

Lectoraat Kansrijk Ondernemen



Monitoring van ondernemersschapsintenties en - motivatie

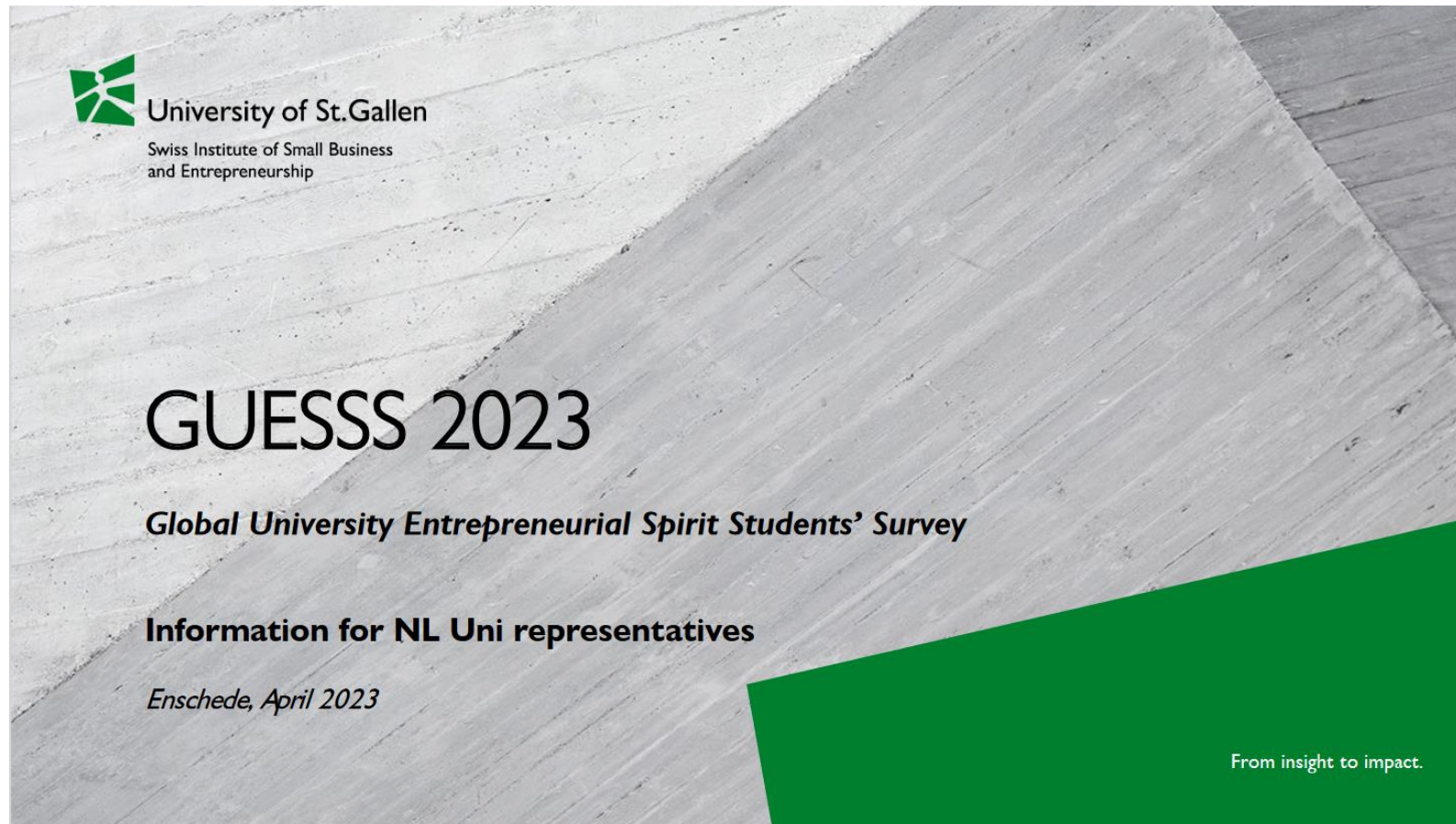
Eerste resultaten (juni 2024)

Franceina van Zalk, Antoine van den Berg

INFORMATIEESSIE

- Ondernemerschap vanuit de brede definitie, gericht op waardecreatie, neemt een steeds belangrijkere plek in bij de HAN.
- Het vormt een belangrijke schakel in het opleiden van *change makers*.
- Change making vraagt ondernemendheid; doen we daarvoor de juiste dingen in het onderwijs?
- De GUESSS-uitkomsten bieden handreikingen voor 'het goede gesprek' hiervoor.

INTERNATIONALE MONITORING VAN ONDERNEMENDE INTENTIES EN -MOTIVATIES



DE TOPICLIJST VAN DE GUESSS

Question/Items	Name of construct	Reference
Q1 (3)	Study field	Destatis, 2015 (adapted)
Q2 (11-12)	Nascent / active entrepreneurship	Based on PSED
Q3 (1-4)	University environment / education and training	Franke & Lüthje, 2004; Wang et al., 2022
Q3 (10-13)	Program learning	Souitaris et al., 2007
Q3 (14-15)	External enabler mechanisms	Davidsson et al., 2020
Q4 (1-5)	Subjective well-being / life satisfaction	Diener et al., 1985
Q4 (6-9)	Entrepreneurial self-efficacy	Zhao et al., 2005
Q4 (10-13)	Resilience	Sinclair & Wallston, 2004
Q5	Political ideology	Chin et al., 2021
Q7	Entrepreneurial intention	Linan & Chen, 2009
Q8.3	Entrepreneurs as scientists	Zellweger & Zenger, 2022
Q8.4 (1-12)	Dark triad personality traits	Jonason & Webster, 2010
Q8.4 (13-17)	Causation	Chandler et al., 2011
Q8.5 (1)	Alertness	Tang et al., 2012
Q8.5 (2-3)	Domain-specific knowledge	Dimov, 2007
Q8.6 (1-5)	Firm performance	Eddleston et al., 2008; Dess & Robertson, 1984
Q8.6 (6-9)	Social and environmental performance	Hooi et al., 2016
Q9.2	External enabler mechanisms	Davidsson, 2015
Q9.3	Individual entrepreneurial orientation	Bolton & Lane, 2012
Q10.2	Succession intention	Linan & Chen, 2009 (adapted)

