 2015 liet bovendien zien dat doelintenties alleen vaak niet voldoende zijn om tot actie over te gaan. Door bovenstaande studies blijkt dat implementatie-intenties een invloed kunnen hebben op ondernemend gedrag. Met de tweede hypothese wil ik onderzoeken of en in welke mate deze implementatie-intenties de relatie tussen ondernemende intenties en ondernemend gedrag verklaren. Er is sprake van mediatie als de relatie tussen ondernemend intenties en ondernemend gedrag sterker of minder sterk wordt door de aanwezigheid van de implementatie-intenties. In het model dat gebruikt wordt in deze studie is er sprake van een direct effect, namelijk de relatie tussen de ondernemende intenties en ondernemend gedrag waarbij de implementatie-intenties terwijl gecontroleerd worden, en er is sprake van een indirect effect, namelijk het effect van de ondernemende intenties op het ondernemend gedrag via de implementatie-intenties. De implementatie-intenties verklaren hoe of waarom er een relatie is tussen de ondernemende intenties en ondernemend gedrag. De literatuur stelt dat implementatie-intenties het effect van ondernemende intenties op ondernemend gedrag positief kunnen beïnvloeden. Dat houdt in dat wanneer een persoon beter een specifieke planning kan maken om

een voorgenomen gedrag in een exacte situatie uit te voeren, de ondernemende intenties van deze persoon in het algemeen vaker zullen leiden tot ondernemend gedrag, dan bij een persoon die minder goed een gewenst gedrag kan plannen in een bepaalde situatie. Daaruit volgt de nood om de impact van implementatie-intenties te onderzoeken als mediator tussen ondernemende intenties en ondernemend gedrag en daarom formuleer ik de tweede hypothese als volgt:

*Hypothese 2: implementatie-intenties zullen de relatie tussen ondernemende intenties en ondernemend gedrag mediëren, zodat een hoger niveau van ondernemende intenties een positief effect heeft op de implementatie van de intenties en de implementatie van intenties vervolgens een positief effect heeft op ondernemend gedrag.*

### **4.3. Hypothese 3**

Naast het onderzoeken van de directe relatie tussen ondernemende intenties en ondernemend gedrag en het analyseren van de mediatie-impact van implementatie-intenties, onderzoekt deze studie ook een gemodereerd mediatiemechanisme door voor te stellen dat ondernemende toewijding de relatie modereert tussen ondernemende intenties, implementatie-intenties en ondernemend gedrag. Onderzoek naar het gemodereerde effect kan duidelijk maken onder welke omstandigheden de mediërende relatie kan verschillen. Door ondernemende toewijding als moderator te beschouwen, kunnen we met name te weten komen welke rol deze variabele speelt in het versterken of verzwakken van de effecten van ondernemende intenties op ondernemend gedrag. Gollwitzer en Brandstätter beweerden in 1997 namelijk dat de ontwikkeling van een implementatie-intentie onmogelijk is zonder een sterke betrokkenheid bij het doel. Het begrip "toewijding" kan de notie worden van doelintentie. Dit leidt tot de vorming van een derde hypothese. De onderzoeken die reeds werden bekeken onderbouwen deze derde hypothese. Volgens Erikson (2001) zou toewijding de brug zijn tussen ondernemende intenties en ondernemend gedrag. Ook Meyer en Herscovitch gaan hier in mee, door te zeggen dat toewijding mensen aan het ondernemend gedrag bindt. Meer nog, een ondernemende intentie die door toewijding beïnvloed wordt, helpt ondernemers volgens Dholakia en Bagozzi (2003) om het ondernemend gedrag door te zetten. Toewijding is ook significant wanneer de motieven van de ondernemer verdwijnen (Adam & Fayolle, 2015). Sanchez verklaarde in 2008 dat spin-offs die onderbroken worden en spin-offs die wel doorgaan een niet te missen verschil hebben, namelijk ondernemende toewijding. Ondernemende toewijding is volgens Parente en Feola (2010) het noodzakelijke element om over te schakelen van de fase van het in kaart brengen van de kansen naar de fase van pre-organisatie. De literatuur toont de positieve invloed die ondernemende toewijding kan hebben op ondernemende intenties. Dat houdt in dat het aannemelijk is dat individuen met een hoge toewijding tot ondernemen, in vergelijking met mensen met minder toewijding tot ondernemen, meer gewin hebben bij ondernemende intenties. Als toegewijde ondernemers hun ondernemende intenties benutten, kunnen zij wellicht meer voordeel halen uit het implementeren van hun doelintenties dan minder toegewijde ondernemers die misschien grotere ondernemende intenties hebben, waardoor het niveau van hun ondernemend gedrag op zijn beurt kan verbeteren. Deze studie verwacht dus dat het indirecte effect van ondernemende intenties op ondernemend gedrag via implementatie-intenties sterker zal zijn voor individuen met een hoge

ondernemende toewijding. De implementatie-intenties zullen zoals in de vorige hypothese al werd aangehaald, verklaren hoe of waarom er een relatie is tussen ondernemende intenties en ondernemend gedrag. Dit wordt als volgt geformuleerd in de derde hypothese:

*Hypothese 3: Ondernemende toewijding modereert het positieve en indirecte effect van ondernemende intenties op ondernemend gedrag via implementatie-intenties, zodanig dat de relatie positiever is wanneer ondernemende toewijding hoger is.*

## **5. Methode**

### **5.1. Variabelen**

#### **5.1.1. Onafhankelijke variabele**

Ondernemende intenties vormen in deze studie de onafhankelijke variabele. Een ondernemende intentie is de doelstelling van een individu om een onderneming te starten en is cruciaal om het ondernemend gedrag te begrijpen (Krueger 2000). De volgende 6 stellingen werden opgenomen in de studie: (1) Ik ben bereid om alles te doen om ondernemer te zijn, (2) Mijn professionele doel is ondernemer worden, (3) Ik zal er alles aan doen om mijn eigen onderneming te starten en te leiden, (4) Ik ben vastbesloten om in de toekomst een onderneming te starten, (5) Ik heb heel serieus overwogen om een onderneming te starten, (6) Ik heb een sterke intentie om ooit een onderneming te starten (Liñán and Chen, 2009). Deze stellingen werden gemeten op een 7. Likert schaal. Deze 6 stellingen combineren we tot 1 variabele "ondernemende intenties" / "EI", waarbij we een *Cronbach Alpha* bekomen van 0,945, wat een zeer goede waarde is. Vanaf een waarde van 0,7 wordt de *Cronbach Alpha* namelijk in het algemeen aanvaard. Er is dus een goede interne consistentie tussen de vragen, waardoor deze gecombineerd mogen worden tot één variabele.

#### **5.1.2. Afhankelijke variabele**

De afhankelijke variabele wordt gevormd door het ondernemend gedrag. Ondernemend gedrag verwijst naar het individuele vermogen om ideeën om te zetten in acties die resulteren in de oprichting van nieuwe ondernemingen (Gatewood, Shaver, & Gartner, 1995: 380). De items voor deze variabelen zijn gebaseerd op Shirokova et al (2016). Deze 9 stellingen werden opgenomen: (1) Een businessplan ontwikkelen (geschreven of ONgeschreven), (2) Een product of dienst uitwerken/uitdenken, (3) Marketing(inspanningen) plannen, (4) Spreken met potentiële klanten (over product of business idee), (5) Informatie verzamelen over concurrenten, (6) Financiële prognoses opstellen, (7) Proberen om financiële instellingen (banken) of andere mensen te benaderen voor financiering, (8) Uitrusting, materiaal, infrastructuur of andere concrete dingen verwerven, (9) Beginnen met administratieve vereisten m.b.t. het starten van een onderneming (ondernemingsloket, boekhouder, notaris, etc.). Al deze stellingen werden gemeten via 0/1. De waarde 1 komt overeen met het feit dat de respondent de activiteit reeds heeft uitgevoerd en waarde 0 komt overeen met het feit dat de respondent de activiteit nog niet heeft uitgevoerd. De omvang van de afhankelijke variabele werd berekend als een opgetelde index van het aantal bovenstaande ondernemende activiteiten die een student heeft ondernomen, gedeeld door het totale aantal ondernemende activiteiten op de lijst. De

afhankelijke variabele werd vervolgens "ondernemend gedrag" / "EBGEM" genoemd. Er werd een *Cronbach Alpha* bekomen van 0,718. Deze waarde is groter dan 0,7, waardoor ik deze vragen kan combineren tot één variabele, aangezien er gesproken kan worden van een interne consistentie tussen de vragen.

### **5.1.3. Mediator**

De mediator is implementatie-intentie, dat betekent het strategisch automatiseren van het nastreven van een doel. De items voor deze variabele zijn gebaseerd op van Gelderen et al (2018). Volgende 3 stellingen werden opgenomen: (1) Ik heb al precies gepland wat ik zal doen als mijn eerste stap om een nieuwe onderneming te starten, (2) Ik heb al precies gepland wanneer ik mijn eerste stap moet zetten om een nieuwe onderneming te starten en (3) Ik heb al precies gepland waar ik mijn eerste stap ga zetten om een nieuwe onderneming te starten. Deze stellingen werden gemeten op een 7-punten Likert schaal. Deze 3 stellingen worden gecombineerd tot 1 variabele "implementatie-intenties" / "IMP", waarbij er een *Cronbach Alpha* bekomen wordt van 0,839. Dit is ook boven 0,7, waardoor de *Cronbach Alpha* aanvaard wordt en er gezegd kan worden dat de vragen bij elkaar horen. Zo wordt de omzetting van deze drie vragen in een nieuwe variabele gerechtvaardigd.

### **5.1.4. Moderator**

De moderator is *entrepreneurial commitment*. Dit wordt vertaald naar ondernemende toewijding. Ondernemende toewijding is de inzet die een individu levert om een onderneming te starten. Ik baseer me hiervoor op het construct van Tang (2008). Met ondernemende toewijding wordt zowel affectieve toewijding zoals die blijkt uit het verlangen en de ambitie van ondernemers om nieuwe bedrijven op te richten als ook de gedragsmatige betrokkenheid bedoeld die verwijst naar de bereidheid van ondernemers om aanzienlijke inspanningen te leveren voor de nieuwe bedrijven. De 6 stellingen die bij ondernemende toewijding opgenomen worden zijn: (1) Er is geen limiet aan hoelang ik mijn uiterste best zou doen om een eigen onderneming te starten, (2) Mijn persoonlijke overtuiging is "dat ik alles doe wat er nodig is" om een eigen onderneming te starten, (3) Een onderneming starten is veel wenselijker dan andere carrièremogelijkheden die ik heb, (4) Als ik een onderneming start, zal het me helpen om andere belangrijke doelen in mijn leven te bereiken. (5) Over het algemeen zullen mijn vaardigheden en capaciteiten me helpen om een onderneming te starten. (6) Ik ben ervan overtuigd dat ik de nodige inspanningen kan leveren om een onderneming te starten. Deze stellingen werden gemeten op een 7-punten Likert schaal. Deze 6 stellingen worden gecombineerd tot 1 variabele "ondernemende toewijding" / "ECOM", waarbij er een *Cronbach Alpha* bekomen wordt van 0,851. Vanaf een waarde van 0,7 wordt de *Cronbach Alpha*, zoals eerder gezegd, in het algemeen aanvaard. De interne consistentie tussen de vragen is dus goed. Daarom worden deze zes vragen omgezet tot één variabele.