AFNAME PROCEDURE

1. De vragenlijst is afgenomen tussen: **4 september – 22 december**
2. Bij 3 academies: ABC, ASB, AFEM
3. Op <https://tinyurl.com/g23-netherlands>
4. Vrijblijvende werving studentparticipatie via nieuwsbrieven, mailings, docenten.
5. Dataset beschikbaar gesteld door TU Twente: eind maart 2024
6. Opmerkelijk grote respons (400), dankzij actieve docenten.



DISCLAIMER

- Bias in de data: de enquête is voorgelegd bij academies waarin een (sterke) interesse in ondernemerschap is. Dit heeft de uitkomsten gekleurd.
- In de enquête worden niet alle vragen aan alle deelnemers voorgelegd, waardoor op bepaalde topics weinig respons is. Hierdoor soms lastig onderling vergeleken worden. Bijvoorbeeld: het motief om te ondernemen wordt alleen voorgelegd aan nascent ondernemers en niet aan iedereen.

OVERZICHT RESPONS

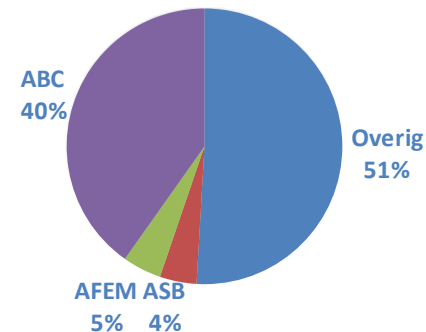
De GUESSS enquête heeft in totaal 814 Nederlandse respondenten. Van die respondenten is iets minder dan de helft (49%) van de HAN.

Binnen de HAN is het grootste deel (80%) van de respons van de academie ABC (ORM, CE en Communicatie). De andere academies die hebben deelgenomen zijn AFEM (de master Circulaire Economie) en ASB (met name de opleidingen Sport en bewegen en ALO).

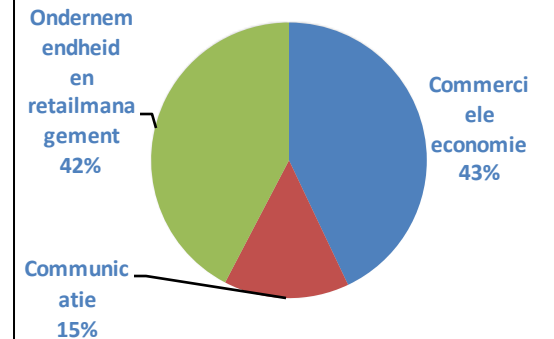
De respondenten bestaat voor 64% uit mannen, 35% vrouwen en 1% anders.

De geboortedatum van de meeste respondenten ligt tussen 1998 en 2006, waarbij de modus 2003 is. Er is ook een groep oudere studenten, hetgeen waarschijnlijk te verklaren is door deelname van de deeltijd master Circulaire Economie.

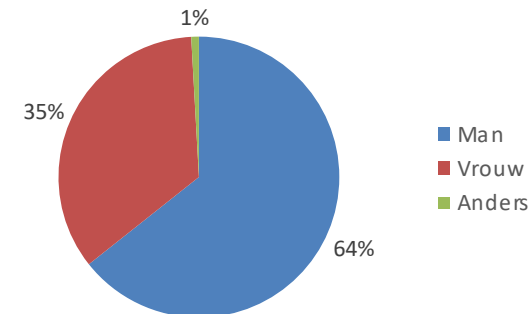
TOTAAL RESPONS NL



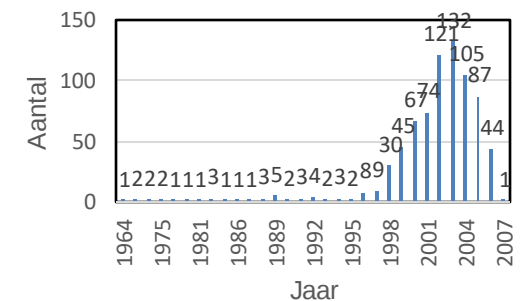
VERDELING ABC



Gender respondenten



Leeftijdsopbouw respondenten



GUESSS - DE RESULTATEN



ALGEMEEN

HOE STAAT HET MET DE ONDERNEMENDHEID VAN DE STUDENTEN?

Gemiddeld genomen heeft 24% van de HAN respondenten een onderneming en heeft 14% concrete plannen voor een onderneming (nascent ondernemer). De ondernemende intentie van de resterende studenten is gemiddeld 4.2 op een schaal van 1 tot 7. Voor de rest van Nederland ligt de gemiddelde intentie op 3.6 ($t(535.616)=4.075$, $p<.001$).

De verschillen tussen ondernemers per opleiding zijn statistisch significant ($\chi^2(398,6)=43.030$, $p<.001$). De verschillen per opleiding voor studenten met concrete plannen niet. De verschillen in ondernemende intentie voor commerciële economie, communicatie en ORM zijn significant ($F(204,2)=6.693$, $p=.002$).

Opvallend is het grote aantal ondernemers (81%) bij de voltijd master Circulaire Economie. Verder valt op dat ORM en Communicatie ook een groter dan gemiddeld aantal ondernemers heeft. Dat vertaald zich dan niet door in aantallen met concrete ondernemingsplannen of ondernemende intentie. De ondernemende intentie is bij ORM zelfs lager dan gemiddeld.

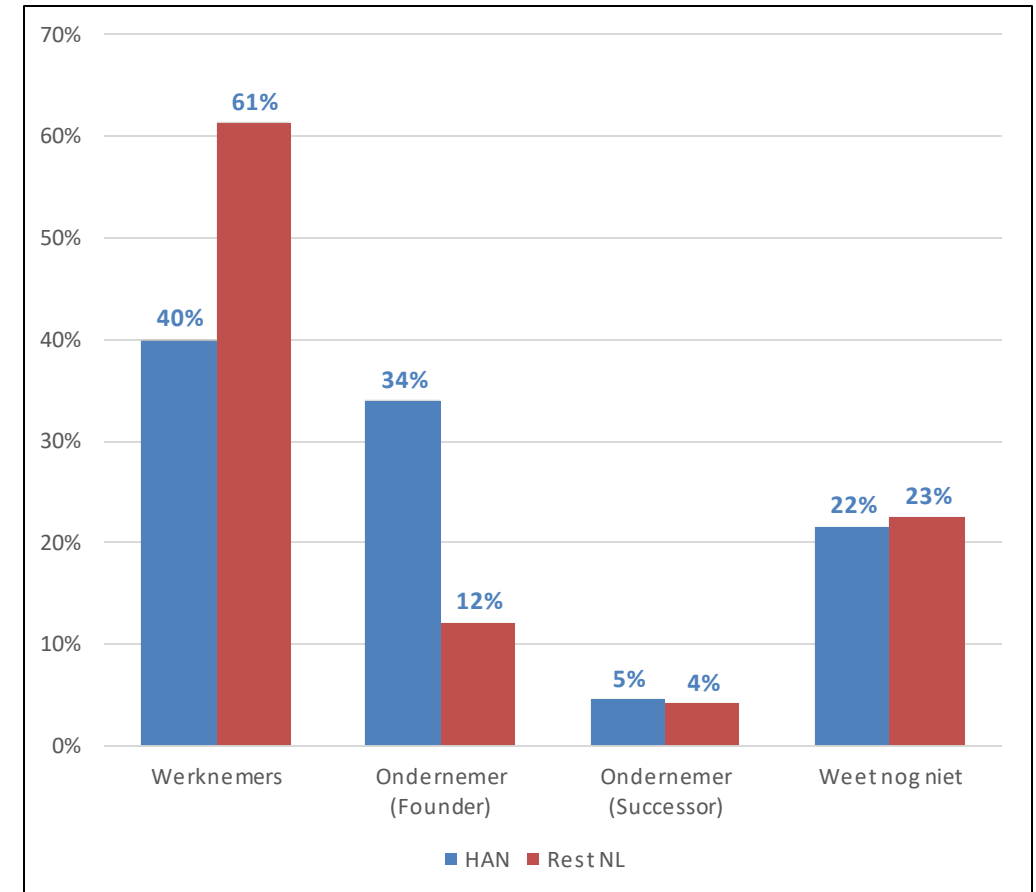
Opleiding	Totaal	Ondernemer	Nascent ondernemer	Ondernemende intentie
ALO	4	2 50%	2 50%	nvt
Commerciële economie	140	20 14%	23 16%	4,5
Communicatie	48	14 29%	5 10%	4,3
MCE (DT1)	21	2 10%	6 29%	4,1
MCE (VT)	16	13 81%	2 13%	4,5
Ondernemerschap en retailmanagement	138	38 28%	15 11%	3,7
Sportkunde	31	5 16%	3 10%	4,3
TOTAAL HAN	398	94 24%	56 14%	4,2
Rest van NL	413	38 9%	47 11%	3,6
TOTAAL	811	132 16%	103 13%	3,8

HOE ZIEN STUDENTEN HUN CARRIÈRE NU EN OVER 5 JAAR?

Er is gevraagd of studenten zich in de toekomst als werknemer of ondernemer (uitgesplitst naar ondernemer en bedrijfsopvolging) zien. 39% van de HAN studenten ziet zich nu als ondernemer in de toekomst (34% founder, 5% successor). Dat percentage stijgt naar 54% (47% founder, 7% successor) als er naar carrière over 5 jaar gekeken wordt. Ook was hier een optie: weet nog niet.

Er is gekeken of er verschillen waren tussen studenten van de HAN en andere NL instellingen, verschillen per academie en/of verschillen per opleiding. Slechts het verschil tussen HAN studenten en de rest van NL bleek significant voor de korte termijn ($F(809,1)=12,665$, $p<.001$), voor de langere termijn bleken de verschillen niet significant.