De relatie tussen de variabelen is terug te vinden in Afbeelding 2. Concreet betekent dit model dat het directe positieve effect van ondernemende intenties op ondernemend gedrag wordt onderzocht. Daarnaast wordt het indirect positief effect gemeten van ondernemende intenties op ondernemend

gedrag via ondernemende implementatie en met ondernemende toewijding. Dat effect verandert de relatie tussen de variabelen, namelijk door de implementatie-intenties meer tot uiting te laten komen waardoor ondernemende intenties zich zullen omzetten in ondernemend gedrag.

### **5.1.5. Controlevariabelen**

Ik wens bovendien controlevariabelen toe te voegen, om op die manier de uitkomsten van het onderzoek zo accuraat mogelijk voor te stellen.

De eerste variabele is "ondernemend gedrag in het verleden". In de analyses wordt deze controlevariabele "EBVER" genoemd. Ik kies voor deze controlevariabele, omdat Kolvereid (1996) ondervond dat er een verband is tussen ondernemend gedrag en eerdere ervaringen en eerder gedrag. Dit kan dus opnieuw een stimulans zijn om ondernemende intenties om te zetten in ondernemend gedrag. Volgens Ahmed et al. (2010) zijn studenten met ondernemerservaring en zelfeffectiviteit meer geneigd om een loopbaan als ondernemer na te streven. Ondernemend gedrag in het verleden wordt in dit onderzoek opgenomen als dummy variabele. De vraag die wordt gebruikt is: "Startte u in het verleden al eens een onderneming of zaak?". Hierbij is gelijk aan 1 indien het individu in het verleden al eens een onderneming startte en gelijk aan 0 indien dat niet het geval is.

De volgende variabele noem ik "ondernemend gedrag door familie" en deze kan gestaafd worden door de onderzoeken van Cooper (1986). Cooper vond namelijk dat rolmodellen een invloed hebben op individuen waardoor deze individuen beslissen om ondernemer te worden. Rolmodellen bevinden zich meestal in de familie zelf. Ouders kunnen een rolmodel zijn, maar ook een oom of tante kunnen een voorbeeldfunctie hebben op toekomstige ondernemers. Ook Ahmed et al. (2010) toonden aan dat studenten waarvan de familie ondernemende ervaring had, meer geneigd waren om een onderneming op te starten. De vragen die werden gesteld, zijn: "Is één van uw ouders momenteel eigenaar van een zaak of onderneming? Of was dat ooit het geval in het verleden?" en "Is een familielid (niet uw ouders) van u momenteel eigenaar van een zaak of onderneming? Of was dat ooit het geval in het verleden?", waarbij een dummyvariabele werd gecreëerd met de waarde 0 die gelijk is aan geen ondernemend gedrag binnen de familie en elke andere waarde die gelijk is aan ondernemend gedrag binnen de familie. Deze wordt onder de naam "EBFAM" gebruikt in de analyses.

Levesque en Minniti (2006) bewezen dat de kans dat mensen een onderneming opstarten groter wordt naarmate ze ouder worden, maar dat de kans dat ze een eigen bedrijf beginnen na een bepaalde leeftijd daalt naarmate de leeftijd toeneemt. Dat komt doordat risico's beter ingeschat en meer vermeden worden na de leeftijd van 35 jaar (Schwarz et al., 2005). Jongeren staan volgens Bhidé (2000) dus eerder open voor alternatieve carrièremogelijkheden en nieuwe ervaringen, zoals bijvoorbeeld het oprichten van een eigen onderneming. Volgens Schwarz et al. (2009) is er dus sprake van een omgekeerde U-vormige relatie tussen leeftijd en ondernemende intenties. Bijgevolg gebruik ik de leeftijd van de respondent als derde controlevariabele. De vraag die werd gesteld, is: "Wat is uw leeftijd?". In de analyses wordt deze controlevariabele "Leeftijd" genoemd.

De vierde en laatste controlevariabele die ik meeneem is geslacht. In de analyses wordt deze controlevariabele "Geslacht" genoemd. Ik controleer geslacht omdat mannen, volgens Blanchflower (2004) meer kans hebben om ondernemer te worden dan vrouwen. De vraag die werd gesteld, is "Wat is uw geslacht?". Bij de vragenlijst waren er drie keuzemogelijkheden op deze vraag (man, vrouw en X). Door de lage respons van personen met genderneutraliteit (slechts 0,4 procent), heb ik besloten hier geen rekening mee te houden en deze ene persoon in dit geval te filteren uit de dataset, aangezien er niets gebaseerd kan worden op basis van één persoon en één persoon niet garant kan staan voor een bepaalde groep. Nadien creëerde ik een dummyvariabele met de waarde 0 die gelijk is aan vrouw en waarde 1 die gelijk is aan de man.

## 6. Resultaten

### 6.1. Beschrijvende statistiek

Ik maak gebruik van het softwareprogramma SPSS om de bovenstaande hypothesen te toetsen. Er wordt gebruik gemaakt van een reeds bestaande dataset met 1681 respondenten. Om dit model toe te passen, wordt er echter maar gekeken naar 242 respondenten. Enkel deze respondenten zijn immers relevant voor dit onderzoek, omdat ze eraan denken een onderneming te gaan starten. Deze individuen worden "*nascent entrepreneurs*" genoemd. Dat houdt in dat ze reeds stappen hebben genomen om een onderneming te starten, maar nog niet effectief een bedrijf opgericht hebben of met andere woorden een onderneming operationeel gemaakt als eigenaar (Katz & Gartner, 1988). Wat ik hiervoor concreet moest doen was eerst enkel de respondenten selecteren die op de vraag "Welke actie heeft u al ondernomen m.b.t. het starten van een onderneming?" hadden geantwoord met "41 = "Enige actie ondernomen.""/"42 = "Best nog wel wat werk te doen voordat onderneming volledig operationeel is.""/" 43 = "Onderneming komt in de buurt van operationeel te worden.""/" 44 = "De onderneming is actief."" Hieronder vallen namelijk de *nascent entrepreneurs*. Verder filterde ik één persoon met genderneutraliteit. Van de overblijvende 242 respondenten zijn er 54 vrouwen (22,3 procent) en 188 mannen (77,7 procent).

Er werd een correlatiematrix van alle variabelen opgesteld om de mate waarin deze variabelen met elkaar correleren weer te geven. Dit wordt weergegeven in tabel 1a. Correlaties die significant zijn op 5 procent worden aangegeven met één asterisk. Correlaties die significant zijn op 1 procent worden aangegeven met twee asterisken. Ondernemende intenties [EI] blijkt positief significant gecorreleerd te zijn met ondernemend gedrag [EB], implementatie-intenties [IMP] en ondernemende toewijding [ECOM]. Ook ondernemend gedrag [EB], implementatie-intenties [IMP] en ondernemende toewijding [ECOM] correleren onderling significant en positief. Daarnaast tonen de uitkomsten dat leeftijd [Leeftijd] significant positief correleert met ondernemend gedrag in het verleden [EBVER], maar negatief significant correleert met ondernemend gedrag bij familie [EBFAM], ondernemende intenties [EI] en ondernemende toewijding [ECOM]. Geslacht [Geslacht] correleert met geen enkele variabele significant. Ondernemend gedrag bij familie [EBFAM] heeft verder een positieve significante correlatie met ondernemende intenties [EI] en ondernemende toewijding [ECOM]. Ten slotte correleert ondernemend gedrag in het verleden [EBVER] positief significant met implementatie-intenties [IMP].

De correlatiecoëfficiënt geeft weer of één variabele de andere variabele veroorzaakt en of twee variabelen samenhangen. Daaruit volgt dat wanneer er een sterke correlatie is tussen twee variabelen, er multicollineariteit in de regressie aanwezig kan zijn. Dit moet volgens Mansfield en Helms (1982) vermeden worden, omdat multicollineariteit negatieve effecten met zich kan meebrengen in een regressieanalyse. Om te controleren of er sprake is van multicollineariteit tussen de variabelen, werd de waarde van de variantieinflatiefactor (VIF) berekend. Volgens Gujarati (2003) is de drempelwaarde vastgesteld op 10. De hoogste VIF-waarde die bekomen werd in dit onderzoek is gelijk aan 2,561. Er wordt bijgevolg vastgesteld dat er geen sprake is van multicollineariteit tussen de variabelen.

	Mean	SD	1	2	3	4	5	6	7	8
<b>1. Leeftijd</b>	42,53	15,64								
<b>2. Geslacht</b>	0,78	0,42	.007							
<b>3. EBFAM</b>	0,81	0,40	-.163*	.113						
<b>4. EBVER</b>	0,34	0,47	.386**	-.036	-.068					
<b>5. EI</b>	5,33	1,41	-.385**	.051	.165*	.027				
<b>6. EBGEM</b>	0,41	0,26	-.063	.026	-.057	.114	.284**			
<b>7. IMP</b>	4,38	1,54	.006	.041	.091	.205**	.498**	.261**		
<b>8. ECOM</b>	5,28	1,06	-.187**	.101	.152*	.049	.716**	.175**	.552**	

\*\*p<0.01 (2-tailed); \*p<0.05; N= 242

Tabel 1a: Gemiddelden, standaardafwijkingen en correlaties tussen variabelen

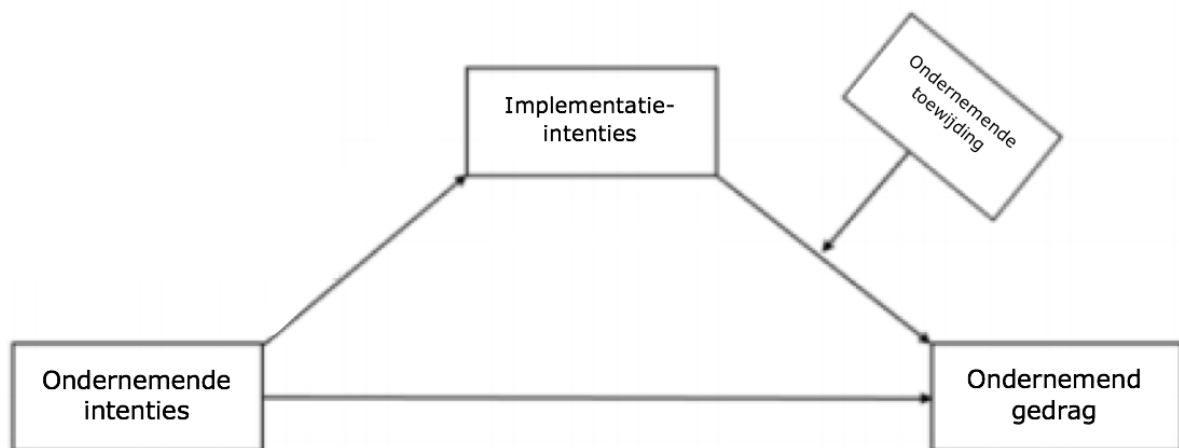
Om de controlevariabelen te analyseren werd een controlemodel opgesteld in tabel 1b. Deze tabel geeft de uitkomsten van de lineaire regressie waar ondernemend gedrag als afhankelijke variabele ingegeven werd en de vier controlevariabelen: geslacht, leeftijd, ondernemende familie en ondernemend verleden als onafhankelijke variabelen. Uit de resultaten valt te zien dat geslacht geen significant effect heeft op ondernemend gedrag, doordat 0 in het betrouwbaarheidsinterval valt [-.040;.108]. Hetzelfde geldt voor ondernemende familie [-.046;.112]. Leeftijd heeft met een betrouwbaarheid van 99,9% een significante negatieve relatie met ondernemend gedrag (p=0,000) en ondernemend verleden heeft met 99,9 procent zekerheid een significante positieve relatie met ondernemend gedrag (p=0,000).