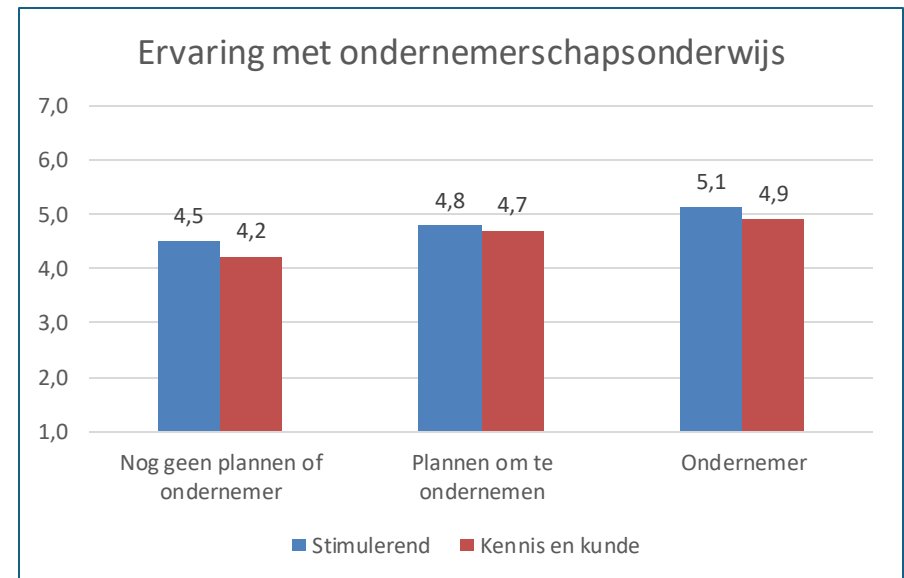
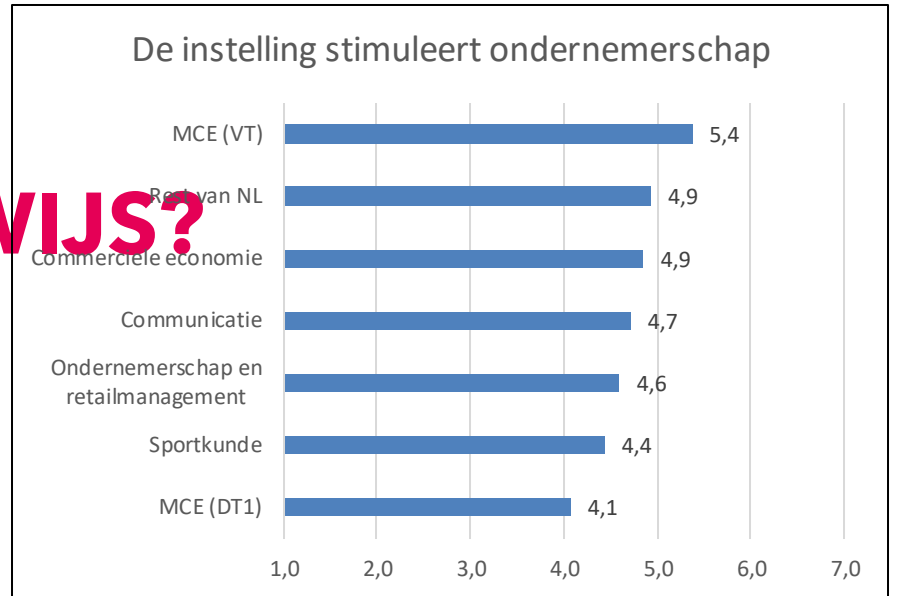
Het verschil kan mogelijk ontstaan zijn door een selectiebias, omdat slecht een paar opleidingen van de HAN hebben deelgenomen en moet derhalve met de nodige voorzichtigheid geïnterpreteerd worden.



HOE ERVAREN STUDENTEN HET ONDERNEMERSCHAPSONDERWIJS?

Studenten aan de HAN ervaren de instelling net iets minder stimulerend ten aanzien van ondernemerschap ('university environment', $M=4.7$) dan de studenten elders in NL ($M=4.9$), maar het verschil is miniem. Het verschil tussen de opleidingen is wat groter en significant ($t(804,1)=-2.734$, $p=.006$). Daarentegen ervaren studenten geen verschillen in de inhoud (kennis en kunde) van het aangeboden onderwijs ('learning program').

Studenten die een onderneming hebben of concrete plannen hebben ervaren de instelling ietsje stimulerender ($F(395,2)=10.476$, $p<.001$) en inhoudelijk van een hoger niveau (kennis en kunde, $F(390,2)=13.665$, $p<.001$) dan studenten die geen onderneming hebben. Ook hier zijn de verschillen klein.

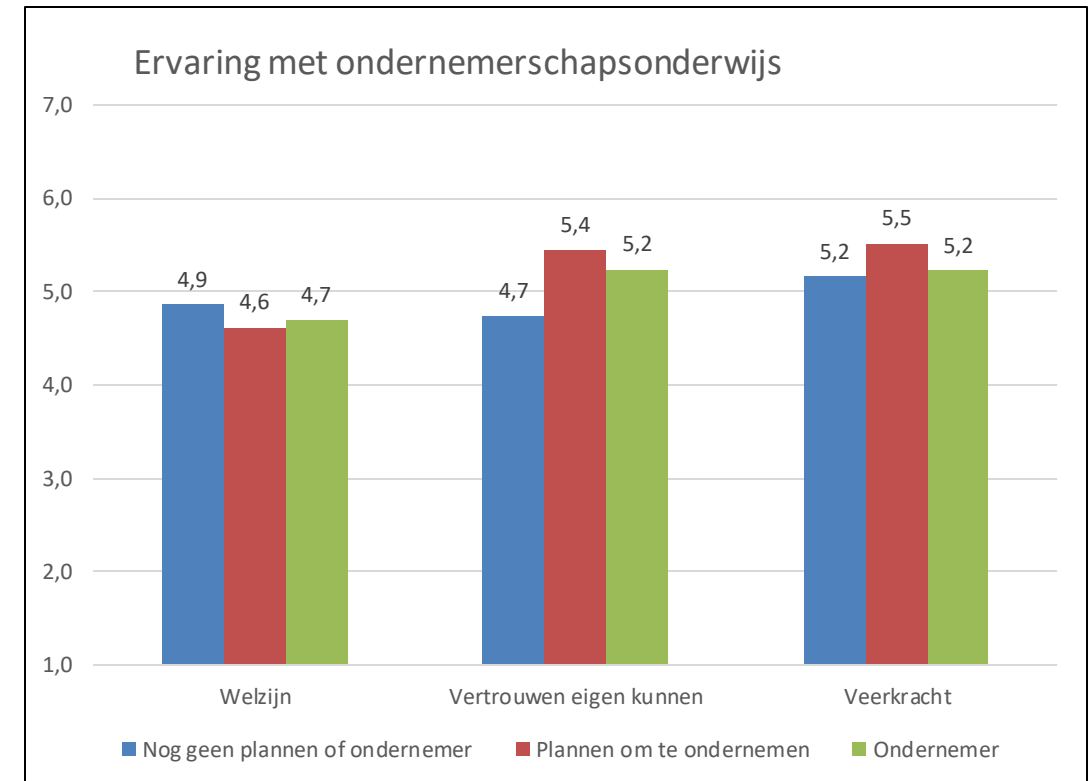


HOE GAAT HET MET DE STUDENTEN (1)?