	B	SE	Beta	p	95,0% betrouwbaarheidsinterval	
					Ondergrens	Bovengrens
<b>constant</b>	.524	.065		.000	.397	.651
<b>Geslacht</b>	.034	.038	.056	.363	-.040	.108
<b>Leeftijd</b>	-.005	.001	-.313***	.000	-.007	-.003
<b>Ondernemende familie</b>	.033	.040	.051	.415	-.046	.112
<b>Ondernemend verleden</b>	.148	.036	.275***	.000	.078	.218
<b>R<sup>2</sup>=0,115</b>						

Tabel 1b: Controlemodel voor de controlevariabelen, met \*\*\*p<0,001



Afbeelding 2 vat de bovenstaande hypothesen en variabelen samen in de procesmacro van Hayes en toont welke functie deze variabelen hebben (Hayes, 2013). Dit model is gebaseerd op de geziene theorie van Ajzen en zijn theorie van het gepland gedrag (Ajzen 1987). Volgens Ajzen (1987) kan gedrag namelijk aan de hand van intenties verklaard worden. Dit model wordt in dit onderzoek toegepast op ondernemende intenties die een invloed hebben op ondernemend gedrag. Ik testte een lineaire regressie en procesmodel 4 en 14 van Hayes. Deze macro gebruikt bootstrap-betrouwbaarheidsintervallen. Zo wordt het voorwaardelijke indirecte effect van de onafhankelijke variabele op de afhankelijke variabele via de mediërende variabele, die afhankelijk is van de moderator berekend.



Afbeelding 2: Toegepast model: Model 14 van Hayes.

## 6.2. Hypothese 1

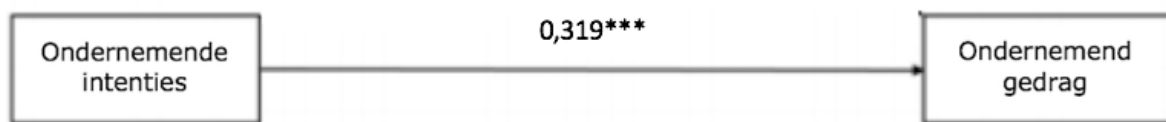
De eerste hypothese verwacht een positieve relatie tussen ondernemende intenties en ondernemend gedrag. Om deze hypothese te testen heb ik een lineaire regressie toegepast. De afhankelijke variabele is ondernemend gedrag. De eerste onafhankelijke variabele is ondernemende intenties. Omdat de controlevariabelen ook opgenomen worden in de regressie spreken we van een meervoudige regressie. Uit de resultaten, die opgelijst staan in tabel 2, en meer bepaald bij het kijken naar de combinatie van ondernemende intenties en ondernemend gedrag, blijkt dat er inderdaad een positief significante invloed bestaat tussen ondernemende intenties en ondernemend gedrag. Dat kan enerzijds gezegd worden doordat de p-waarde gelijk is aan 0,000, wat maakt dat de hypothese aanvaard wordt met meer dan 99,9 procent zekerheid ( $\beta = 0.319$ ,  $SE = 0,012$   $p < 0,001$ ). Bovendien ligt 0 niet tussen de bovengrens en de ondergrens, wat nog een indicator is dat de invloed significant is. Het interval is namelijk  $[.035; .081]$ . Daardoor kan de hypothese aanvaard worden en kan er gezegd worden dat er inderdaad een positieve significante relatie is tussen ondernemende intenties en ondernemend gedrag. Dat betekent dat, wanneer een persoon een grotere intentie heeft om te ondernemen, deze persoon ook meer kans heeft om daadwerkelijk een onderneming op te starten. Ook de controlevariabelen werden getoetst aan ondernemend gedrag. Hierbij zien we dat maar twee controlevariabelen significant zijn. Zo is de p-waarde van geslacht gelijk aan 0,497 en dus niet significant. Ondernemende familie ( $p = 0,752$ ) heeft ook geen invloed op ondernemend

gedrag. De p-waarde van leeftijd is gelijk aan 0,017 waardoor leeftijd met 95 procent betrouwbaarheid een negatief significant effect heeft op ondernemend gedrag. Ondernemend gedrag in het verleden heeft zelfs met meer dan 99 procent betrouwbaarheid een positief significante invloed op het starten van een onderneming.

	B	SE	B	p	95,0% betrouwbaarheidsinterval	
					Ondergrens	Bovengrens
<b>constant</b>	.153	.098		.118	-.039	.345
<b>Ondernemende intenties</b>	.058	.012	.319***	.000	.035	.081
<b>Leeftijd</b>	-.003	.001	-.169*	.017	-.005	.000
<b>Geslacht</b>	.024	.036	.040	.497	-.046	.095
<b>Ondernemend verleden</b>	.112	.035	.208**	.001	.043	.181
<b>Ondernemende familie</b>	.012	.039	.019	.752	-.064	.088

**R<sup>2</sup> = 0,197**

Tabel 2: Uitkomsten van lineaire regressie. Met \*p<0,05; \*\*p<0,01; \*\*\*p<0,001



Afbeelding 3: Visuele voorstelling van hypothese 1.

### 6.3. Hypothese 2

Bij deze hypothese wordt procesmodel 4 van Hayes toegepast. De onafhankelijke variabele en de afhankelijke variabele blijven respectievelijk ondernemende intenties en ondernemend gedrag, maar er wordt ook nog een mediator toegevoegd, namelijk implementatie-intenties. Ook de controlevariabelen worden mee opgenomen in het model. De volledige uitkomsten van het model zijn te zien in bijlage 1. De belangrijkste uitkomsten worden weergegeven in tabel 3 en 4. Eerst wordt er gekeken naar het directe effect van ondernemende intenties op implementatie-intenties. Dat is gegeven in tabel 3, aan de linkerkzijde onder "mediator=implementatie-intenties". Het is zichtbaar dat 0 niet in het betrouwbaarheidsinterval van ondernemende intenties en implementatie-intenties ligt [.4788;.7393]. Ondernemende intenties hebben met andere woorden een positief significant en direct effect op implementatie-intenties, dat is ook zichtbaar aan de p-waarde die gelijk is aan 0,0000, wat maakt dat de invloed met meer dan 99,9 procent zekerheid significant is ( $\beta = 0,61$ ,  $SE = 0,07$ ,  $p < 0,001$ ). Ook geslacht en ondernemend verleden zijn significant. Leeftijd is positief significant met 99 procent zekerheid en ondernemend verleden is positief significant met 95 procent zekerheid. Dit wordt ondersteund door de intervallen van beide controlevariabelen zijnde [.0049;.0303] en [.0180;.7889] Vervolgens wordt bekeken welke invloed implementatie-intenties op ondernemend gedrag hebben. Implementatie-intenties hebben een positief significant effect op ondernemend gedrag met 99,9 procent betrouwbaarheid. 0 ligt namelijk niet tussen .0488 en .0908

en de p-waarde is kleiner dan 0,001 ( $\beta=0,70$ ,  $SE=0,10$ ,  $p=0,0000$ ). Dit kan uit de rechterzijde van tabel 3 afgeleid worden. Daarna wordt het directe effect van ondernemende intenties op ondernemend gedrag bekeken. Dit is ook te zien in de rechterkolom van tabel 3. Het valt op de 0 binnen het interval ligt  $[-.0097;.0401]$ , waardoor geconstateerd kan worden dat er geen sprake is van een significant direct effect. Ook de p-waarde ondersteunt deze vaststelling ( $\beta=0,02$   $SE=0,01$ ,  $p=0,23$ ). Ten slotte moet het indirecte effect van de onafhankelijke variabele op de afhankelijke variabele via implementatie-intenties, dat gegeven is in tabel 4, bekeken worden om na te gaan of de hypothese aanvaard kan worden. De tabel leert ons dat de hypothese aanvaard kan worden met 95 procent zekerheid, vermits 0 niet in het interval ligt. Het bootstrapinterval is namelijk  $[-.0264;.0617]$ . Er is dus sprake van een mediërend effect (0,0425) van implementatie-intenties op de invloed van ondernemende intenties op ondernemend gedrag. Leeftijd heeft met een betrouwbaarheid van 99,9 procent een significante negatieve relatie, namelijk  $-.0040$ , op ondernemend gedrag ( $\beta=-0,004$   $SE=0,03$ ,  $p=0,00$ ). Dat is ook zichtbaar door het interval te bekijken  $[-.0061;-.0019]$ . Ondernemend verleden heeft een significant positief effect op ondernemend gedrag met 95 procent betrouwbaarheid ( $\beta=0,08$   $SE=0,03$ ,  $p=0,01$ ). 0 ligt namelijk niet in het betrouwbaarheidsinterval  $[-.0201;.1476]$ . De rest van de variabelen hebben geen significant effect op ondernemend gedrag. Op basis van deze uitkomsten kan de tweede hypothese aanvaard worden en kan er dus gezegd worden dat implementatie-intenties de relatie tussen ondernemende intenties en ondernemend gedrag zullen mediëren, zodat een hoger niveau van ondernemende intenties en het implementeren van intenties vervolgens een positief effect heeft op ondernemend gedrag. Dat wil zeggen dat wanneer een persoon een hoog percentage van de variabele implementatie-intenties bezit en dus intenties beter kan linken met een gewenste gedragsrespons, deze persoon zijn ondernemende intenties in het algemeen vaker omgezet zullen worden in ondernemend gedrag.

Model	Beschreven Variabelen							
	Mediator = Implementatie-intenties				Afhankelijke variabele = Ondernemend gedrag			
	$\beta$	SE	95% CI		$\beta$	SE	95% CI	
		LLCI	ULCI			LLCI	ULCI	
<b>Constant</b>	.1085	.5485	-.9721	1.1891	.1457	.0900	-.0316	.3229
<b>Ondernemende intenties</b>	.6090***	.0661	.4788	.7393	.0152	.0126	-.0097	.0401
<b>Implementatie-intenties</b>					.0698***	.0107	.0488	.0908
<b>Geslacht</b>	.0450	.2022	-.3534	.4434	.0213	.0011	-.0440	.0867
<b>Leeftijd</b>	.0176**	.0065	.0049	.0303	-.0040***	.0332	-.0061	-.0019
<b>Ondernemend verleden</b>	.4035*	.1957	.0180	.7889	.0839*	.0355	.0201	.1476
<b>Ondernemende familie</b>	.1363	.2165	-.2902	.5628	.0027	.0324	-.0673	.0727
	R <sup>2</sup>	.3076			R <sup>2</sup>	.3208		

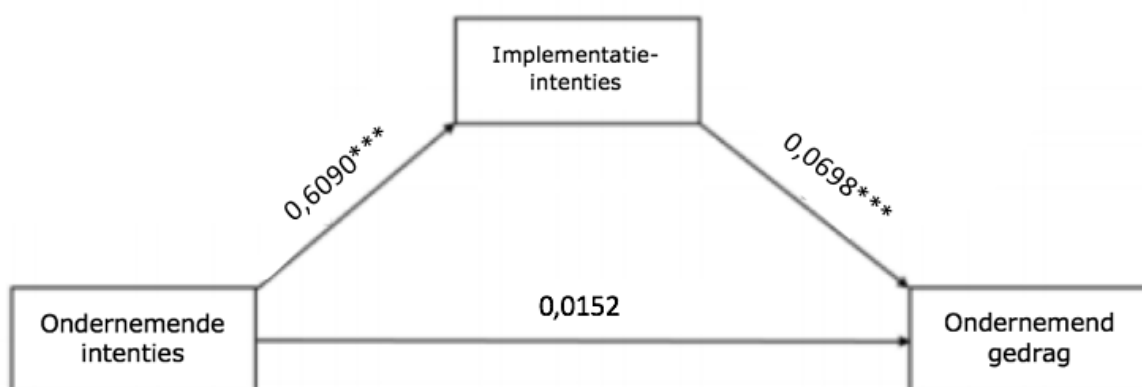
$$F(1,236) = 20,9732$$

$$F(1,235) = 18,4984$$

Tabel 3: Samenvatting van de uitkomsten van procesmodel 4 van Hayes. Met \* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$ ; \*\*\* $p < 0,001$

Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
IMP	.0425	.0090	.0617

Tabel 4 Mediërend effect van implementatie-intenties.



Afbeelding 4: Visuele voorstelling van hypothese 2.

### 6.4. Hypothese 3

Bij het testen van deze hypothese heb ik de uitkomsten van het 14<sup>de</sup> procesmodel van Hayes gebruikt. Ik vulde in dit model ondernemende intenties als onafhankelijke variabele in, de implementatie-intenties als mediator, ondernemend gedrag als de afhankelijke variabele en ondernemende toewijding als de moderator. Dit is weergegeven in tabel 5, 6 en 7 en op afbeelding 5. De volledige uitkomst van het model is te zien in bijlage 2. De linkerzijde van tabel 5 geeft het effect weer van ondernemende intenties en de controlevariabelen op implementatie-intenties. Ondernemende intenties hebben een positief significant effect op implementatie-intenties, doordat de p-waarde gelijk is aan 0,0000 ( $\beta = 0,61$ ,  $SE = 0,07$ ,  $p < 0,001$ ). 0 valt dan ook binnen het interval waarvan de ondergrens gelijk is aan 0,4788 en de bovengrens gelijk is aan 0,7393. Door in de rechterzijde van tabel 5 te kijken naar het betrouwbaarheidsinterval van het effect van ondernemende intenties op ondernemend gedrag  $[-.0108; .0506]$  en door te kijken naar de p-waarde, wordt er geen significant direct effect gevonden tussen deze variabelen in dit model ( $\beta = 0,02$ ,  $SE = 0,02$ ,  $p = 0,20$ ). Implementatie-intenties hebben wel een positief significant effect op ondernemend gedrag met een betrouwbaarheid van 99,9 procent ( $\beta = 0,07$ ,  $SE = 0,01$ ,  $p = 0,0000$ ). Het betrouwbaarheidsinterval is  $[.0494; .0936]$ . Bij verder analyse van de gegevens van de rechterzijde van tabel 5 valt op dat 0 zowel tussen de ondergrens en de bovengrens van het betrouwbaarheidsinterval van de combinatie van implementatie-intenties en ondernemende toewijding  $[-.8127; .8865]$  als tussen de ondergrens en bovengrens van het betrouwbaarheidsinterval

van ondernemende toewijding ligt [-.0450;.0323]. Dat is de eerste indicator dat er geen sprake is van moderatie door ondernemende toewijding van het effect van implementatie-intenties op ondernemend gedrag. De controlevariabele leeftijd heeft een significant negatieve invloed op ondernemend gedrag met een betrouwbaarheid van 99,9 procent ( $\beta = -0,004$ ,  $SE = 0,001$ ,  $p = 0,0002$ ). De controlevariabele ondernemend verleden heeft een significant positief effect op ondernemend gedrag ( $\beta = 0,09$ ,  $SE = 0,03$ ,  $p = 0,0082$ ). Zowel wanneer ondernemende toewijding een hoge waarde aanneemt (+1 standaarddeviatie) als wanneer ondernemende toewijding gemiddeld is, of bij een lage waarde van ondernemende toewijding (-1 standaarddeviatie), zal er volgens tabel 6, die de conditionele indirecte effecten van X op Y weergeeft, sprake zijn van een mediërend effect van implementatie-intenties op de relatie van ondernemende intenties en ondernemend gedrag. Dit kan gezegd worden doordat 0 niet binnen deze bootstrapintervallen ligt. De intervallen zijn respectievelijk [.0290;.0746], [.0274;.0620] en [.0196;.0559]. Het getal 0 ligt driemaal binnen het betrouwbaarheidsinterval, waardoor deze resultaten voor 95 procent betrouwbaar zijn. Op grafiek 1 wordt de relatie tussen implementatie-intenties en ondernemende intenties bij verschillende waarden van ondernemende toewijding (+1SD/gemiddeld/-1SD) grafisch voorgesteld, zoals ook in cijfers zichtbaar is in tabel 6. Wat opvalt bij deze grafiek is dat ondernemend gedrag de hoogste waarde aanneemt wanneer implementatie-intenties en ondernemende toewijding het hoogst zijn. Ten slotte bewijzen de gegevens van tabel 7, die de index van de gemodereerde mediatie weergeeft, dat er geen sprake is van gemodereerde mediatie in dit onderzoek. De grenswaarden van de bootstrap bedragen -0,0038 en 0,0171. Het getal 0 valt binnen dit interval waardoor de index niet significant is. Er is bijgevolg geen gemodereerde mediatie, waardoor de derde hypothese niet aanvaard wordt. Dat betekent dat ondernemende toewijding het effect van ondernemende intenties op ondernemend gedrag via implementatie-intenties niet modereert. Een persoon met een hoge ondernemende toewijding zal volgens dit onderzoek bijgevolg, in vergelijking met een persoon met een lage ondernemende toewijding, niet meer profijt hebben aan zijn ondernemende intenties. Een toegewijde ondernemer die zijn ondernemende intenties benut zal met andere woorden niet per se meer gewin halen uit het implementeren van doelintenties, waardoor het ondernemend gedrag zal verbeteren, dan een minder toegewijde ondernemer.

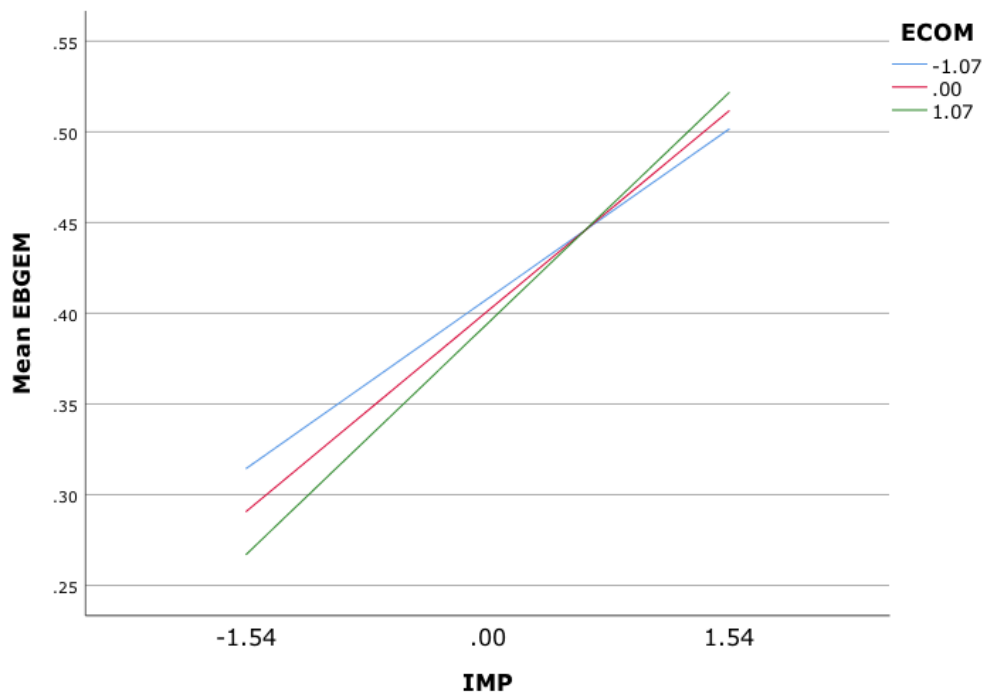
Model	Beschreven Variabelen							
	Mediator = Implementatie-intenties				Afhankelijke variabele = Ondernemend gedrag			
	$\beta$	SE	95% CI		$\beta$	SE	95% CI	
		LLCI	ULCI			LLCI	ULCI	
Constant	-							
Ondernemende intenties	4.2758***	.5485	-5.356	-3.195	.4177***	.1153	.1904	.6449
Implementatie-intenties	.6090***	.0661	.4788	.7393	.0199	.0156	-.0108	.0506
Ondernemende toewijding					.0715***	.0112	.0494	.0936
implementatie-intenties x					-.0063	.0196	-.0450	.0323
					.0102	.0075	-.0046	.0251

ondernemende toewijding								
Geslacht	.0450	.2022	-.3534	.4434	-.0238	.0333	-.0418	.0894
Leeftijd	.0176**	.0065	.0049	.0303	-.0041***	.0011	-.0062	-.0019
Ondernemend verleden								
Ondernemende familie	.4035*	.1957	.0180	.7889	.0867**	.0325	.0227	.1508
	.1363	.2165	-.2902	.5628	.0038	.0356	-.0663	.0739
	R <sup>2</sup> .3076				R <sup>2</sup> .3265			
	<i>F</i> (1,236) = 20,9732				<i>F</i> (1,233) = 14,1166			