In de grafiek is te zien dat er nauwelijks verschil in ervaren welzijn is tussen de verschillende groepen studenten, de statistische analyse laat zien dat de verschillen niet significant zijn.

Het verschil in vertrouwen in eigen kunnen daarentegen verschilt wel, met name het verschil tussen studenten die al ondernemer zijn/concrete plannen hebben en studenten die dat nog niet hebben is redelijk groot en statistisch significant ($F(800,2)=26.165$, $p<.001$).

De verschillen in veerkracht zijn daarentegen weer klein.

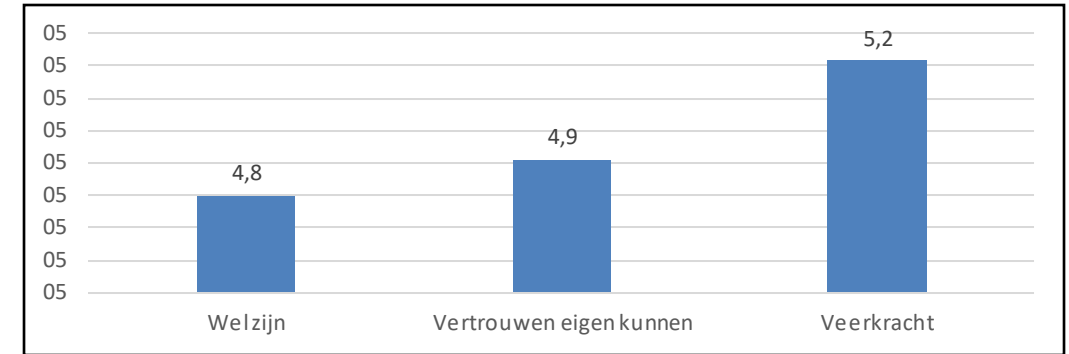


HOE GAAT HET MET DE STUDENTEN (2)?

Er is gekeken naar de mindset van de studenten. Hoewel er verschillen zijn tussen HAN en de rest van NL, en binnen de HAN tussen academies, zijn de verschillen heel klein.

Er zijn drie factoren gemeten: subjectief welzijn (subjective wellbeing), vertrouwen in eigen kunnen (self-efficacy) en veerkracht (resilience).

Een stapsgewijze regressie van deze drie factoren laat zien dat de relatie met ondernemende intentie vooral bepaald wordt door vertrouwen in eigen kunnen en dat het subjectieve welzijn daar afbreuk aan doet (negatieve correlatie).



Model Samenvatting – Ondernemende intentie				
Model	R	R ²	Aangepaste R ²	RMSE
1	0.000	0.000	0.000	1.705
2	0.502	0.252	0.251	1.476
3	0.516	0.267	0.264	1.463

Coëfficiënten						
Model		Ongestandaardiseerd	Standaardfout	Gestandaardiseerd	t	p
1	(Intercept)	3.836	0.072		53.241	< .001
2	(Intercept)	0.051	0.283		0.181	0.856
	Self_efficacy	0.798	0.058	0.502	13.707	< .001
3	(Intercept)	0.738	0.347		2.122	0.034
	Self_efficacy	0.851	0.060	0.535	14.224	< .001
	Wellbeing	-0.193	0.058	-0.126	-3.346	< .001

Opmerking. De volgende co-variataat werd overwogen, maar niet meegenomen: Resilience.

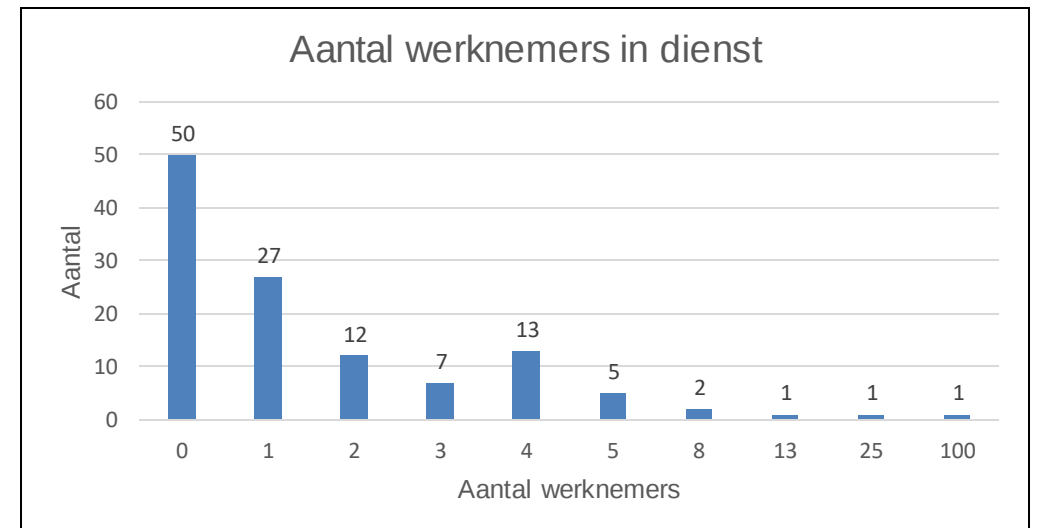
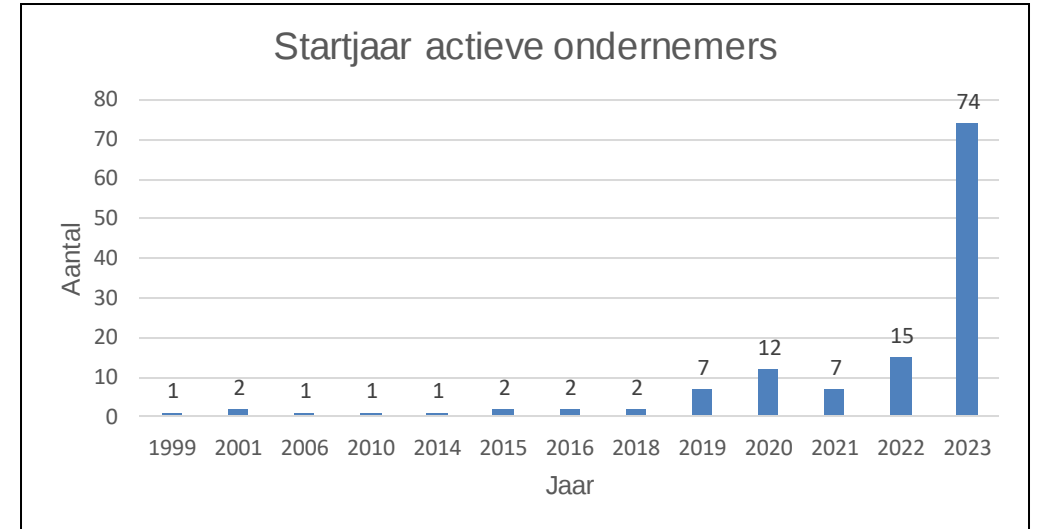
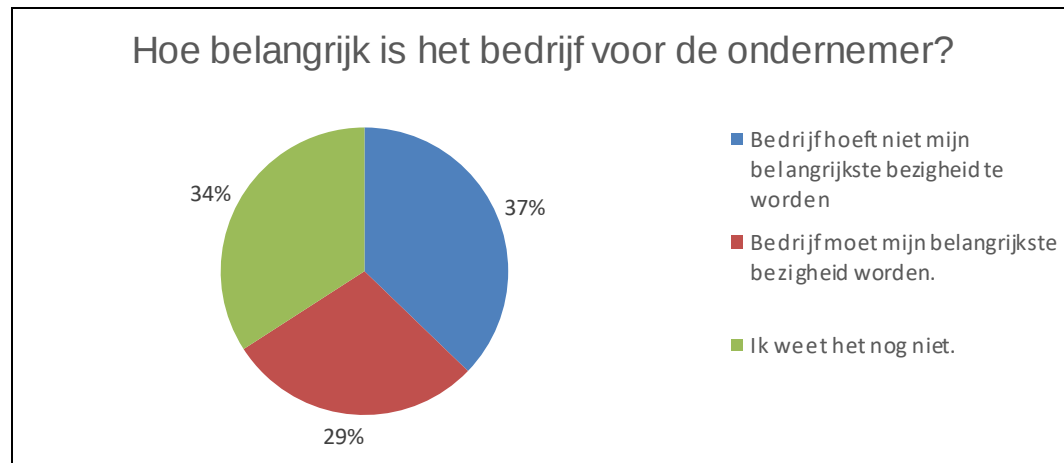
WAT KENMERKT DE ONDERNEMERS(1)

Van de actieve ondernemers identificeert 80% zich als man, 19% als vrouw en 1% als anders.

Het merendeel van de actieve ondernemers is in 2023 gestart.

Het merendeel heeft 0 of 1 medewerker in dienst, er zijn echter ook wel een aantal grotere ondernemingen.

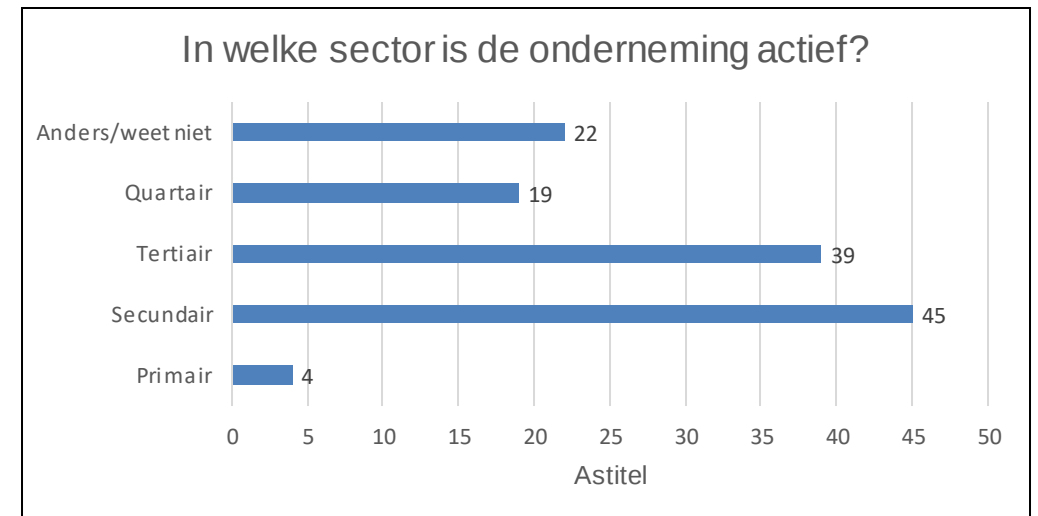
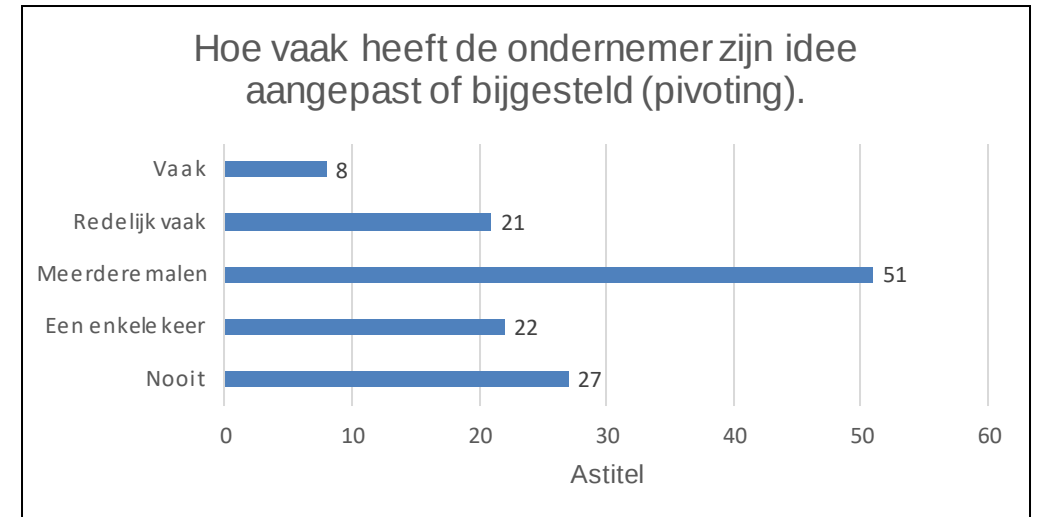
De mate waarin het bedrijf voor de toekomst belangrijk wordt gevonden is gelijkelijk verdeeld over ja, nee en weet niet.