Tabel 5 Samenvatting van de uitkomsten van procesmodel 14 van Hayes. Met \* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$ ; \*\*\* $p < 0,001$

ECOM	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
-1.0686	.0369	.0092	.0196	.0559
.0000	.0435	.0089	.0274	.0620
1.0686	.0502	.0118	.0290	.0746

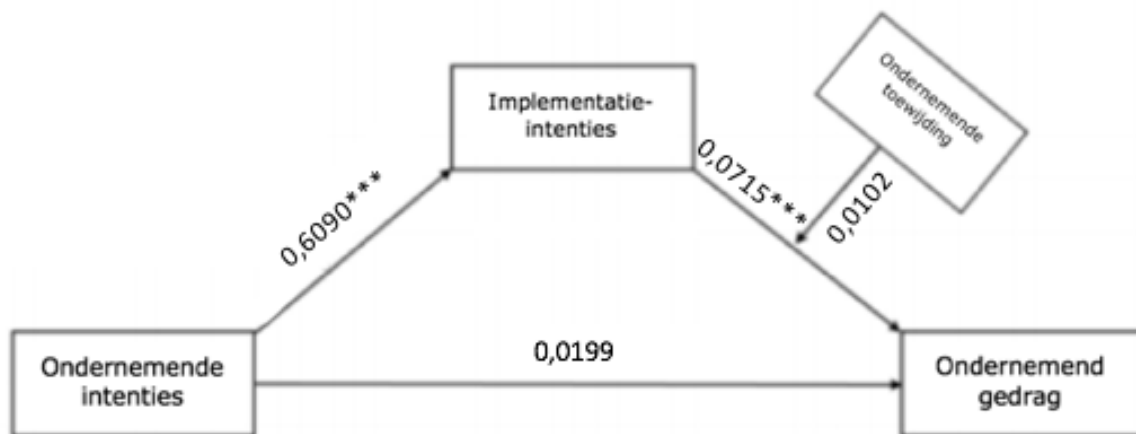
Tabel 6 Samenvatting van de analyse van de conditionele indirecte effecten.



Grafiek 1: Relatie tussen ondernemende intenties en implementatie-intenties bij verschillende waarden van ondernemende toewijding.

	Index	BootSE	BootLLCI	BootULCI
ECOM	.0062	.0054	-.0038	.0171

Tabel 7 Index van de gemodereerde mediatie.



Afbeelding 5: visualisatie van hypothese 3 met gemoderende mediatie.

## 7. Conclusie

Er kan geconcludeerd worden dat, conform met de wetenschappelijke literatuur die er over dit topic bestaat, ondernemende intenties daadwerkelijk een positieve invloed hebben op ondernemend gedrag. Daarmee is de eerste hypothese aanvaard. Ook de onderzoeksvraag: "De relatie tussen ondernemende intenties en het effectief starten van een onderneming." wordt hierbij deels onderzocht, aangezien er aangetoond is dat ondernemende intenties daadwerkelijk een positieve invloed hebben op het starten van een onderneming. Deze studie gaat echter verder dan enkel intentie en gedrag en onderzocht ook enerzijds het mediërende effect van implementatie-intenties op de relatie tussen ondernemende intenties en ondernemend gedrag en anderzijds het modererende effect van ondernemende toewijding op ondernemende intenties en hun effect op ondernemend gedrag via implementatie-intenties. Het onderzoek toonde ook een positief effect aan van implementatie-intenties als mediator van het effect van ondernemende intenties op ondernemend gedrag, zoals de tweede hypothese aangaf. Door hogere implementatie-intenties zullen ondernemende intenties zich met andere woorden in het algemeen vaker vertalen in ondernemend gedrag. De tweede hypothese wordt bijgevolg aanvaard. In dit onderzoek is ten slotte gebleken dat de variabele waarvan gedacht werd dat hij een positieve invloed zouden hebben als moderator, ondernemende toewijding, geen effect heeft op de ondernemende intenties die via implementatie-intenties een invloed hebben op ondernemend gedrag. De resultaten bevestigden niet dat het indirecte effect van ondernemende intenties op ondernemend gedrag via implementatie-intenties afhankelijk was van ondernemende toewijding zodat het effect van ondernemende intenties sterker is voor toegewijde ondernemers. In vergelijking met niet toegewijde ondernemers, hebben toegewijde ondernemers niet bepaald meer kans om over implementatie-intenties te beschikken en deze implementatie-intenties zullen dus niet per se het ondernemend gedrag beïnvloeden. Noch positief, noch negatief. Dit suggereert dus dat het niet bepaald nodig is om over ondernemende toewijding te beschikken om ondernemend gedrag uit te voeren en dus een onderneming op te starten.

De controlevariabele ondernemend verleden heeft in elk model een invloed op ondernemend gedrag. Dat wil zeggen dat wanneer een persoon in het verleden een onderneming heeft opgestart, die persoon vaker (opnieuw) een onderneming zal starten. Er werd verwacht dat jongeren vaker ondernemende intenties om zouden zetten in ondernemend gedrag (Schwarz, 2009), dat is onderbouwd door dit onderzoek. De controlevariabelen geslacht en ondernemend verleden hebben ook een positief significant effect op implementatie-intenties. Dat wil zeggen dat naarmate de leeftijd van een respondent hoger wordt en er sprake is van een ondernemend verleden bij de respondent, deze respondent in het algemeen zijn doelen beter en specifiek kan plannen. De andere controlevariabelen hebben in geen enkel model een significant effect op ondernemend gedrag of implementatie-intenties. Het maakt dus niet uit of een persoon man of vrouw is of een ondernemende familie heeft. Deze factoren zullen volgens dit onderzoek geen effect hebben op het opstarten van een onderneming door de persoon in kwestie en ook niet op het feit of een persoon beter of specifiek doelintenties kan plannen. Dit is in strijd met de verwachtingen die afgeleid werden uit de geziene literatuur. Volgens Blanchflower (2004) zouden mannen ondernemende intenties vaker omzetten in ondernemend gedrag, maar dat is niet zo volgens dit onderzoek. De stelling van Ahmed et al. (2010) dat ondernemend gedrag door familieleden een invloed heeft op ondernemende intenties en ondernemend gedrag, wordt niet geaccepteerd.

De conclusie houdt in dat er daadwerkelijk een positieve relatie is tussen ondernemende intenties en het effectief starten van een nieuwe onderneming. Individuen met meer ondernemende intenties zijn dus geacht om eerder een nieuwe onderneming te starten. Implementatie-intenties hebben een positief effect op de relatie van ondernemende intenties op ondernemend gedrag, waardoor ondernemende intenties zich vaker omzetten in ondernemend gedrag. Dat wil zeggen dat een persoon die beter een specifieke planning kan maken om een voorgenomen gedrag in een exacte situatie uit te voeren, zijn ondernemende intenties in het algemeen vaker kan omzetten in ondernemend gedrag, dan een persoon die minder goed een gewenst gedrag kan plannen in een bepaalde situatie. De invloed van toewijding als moderator van het effect van ondernemende intenties op ondernemend gedrag via implementatie-intenties kan niet significant bevonden worden. Individuen met een hoge toewijding tot ondernemen zullen in vergelijking met mensen met minder toewijding tot ondernemen dus niet meer gewin hebben bij ondernemende intenties tijdens de omzetting van deze intenties naar ondernemend gedrag. Ze zullen niet meer voordeel halen uit het specifiek plannen van het gewenste gedrag in een bepaalde situatie dan minder toegewijde ondernemers. Daaruit rijst weer de mogelijke nieuwe vraag naar welke andere factoren wel een invloed uitoefenen als moderator op het effectief starten van een nieuwe onderneming.

## **8. Kritische reflectie**

Een kritische reflectie waar zeker rekening mee gehouden moet worden is het feit dat de respondenten van deze vragenlijst allemaal Limburgers zijn. Het is dus mogelijk dat de respondenten bij het beantwoorden van de vragenlijst beïnvloed werden door demografische factoren, waardoor de uitkomst van dit onderzoek enkel relevant is met betrekking tot het ondernemend gedrag van Limburgers. Daarnaast zijn er slechts 242 respondenten. Dit is slechts een zeer klein deel van het



aantal Limburgers. Er kan dus niet gezegd worden dat dit onderzoek representatief is voor de Limburgers.

Een andere kritische reflectie is dat er geen rekening gehouden is met mensen met genderneutraliteit. Dit komt doordat er slechts één respondent met genderneutraliteit kon opgenomen worden. Er werd vervolgens gekozen om deze persoon uit het onderzoek te laten.

Het feit dat er geen modererend effect van ondernemende toewijding is op het effect van ondernemende intenties op ondernemend gedrag via implementatie-intenties spreekt de vermoedens van voorgaande onderzoeken ook tegen. Volgens onder andere Parente en Feola (2010) werd ondernemende toewijding als cruciaal geacht om ondernemende intenties om te zetten in ondernemend gedrag. Dit onderzoek bevestigt deze stelling niet.

Er werd ook een positief effect verwacht van controlevariabelen geslacht en ondernemend gedrag door familie. Volgens dit onderzoek heeft een man evenveel kans om een onderneming op te starten als een vrouw en om gewenst gedrag te specificeren in een bepaalde situatie. Dit werd oorspronkelijk niet verwacht (Blanchflower, 2004). Het is vooral eigenaardig dat het ondernemend gedrag van familie volgens dit onderzoek geen invloed heeft op het ondernemend gedrag van een individu, aangezien familieleden vaak rolmodellen zijn en het individu al in aanraking komt met ondernemerschap door familieleden.

Ondanks dat geslacht geen invloed heeft op of een persoon ondernemend gedrag vertoont, is een kritische reflectie dat er meer dan driemaal zoveel mannen als vrouwen opgenomen werden in de analyse. Dit kan een reden zijn dat geslacht geen significante controlevariabele was en kan een vertekend beeld geven van de uitkomsten van de hypotheses.

Een laatste kritische reflectie is dat er zowel een significant positief effect van ondernemend verleden is, als een significant effect van leeftijd. Dat wil zeggen dat een persoon meer kans heeft om een onderneming te starten als deze jonger is en/of in het verleden al een onderneming startte. Dit komt tegenstrijdig over aangezien de kans dat een persoon een onderneming startte in het verleden groter wordt naarmate deze persoon ouder wordt, doordat hij of zij meer tijd en kansen heeft gehad om een bedrijf op te richten.

## **9. Verder onderzoek**

In lijn met de literatuur (Wieber et al. 2013) heeft onze studie laten zien dat implementatie-intenties via ondernemende intenties een significant effect hebben op ondernemend gedrag. Er is echter geen zekerheid dat implementatie-intenties ook andere intenties vaker zullen omzetten tot gedrag. Dat biedt bijgevolg een mogelijkheid voor de toekomst. Er zijn nog veel onderwerpen denkbaar waarop soortgelijk onderzoek uitgevoerd kan worden.