WAT KENMERKT DE ONDERNEMERS(2)

De ondernemers zijn vooral actief in de productiesector en dienstensector, minder in de intellectuele diensten of de bewerking van natuurlijke bronnen.

De meeste ondernemers hebben hun idee wel een aantal keren aangepast of bijgesteld.



DE STUDENTEN MET CONCRETE PLANNEN

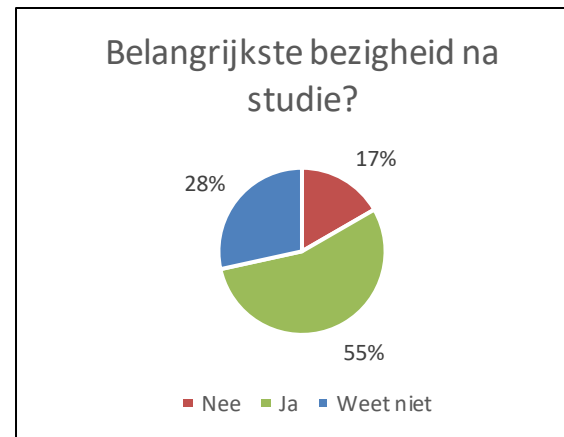
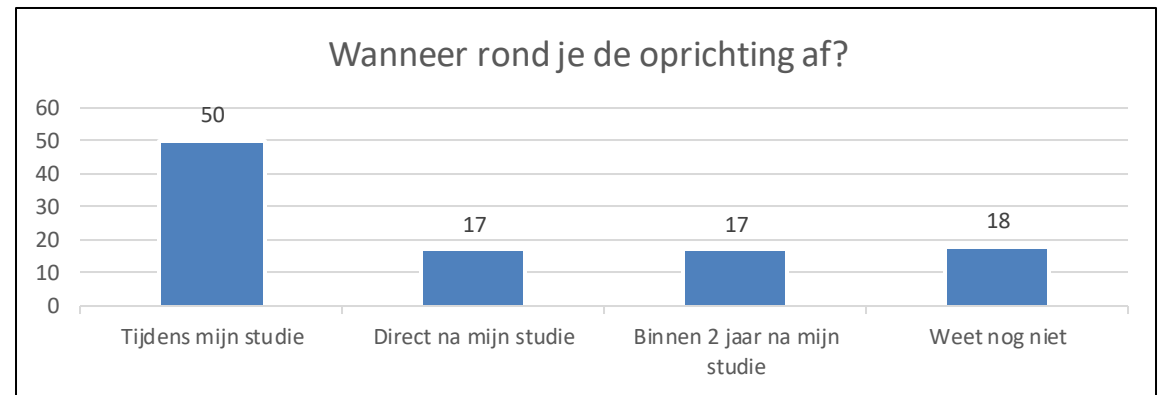
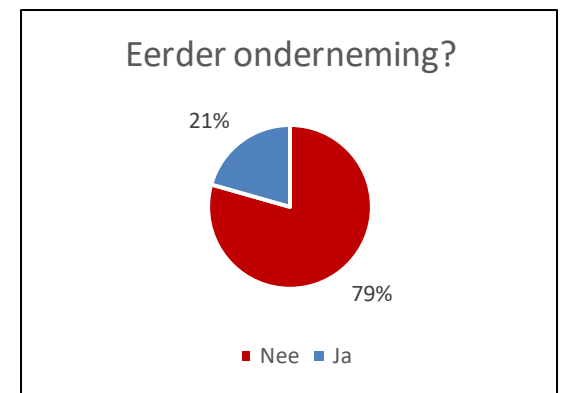
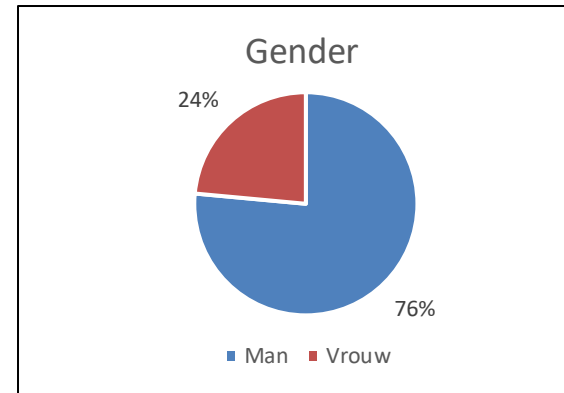
(Nascent ondernemers)

WAT KENMERKT DE NASCENT ONDERNEMER (1)

Van de nascent ondernemers is 76% man en 25% vrouw. Van de nascent ondernemers heeft 21% eerder al een onderneming gehad.