In dit onderzoek was er geen sprake van een gemodereerde mediatie door de moderator "ondernemende toewijding". Toekomstig onderzoek zou ook andere moderatoren kunnen

overwegen. Ondernemende passie is een goede mogelijkheid van een andere moderator. Op die manier kan nog veel meer kennis over dit onderwerp verzameld worden. In het geval van ondernemerschap is ervaring een interessante variabele, net als zelfeffectiviteit, waargenomen gedragscontrole (Rise et al. 2003) en eigenschappen als impulsiviteit (Churchill en Jessop 2010; Gollwitzer et al. 2010). Voor elk van deze kan men zich afvragen of implementatie-intenties helpen om een zwakte te compenseren, of een sterkte te vergroten. Dit roept interessante vragen op om te onderzoeken in de toekomst. Zo kan worden gedacht dat implementatie-intenties vooral ten goede komen aan mensen met weinig ervaring met het opstarten van een bedrijf, omdat dergelijke intenties mensen dwingen om na te denken over cruciale signalen en reacties (Krueger, 2000). Omgekeerd is het mogelijk dat degenen met ervaring kwalitatief betere implementatie-intenties formuleren en daardoor waarschijnlijk vaker effectief tot actie overgaan. In de theorie is er daarnaast ook een breed scala aan omgevingsfactoren die als moderator het effect van de relatie tussen ondernemende intenties via implementatie-intenties op ondernemend gedrag zouden kunnen beïnvloeden en dus de moeite waard zijn om in toekomstige onderzoeken te bekijken. Bovendien is het niet enkel belangrijk om rekening te houden met factoren die een positieve invloed hebben op ondernemend gedrag via ondernemende intenties, maar ook het bestuderen van de vraag wat de kloof tussen intentie en actie verkleint kan interessant zijn.

Een andere mogelijke variatie heeft betrekking op de uitkomstvariabele, die anders kan zijn dan degene die in dit empirische werk is gebruikt. Wetenschappers zouden bijvoorbeeld kunnen onderzoeken of de aanwezigheid van implementatie-intenties het waarschijnlijker maakt dat de onderneming succesvol wordt. Onderzoekers moeten echter in gedachten houden dat implementatie-intenties betrekking hebben op acties en niet op de uitkomsten van acties, zodat zelfs een onderzoeksopzet dat gericht is op succes, naar acties zou moeten kijken als een tussenstap. Dit doet ook de kwestie van de instrumentaliteit van implementatie-intenties rijzen.

Volgens Krueger (2000) verschaffen op intenties gebaseerde modellen praktisch inzicht in elk gepland gedrag, dus niet enkel in ondernemend gedrag. Docenten, consultants, adviseurs en ondernemers zouden baat hebben bij een beter algemeen begrip van hoe intenties tot stand komen, evenals een specifiek begrip van hoe de overtuigingen, percepties en motieven van oprichters samenvloeien in de intentie om een bedrijf te starten. Dit begrip biedt een aanzienlijk diagnostisch vermogen, zodat dit onderzoek ook nuttige informatie kan bieden aan docenten in ondernemerschap die dit model kunnen gebruiken om de motivaties en intenties van studenten en cursisten beter te begrijpen en om studenten en cursisten te helpen hun eigen motivaties en intenties te begrijpen.

Zoals reeds bij het begin van dit onderzoek gezegd werd, zullen ook ondernemers zelf baat hebben bij het begrijpen van hun eigen motieven. Dit onderzoek kan hen helpen inzien waarom ze bepaalde keuzes gemaakt hebben tijdens het opstarten en uitbaten van hun onderneming. Op die manier kunnen ze leren van hun positieve en negatieve punten. Dat zal hen helpen bij het runnen van een winstgevende onderneming.

## 10. Bronnenlijst

- Achtziger, A., & Gollwitzer, P. M. (2008). Motivation and volition during the course of action. In J. Heckhausen & H. Heckhausen (Eds.), *Motivation and action* (pp. 272–295). London: Cambridge University Press.
- Adam, A. F., & Fayolle, A. (2015). Bridging the entrepreneurial intention–behaviour gap: the role of commitment and implementation intention. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 25(1), 36–54.
- Adriaanse, M. A., Vinkers, C. D. W., De Ridder, D. T. D., Hox, J. J., & De Wit, J. B. F. (2011). Do implementation intentions help to eat a healthy diet? A systematic review and meta-analysis of the empirical evidence. *Appetite*, 56(1), 183–193
- Ajzen, I. (1987). Attitudes, Traits, and Actions: Dispositional Prediction of Behavior in Personality and Social Psychology. 10.1016/S0065-2601(08)60411-6.
- Ajzen, I. (1991). "The theory of planned behaviour". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 1–63
- Ajzen, I., and Fishbein, M. (2005) The influence of attitudes on behavior. In D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes* (pp. 173-221). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Amit, R., Glosten, L., and Muller, E. (1993) Challenges to Theory Development in Entrepreneurship Research. *Journal of Management Studies* 30(5): 815 - 834.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2000). Social cognition models and health behaviour: A structured review. *Psychology & Health*, 15(2), 173–189.
- Audet, Josée. (2004). A longitudinal study of the entrepreneurial intentions of university students. *Academy of Entrepreneurship Journal*. 10. 3-16.
- Audet, J., & Sheehan, C., & Bertrand, C. (2015). Have We Found The Right "Blend"?.
- Belanger-Gravel, A., Godin, G., & Amireault, S. (2013). A meta-analytic review of the effect of implementation intentions on physical activity. *Health Psychology Review*, 7, 23–54.
- Bennet, J. (2000). Focus on Research Methods, Mediator and Moderator Variables in Nursing Research: Conceptual and Statistical Differences. *Nursing & Health*, 23, 415-420
- Biondo, J., & Macdonald, A. P. Jr. (1971). Internal-external locus of control and response to influence attempts. *Journal of Personality*, 39, 407-419. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6494.1971.tb00051.x>
- Bird, B. J. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intentions. *Academy of Management Review*, 13, 442-453. <http://dx.doi.org/10.5465/AMR.1988.4306970>
- Bird, B. J. (1992). The operation of intentions in time the emergence of the new venture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), 11-20.
- Bird, B., & Jelinek, M. (1988). The operation of entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(2), 21-29.
- Blanchflower, D. (2004) Self-Employment: More May Not Be Better, *Swedish Economic Policy Review* 11(2): 15-74.

- Blanchflower, D.G., Oswald, A. and Stutzer, A. (2001) Latent entrepreneurship across nations. *European Economic Review* 45(4-6): 680-691.
- Boone, C., Brabander, D. B., & Witteloostuijn, A. V. (1996). CEO locus of control and small firm performance: An integrative framework and empirical test. *Journal of Management Studies*, 33(5), 667-699. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6486.1996.tb00814.x>
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63–77. <https://doi.org/10.1177/104225879401800404>
- Brickell, T. A., Chatzisarantis, N. L., & Pretty, G. M. (2006). Using past behaviour and spontaneous implementation intentions to enhance the utility of the theory of planned behaviour in predicting exercise. *British Journal of Health Psychology*, 11(2), 249–262.
- Brandstatter, H. (1997) Becoming an entrepreneur--a question of personality structure? *Journal of Economic Psychology*, 18(2-3): 157-177.
- Busenitz, L. W., & Barney, J. B. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, 12, 9-30. [http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026\(96\)00003-1](http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(96)00003-1)
- Busenitz, L. W., & Lau, C. (1996). A cross-cultural cognitive model of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(4), 25-39.
- Carolis, D. M. D., & Saporito, P. (2006). Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30, 41-56. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00109.x>
- Carraro, N., & Gaudreau, P. (2013). Spontaneous and experimentally induced action planning and coping planning for physical activity: a meta-analysis. *Psychology of Sport and Exercise*, 14(2), 228–248.
- Carsrud, A., & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: what do we still need to know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9–26.
- Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G., & Gatewood, E. J. (2003) The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18: 13-39.
- Carter, N. M., Gartner, W. B., & Reynolds, P. D. (1996). Exploring start-up event sequences. *Journal of Business Venturing*, 11(3), 151–166.
- Cassar, G., (2007) Money, money, money? A longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved growth, *Entrepreneurship and Regional Development* 19, 89-107.
- Carver, C. S., & Scheier, M. F. (1998). *On the self-regulation of behavior*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Churchill, S., & Jessop, D. (2010). Spontaneous implementation intentions and impulsivity: can impulsivity moderate the effectiveness of planning strategies? *British Journal of Health Psychology*, 15(3), 529–541.
- Cole, A. H. (1968) Meso-economics: A contribution from Entrepreneurial History. *Explorations in Entrepreneurial History*, 6(1): 3-33.
- Cooper, A. (1986). *Entrepreneurship and High Technology*. In Sexton, D. L., & Smilor, R. W. (Eds.), *The Art and The Science of Entrepreneurship* (pp. 153-180). Ballinger Publishing Company: Cambridge Massachusetts.

- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations, some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 7-30.  
<http://dx.doi.org/10.1080/135943200398030>
- Davidsson, P. (1989) Entrepreneurship - and after? A Study of Growth Willingness in Small Firms. *Journal of Business Venturing*, 4: 211-226.
- Dholakia, U. and Bagozzi, R. (2003) 'As time goes by: how goal and implementation intentions influence enactment of short-fuse behaviors', *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 33, No. 5, pp.889-922.
- Erikson, T. 2001. The promise of entrepreneurship as a field of research: A few comments and some suggested extensions. *Academy of Management Review*, 26(1): 12-13.
- Fayolle, A. (2013). Personal views on the future of entrepreneur- ship education. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(7-8), 692-701.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entre- preneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666.
- Gatewood, E., K. Shaver and W. Gartner (1995) A longitudinal study of cognitive factors influencing startup behaviors and success at venture creation. *Journal of Business Venturing*, 10(5): 371-391.
- Gielnik, M. M., Barabas, S., Frese, M., Namatovu-Dawa, R., Scholz, F. A., Metzger, J. R., & Walter, T. (2014). A temporal analysis of how entrepreneurial goal intentions, positive fan- tasies, and action planning affect starting a new venture and when the effects wear off. *Journal of Business Venturing*, 29(6), 755-772.
- Gielnik, M. M., Frese, M., Kahara-Kawuki, A., Katono, I. W., Kyejjusa, S., Ngoma, M., et al. (2015). Action and action- regulation in entrepreneurship: evaluating a student training for promoting entrepreneurship. *Academy of Management Learning & Education*, 14(1), 69- 94.
- Gollwitzer, P. M. (1990). Action phases and mind-sets. In R. M. Sorrentino & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of motivation and cognition: foundations of social behavior* (Vol. 2, pp. 53-92). New York: Guilford Press.
- Gollwitzer, P. M. (1993). Goal achievement: the role of intentions. *European Review of Social Psychology*, 4, 141-185.
- Gollwitzer, P. M. (1996). Benefits of planning. In P. M. Gollwitzer & J. A. Bargh (Eds.), *The psychology of action: linking cognition and motivation to behavior* (pp. 287-312). New York: Guilford Press.
- Gollwitzer, P. M. (1999). Implementation intentions: strong effects of simple plans. *American Psychologist*, 54(7), 493-503.
- Gollwitzer, P. M. (2012). Mindset theory of action phases. In P. A. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (pp. 526- 545). Los Angeles: Sage.
- Gollwitzer, P. M. (2014). Weakness of the will: is a quick fix possible? *Motivation and Emotion*, 38(3), 305-322.
- Gollwitzer, P. M., & Oettingen, G. (2015). The psychology of motivation and actions. In J. D. Wright (Ed.), *International encyclopedia of the social & behavioral sciences* (Vol. 15, 2nd ed., pp. 887-893). Oxford: Elsevier.

- Gollwitzer, P. M., & Sheeran, P. (2006). Implementation intentions and goal achievement: a meta-analysis of effects and processes. *Advances in Experimental Social Psychology*, 38, 69– 119.
- Gollwitzer, P. M., Parks-Stamm, E. J., Jaudas, A., & Sheeran, P. (2008). Flexible tenacity in goal pursuit. In J. Shah & W. Gardner (Eds.), *Handbook of motivation science* (pp. 325– 341). New York: Guilford Press.
- Gollwitzer, P. M., Wieber, F., Myers, A. L., & McCrea, S. M. (2010). How to maximize implementation intention effects. In C. R. Agnew, D. E. Carlston, W. G. Graziano, & J. R. Kelly (Eds.), *Then a miracle occurs: focusing on behavior in social psychological theory and research* (pp. 137–161). New York: Oxford University Press.
- Greve, W. (2001). Traps and gaps in action explanation: theoretical problems of a psychology of human action. *Psychological Bulletin*, 108(2), 435–451.
- Hagger, M. S., & Luszczynska, A. (2014). Implementation intention and action planning interventions in health contexts: state of the research and proposals for the way forward. *Applied Psychology. Health and Well-Being*, 6(1), 1–47.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: a regression-based approach*. New York: Guilford Press.
- Hmieleski, K. M., & Corbett, A. C. (2006). Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 44(1), 45-63. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-627X.2006.00153.x>
- Hmieleski, K. M., & Baron, R. A. (2009) Entrepreneurs' optimism and new venture performance: A social cognitive perspective. *Academy of Management Journal*, 52(3), 473-488.
- Hessels, J., Van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008) Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323-339.
- Jaros, S.J., Jermier, J.M., Koehler, J.W. and Sincich, T. (1993) 'Effects of continuance, affective, and moral commitment on the withdrawal process: an evaluation of eight structural equation models', *Academy of Management Journal*, Vol. 36, No. 5, pp.951–995.
- Jennings, D. F., & Zeithami, C. P. (1983). Locus of control: A review and directions for entrepreneurial research. *Academy of Management Proceedings*, 417-421. <http://dx.doi.org/10.5465/AMBPP.1983.4976387>
- Katz, J. A. (1992). A psychological cognitive model of employment status choice. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), 29-37.
- Kaufmann, P. J., Welsh, D. H. B., & Bushmarin, N. V. (1995). Locus of control and entrepreneurship in the Russian republic. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(1), 43-56.
- Kautonen, T., Van Gelderen, M. W., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655–674.
- Keh, H. T., Foo, M. D., & Lim, B. C. (2002). Opportunity evaluation under risky conditions the cognitive processes of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 125-148. <http://dx.doi.org/10.1111/1540-8520.00003>

- Kirzner, I. 1973. *Competition and Entrepreneurship*. Chicago, IL.: University of Chicago Press.
- Knight, F. (1921) *Risk, Uncertainty and Profit*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Koellinger, P. (2008). Why are some entrepreneurs more innovative than others? *Small Business Economics*, 31(1), 21-37.
- Koellinger, P., Minniti, M. & Schade, C. (2007) "'I think I can, I think I can": Overconfidence and entrepreneurial behavior", *Journal of Economic Psychology*, vol. 28, no. 4, pp. 502-527.
- Koh, H. C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: a study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology*, 11(3), 12-22.  
<http://dx.doi.org/10.1108/02683949610113566>
- Kolvereid, L. (1992) Growth Aspirations Among Norwegian Entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 7: 209-222.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 21(1), 47.
- Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-21.
- Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5-21.
- Krueger, N. F. Jr. (2000). The cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(3), 5-23.
- Krueger, N. F. Jr., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(3), 91-104.
- Krueger, N. F. Jr., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5, 315-330.  
<http://dx.doi.org/10.1080/08985629300000020>
- Krueger, N. F. Jr., Reilly, M. D., & Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.  
[http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Laukkanen, Mauri & Niittykangas, Hannu. (2003). Local developers as virtual entrepreneurs - Do difficult surroundings need initiating interventions?. *Entrepreneurship and Regional Development*. 15. 10.1080/0898562022000029278.
- Leibenstein, H. (1968) *Entrepreneurship and Development*. *American Economic Review*, 38(2): 72-83.
- Levesque, M. & Minniti, M. (2006) The Effect of Aging on Entrepreneurial Behavior. *Journal of Business Venturing* 21(2): 177-194.
- Lichtenstein, B. B., Carter, N. M., Dooley, K. J., & Gartner, W. B. (2007). Complexity dynamics of nascent entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 22(2), 236-261.
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(6), 295-309.  
<http://dx.doi.org/10.1108/13552550010362741>

- Littunen, H., & Storhammar, E. (2000). The indicators of locus of control in the small business context. *Journal of Enterprising Culture*, 8(4), 343-360.  
<http://dx.doi.org/10.1142/S0218495800000188>
- Locke, E. A., & Latham, G. P. (1990). *A theory of goal setting and performance*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Low, M. & MacMillan, I. (1988) *Entrepreneurship: Past research and future challenges*. *Journal of Management*, 14(2): 139-161.
- Marsh, H. W., & Richards, G. E. (1987). The multidimensionality of the rotter i-e scale its higher-order structure: An application of confirmatory factor analysis. *Multivariate Behavioral Research*, 22(1), 39-69. [http://dx.doi.org/10.1207/s15327906mbr2201\\_3](http://dx.doi.org/10.1207/s15327906mbr2201_3)
- McClelland, D. C., Atkinson, J. W., Clark, R. A., & Lowell, E. L. (1953). *The achievement motive*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Meyer, J. P., & Allen, (1991)., A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, pp. 61-89
- Meyer, J. P., & Herscovitch, L. (2001). Commitment in the workplace: toward a general model. *Human Resource Management Review*.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1987). A longitudinal analysis of the early development and consequences of organizational commitment. *Canadian Journal of Behavioural Science / Revue canadienne des sciences du comportement*, 19(2), 199-215.
- Mitchell, T. R., Smyser, C. M., & Weed, S. E. (1975). Locus of control: Supervision and work satisfaction. *Academy of Management Journal*, 18, 623-631.  
<http://dx.doi.org/10.2307/255692>
- Neudt, D. (2018). Is Vlaanderen rijk of arm aan ondernemerschap?
- Oettingen, G., Hönig, G., & Gollwitzer, P. M. (2000). Effective self-regulation of goal attainment. *International Journal of Educational Research*, 33(7), 705-732.
- Ozgen, E., & Baron, R. A. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. *Journal of Business Venturing*, 22, 174-192. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.12.001>
- Pandey, J., & Tewary, N. B. (1979). Locus of control and achievement values of entrepreneurs. *Journal of Occupational Psychology*, 52(2), 107-111.  
<http://dx.doi.org/10.1111/j.2044-8325.1979.tb00446.x>
- Parente, Roberto & Feola, Rosangela. (2010). Opportunity Recognition, Entrepreneurial Intent and Commitment of Young Researchers.
- Pines, H. A., & Julian, J. W. (1972). Effects of task and social demands on locus of control differences in information processing. *Journal of Personality*, 40, 407-416.  
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6494.1972.tb00070.x>
- Pearson, C. A. L., & Chatterjee, S. R. (2001). Differences and similarities of entrepreneurial characteristics in a diverse social setting-evidence from Australian and Singaporean managers. *Journal of Enterprising Culture*, 9(3), 273-289.  
<http://dx.doi.org/10.1142/S0218495801000158>



- Peterman, N. E., & Kennedy, J. (2003). Enterprise education influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144. <http://dx.doi.org/10.1046/j.1540-6520.2003.00035.x>
- Prestwich, A., Sheeran, P., Webb, T. L., & Gollwitzer, P. (2015). Implementation intentions. In M. Conner & P. Norman (Eds.), *Predicting health behavior* (3rd ed., pp. 321–357). New York: McGraw Hill.
- Rauch, A. & M. Frese (2007) Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353-385.
- Rauch, A.J. & Frese, M. (2005) Effects of human capital and long-term human resources development on employment growth of small-scale businesses: A causal analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice* 29(6): 681-698.
- Rise, J., Thompson, M., & Verplanken, B. (2003). Measuring implementation intentions in the context of the theory of planned behavior. *Scandinavian Journal of Psychology*, 44(2), 87–95.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, K. H. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13-31.
- Sánchez, J., Lanero, I., Villanueva, A Yurrebaso, (2008) Explaining the entrepreneurial intentions of young people: A cross-cultural study, *International Journal of Psychology*.
- Schaver, K. G., & Scott, L. R. (1991). Person, process, choice the psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 23-45.
- Scheinberg, S. & MacMillan, I.C. (1988) An 11-country study of motivations to start a business. In: Kirchoff, B.A., Long, W.A., McMullan, W.E., Vesper, K.H., Wetzels, W.E. (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College, pp. 669–687.
- Schneider, S. C., & Angelmar, R. (1993). Cognition in organizational analysis who's minding the store. *Organization Studies*, 14, 347-374. <http://dx.doi.org/10.1177/017084069301400302>
- Schumpeter, J. A. (1934) *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Scott, M. G., & Twomey, D. F. (1988). The long term supply of entrepreneurs: Students career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 26(4), 5-13.
- Shane, S., Kolvereid, L., & Westhead, P. (1991) An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender. *Journal of Business Venturing*, 6(6): 431–446.
- Shane, S. & S. Venkataraman (2000) The promise of entrepreneurship as a field of research, *Academy of Management Review*, 25(1): 217–226.
- Shapero, A. (1982). Social Dimensions of Entrepreneurship. In Kent, C., Sexton, D., & Vesper, K. (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Prentice-Hall: Englewood Cliffs.