Van deze groep verwacht de helft de oprichting af te ronden tijdens de studie, ongeveer een derde na de studie en 1/6^e deel weet het nog niet.

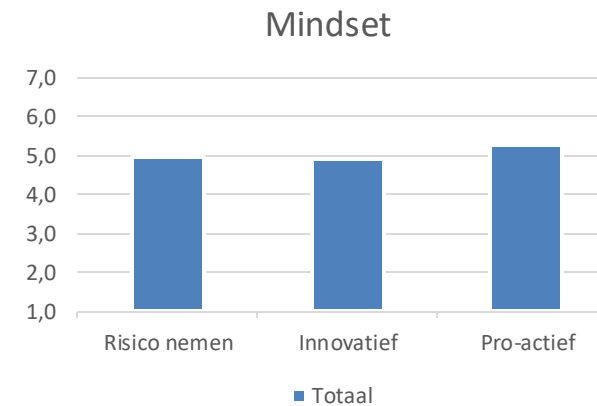
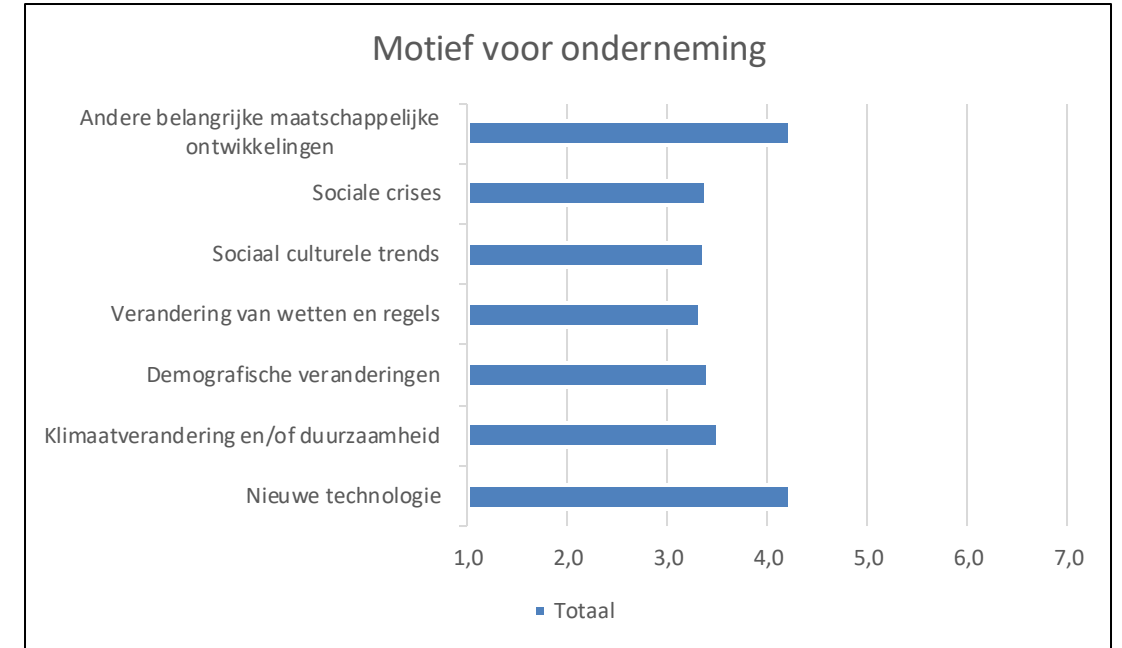
Voor meer dan de helft moet het bedrijf de belangrijkste bezigheid worden, 28% weet het nog niet en voor 17% hoeft dat niet.



WAT KENMERKT DE NASCENT ONDERNEMER (2)

Een belangrijke motieven voor het starten zijn technologische ontwikkelingen en maatschappelijke ontwikkelingen.

De nascent ondernemer kenmerkt zich vooral door een bovengemiddelde mate van risicobereid zijn, innovativiteit en pro-activiteit.



CONCLUSIES

CONCLUSIES (1)

- Er is een behoorlijk groot, onbenut potentieel aan ondernemerschap, waarbij ook opvalt dat de HAN studenten gemiddeld genomen ondernemender zijn dan de studenten elders in Nederland.
- Er lijkt geen direct aantoonbaar verwant te zijn tussen de ondernemendheid van de studenten en het ondernemerschapsonderwijs. Wel ervaren student ondernemers en nascent ondernemers de context voor ondernemen als positief, ze worden uitgenodigd om ondernemend te zijn (dit 'zelfversterkende effect' is ook uit de literatuur bekend).
- Er is een grote diversiteit in motieven om te ondernemen. Beelden als studenten ondernemen voor het geld of studenten ondernemen omdat ze bij willen dragen aan de oplossing voor maatschappelijke vraagstukken zijn te eenzijdig.

CONCLUSIES (2)

- Er wordt veel geëxperimenteerd met ondernemen, veel ondernemingen en plannen vertonen het karakter van 'hobby-projecten', studenten vinden de onderneming nog niet belangrijk voor de toekomst of weten nog niet wat ze verder met hun onderneming willen. Ook zijn er veel kleine bedrijfjes (1-2 personen).

WAT WE VERDER HEBBEN GEZIEN

- Hoewel 3 academies meegedaan hebben, is er vanuit 7 academies interesse in de uitkomsten getoond.
- Tijdens de informatiesessies merken we dat de uitkomsten herkend worden vanuit de eigen opleiding, en geen verrassingen lijken te bevatten.
- Voor het onderwijs bieden de uitkomsten rond de *ondernemende ambities, vertrouwen in eigen kunnen, welzijn en ondernemerschap bij vrouwen* concrete aanknopingspunten voor het 'goede' gesprek.
- Een vervolgstap kan zijn om hier verder het gesprek over te voeren.
- Verschillende betrokken hebben het signaal gegeven hierover door te willen praten.