- Sharma, P. and Irving, P.G. (2005) 'Four bases of family business successor commitment: antecedents and consequences', *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 29, No. 1, pp.13–33.
- Sheeran, P. (2002). Intention–behavior relations: a conceptual and empirical review. *European Review of Social Psychology*, 12(1), 1–36.
- Sheeran, P., Webb, T. L., & Gollwitzer, P. M. (2005). The interplay between goal intentions and implementation intentions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(1), 87–98.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention–behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386–399.
- Shook, C. L., Priem, R. L., & Mcgee, J. E. (2003). Venture creation and the enterprising individual a review and synthesis. *Journal of Management*, 29(3), 379–399. [http://dx.doi.org/10.1016/S0149-2063\\_03\\_00016-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0149-2063_03_00016-3)
- Simon, M., & Houghton, S. M. (2002). The relationship among biases, misperceptions, and the introduction of pioneering products examining differences in venture decision contexts. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 105–125. <http://dx.doi.org/10.1111/1540-8520.00002>
- Simon, M., Houghton, S. M., & Aquino, K. (2000). Cognitive biases, risk perception, and venture formation how individuals decide to start companies. *Journal of Business Venturing*, 15, 113–134. [http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00003-2](http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00003-2)
- Sniehotta, F. F. (2009). Towards a theory of intentional behaviour change: plans, planning, and self-regulation. *British Journal of Health Psychology*, 14(2), 261–273.
- Spenner K. I. and Featherman D. L., (1978) Achievement ambitions. *Annual Review of Sociology* 4: 373–420.
- Stam, E. (2010) Growth beyond Gibrat: firm growth processes and strategies. *Small Business Economics* 35.2: 1–7.
- Stam, E. & Bos, J. (2011) Structurele verandering en ondernemerschap. *Economisch Statistische Berichten* 94(4609S): 19–23.
- Stam, E., Bosma, N., van Witteloostuijn, A., de Jong, J., Bogaert, S., Edwards, N., Jaspers, F. (2012). Ambitious Entrepreneurship: A Review of the Academic Literature and New Directions for Public Policy
- Stam, E., Hartog, C., Van Stel, A. & Thurik, R. (2011) Ambitious Entrepreneurship and Macro-Economic growth. In: Minniti, M. (ed.) *The Dynamics of Entrepreneurship. Evidence from the Global Entrepreneurship Monitor Data*. Oxford: Oxford University Press.
- Stam, E. & Nooteboom, B. (2011) Entrepreneurship, Innovation and Institutions. In: Audretsch, D., Falck, O. & Heblich, S. (eds) *Handbook of Research on Innovation and Entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar. pp. 421–438.
- Toli, A., Webb, T. L., & Hardy, G. E. (2016). Does forming implementation intentions help people with mental health problems to achieve goals? A meta-analysis of experimental studies with clinical and analogue samples. *British Journal of Clinical Psychology*, 55(1), 69–90.

- Unger, J.M., A. Rauch, M. Frese & N. Rosenbusch (2011) Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review, *Journal of Business Venturing*, 26(3), 341-358.
- Uygun, R. & Kasimoglu, M. (2013). The Emergence of Entrepreneurial Intentions in Indigenous Entrepreneurs: The Role of Personal Background on the Antecedents of Intentions. *International Journal of Business and Management*.
- Vaghely, I. P., & Julien, P. A. (2010). Are opportunities recognized or constructed? An information perspective on entrepreneurial opportunity identification. *Journal of Business Venturing*, 25, 73-86. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.06.004>
- Van Egmond, J., (2009). Waarom gaan landen over tot beleidsaanpassing door middel van harmonisatie?: Een casestudy aan de hand van het Bolognaproces in Nederland
- Van Gelderen, M. W., Kautonen, T., & Fink, M. (2015). From entrepreneurial intentions to actions: self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 655–673.
- Vohora, A., Wright, M., Lockett, A. (2004). Critical junctures in the development of university high-tech spinout companies, *Research Policy*, Volume 33, Issue 1.
- Wieber, F., & Gollwitzer, P. M. (2017). Planning and the control of action—how spontaneous and strategic use of goal-related knowledge supports goal attainment. In P. Meusbürger (Ed.), *Knowledge and space: Vol. 9. Knowledge and action* (pp. 169–183). New York: Springer Science + Business Media.
- Wieber, F., Thürmer, J. L., & Gollwitzer, P. M. (2013). Intentional action control in individuals and groups. In G. Seebass, M. Schmitz, & P. M. Gollwitzer (Eds.), *Acting intentionally and its limits: individuals, groups, institutions*. Berlin: De Gruyter.
- Wieber, F., Thürmer, J. L., & Gollwitzer, P. M. (2015). Promoting the translation of intentions into action by implementation intentions: behavioral effects and physiological correlates. *Frontiers in Human Neuroscience*, 9, 395. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2015.00395>.
- Willekens, Marie (2019) Het ondernemingsklimaat binnen UHasselt.
- Wilson, K. (2008). ENTREPRENEURSHIP AND HIGHER EDUCATION
- Wooton, K. C., & Timmerman, T. A. (1999) The use of personality and the five factor model to predict business ventures: From outplacement to start-up. *Journal of Vocational Behavior*, 58: 82–101.
- Zuckerman, M., & Gerbasi, K. C. (1977). Belief in internal control or belief in a just world: The use and misuse of the i-e scale in prediction of attitudes and behaviour. *Journal of Personality*, 45, 356-378. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6494.1977.tb00158.x>
-

## 11. Bijlagen

### 11.1. Model 4

```

*****
Model   : 4
  Y     : EBSOM
  X     : EI
  M     : IMP

Covariates:
  Leeftijd Geslacht EBFAM1  EBVER

Sample
Size: 242

*****
OUTCOME VARIABLE:
  IMP

Model Summary
      R      R-sq      MSE      F      df1      df2      p
    .5547    .3076    1.6844   20.9732   5.0000   236.0000   .0000

Model
      coeff      se      t      p      LLCI      ULCI
constant    .1085    .5485    .1979    .8433    -.9721    1.1891
EI           .6090    .0661    9.2107    .0000    .4788    .7393
Leeftijd     .0176    .0065    2.7236    .0069    .0049    .0303
Geslacht     .0450    .2022    .2227    .8240    -.3534    .4434
EBFAM1       .1363    .2165    .6296    .5296    -.2902    .5628
EBVER        .4035    .1957    2.0622    .0403    .0180    .7889

*****
OUTCOME VARIABLE:
  EBSOM

Model Summary
      R      R-sq      MSE      F      df1      df2      p
    .5664    .3208    3.6688   18.4984   6.0000   235.0000   .0000

Model
      coeff      se      t      p      LLCI      ULCI
constant    1.3109    .8096    1.6192    .1067    -.2841    2.9058
EI           .1366    .1138    1.2009    .2310    -.0875    .3608
IMP          .6284    .0961    6.5408    .0000    .4391    .8176
Leeftijd    -.0358    .0097   -3.7070    .0003    -.0549   -.0168
Geslacht     .1921    .2985    .6435    .5205    -.3960    .7802
EBFAM1       .0240    .3198    .0752    .9401    -.6059    .6540
EBVER        .7548    .2913    2.5907    .0102    .1808    1.3288

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

Direct effect of X on Y
      Effect      se      t      p      LLCI      ULCI
    .1366    .1138    1.2009    .2310    -.0875    .3608

Indirect effect(s) of X on Y:
      Effect      BootSE      BootLLCI      BootULCI
IMP      .3827      .0820      .2416      .5603

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

Level of confidence for all confidence intervals in output:
  95.0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:

```

5000

----- END MATRIX -----

Bijlage 1: De uitkomsten van model 4 van Hayes

**11.2. Model 14**

```

*****
Model   : 14
  Y     : EBSOM
  X     : EI
  M     : IMP
  W     : ECOM

```

```

Covariates:
  Leeftijd Geslacht EBFAM1  EBVER

```

```

Sample
Size: 242

```

```

*****
OUTCOME VARIABLE:
  IMP

```

```

Model Summary
      R      R-sq      MSE      F      df1      df2      p
      .5547    .3076    1.6844    20.9732    5.0000    236.0000    .0000

```

```

Model
      coeff      se      t      p      LLCI      ULCI
constant  -4.2758    .5485   -7.7953   .0000   -5.3564   -3.1952
EI         .6090    .0661    9.2107   .0000    .4788    .7393
Leeftijd   .0176    .0065    2.7236   .0069    .0049    .0303
Geslacht   .0450    .2022    .2227    .8240   -.3534    .4434
EBFAM1     .1363    .2165    .6296    .5296   -.2902    .5628
EBVER      .4035    .1957    2.0622   .0403    .0180    .7889

```

```

*****
OUTCOME VARIABLE:
  EBSOM

```

```

Model Summary
      R      R-sq      MSE      F      df1      df2      p
      .5714    .3265    3.6694    14.1166    8.0000    233.0000    .0000

```

```

Model
      coeff      se      t      p      LLCI      ULCI
constant  3.7590    1.0380    3.6213   .0004    1.7139    5.8042
EI        .1792    .1403    1.2771   .2028   -.0973    .4557
IMP       .6435    .1009    6.3760   .0000    .4447    .8424
ECOM     -.0571    .1764   -.3239   .7463   -.4047    .2904
Int_1     .0921    .0678    1.3588   .1755   -.0414    .2257
Leeftijd  -.0367    .0097   -3.7714   .0002   -.0559   -.0175
Geslacht  .2139    .2997    .7137    .4762   -.3766    .8043
EBFAM1    .0343    .3201    .1070    .9149   -.5965    .6650
EBVER     .7806    .2927    2.6668   .0082    .2039    1.3573

```

```

Product terms key:
  Int_1 :      IMP      x      ECOM

```

```

Test(s) of highest order unconditional interaction(s):
      R2-chng      F      df1      df2      p
M*W    .0053    1.8463    1.0000    233.0000    .1755

```

```

-----
      Focal predict: IMP      (M)

```

Mod var: ECOM (W)

Data for visualizing the conditional effect of the focal predictor:  
Paste text below into a SPSS syntax window and execute to produce plot.

```
DATA LIST FREE/
  IMP      ECOM      EBSOM      .
BEGIN DATA.
  -1.5435  -1.0686   2.8303
   .0000  -1.0686   3.6717
   1.5435  -1.0686   4.5131
  -1.5435   .0000   2.6173
   .0000   .0000   3.6106
   1.5435   .0000   4.6039
  -1.5435   1.0686   2.4043
   .0000   1.0686   3.5496
   1.5435   1.0686   4.6948
END DATA.
GRAPH/SCATTERPLOT=
  IMP      WITH      EBSOM      BY      ECOM      .

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

Direct effect of X on Y
  Effect      se      t      p      LLCI      ULCI
  .1792      .1403   1.2771   .2028   -.0973   .4557

Conditional indirect effects of X on Y:

INDIRECT EFFECT:
  EI      ->      IMP      ->      EBSOM

      ECOM      Effect      BootSE      BootLLCI      BootULCI
-1.0686      .3320      .0845      .1833      .5142
 .0000      .3919      .0827      .2464      .5697
 1.0686      .4519      .1097      .2559      .6851

  Index of moderated mediation:
      Index      BootSE      BootLLCI      BootULCI
ECOM      .0561      .0491      -.0383      .1576
---
```

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

Level of confidence for all confidence intervals in output:  
95.0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:  
5000

W values in conditional tables are the mean and +/- SD from the mean.

NOTE: The following variables were mean centered prior to analysis:  
ECOM IMP

----- END MATRIX -----

Bijlage 2: De uitkomsten van model 14 van Hayes