



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Consequences of reward-oriented motivation and security-oriented motivation for business growth motivation among small business owners
Prasastyoga, B.

Citation

Prasastyoga, B. (2021, February 18). *Consequences of reward-oriented motivation and security-oriented motivation for business growth motivation among small business owners*. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/3135052>

Version: Publisher's Version

License: [Licence agreement concerning inclusion of doctoral thesis in the Institutional Repository of the University of Leiden](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/3135052>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Cover Page



Universiteit Leiden



The handle <http://hdl.handle.net/1887/3135052> holds various files of this Leiden University dissertation.

Author: Prasastyoga, B.

Title: Consequences of reward-oriented motivation and security-oriented motivation for business growth motivation among small business owners

Issue date: 2021-02-18

Samenvatting

In dit proefschrift beschrijf ik acht studies gericht op het onderzoeken van de gevolgen van beloningsgerichte motivatie (de neiging om het ondernemerschap sterk te richten op het nastreven van beloningen) en veiligheidsgerichte motivatie (de neiging om het ondernemerschap sterk te richten op veiligheid en het verzekeren van overleving) voor de motivatie van bedrijfsgroei onder eigenaren van kleine bedrijven. Bovendien waren de acht onderzoeken bedoeld om het proces te onderzoeken waarmee op beloning gerichte motivatie en op veiligheid gerichte motivatie verband houden met motivatie voor bedrijfsgroei onder eigenaren van kleine bedrijven. Hoofdstuk 1 geeft een algemene inleiding tot het onderzoek dat in dit proefschrift wordt gepresenteerd en beschrijft verschillende theorieën en bevindingen die relevant zijn voor het onderzoek. Eerdere studies naar de rol van motivatie bij het nastreven van bedrijfsgroei suggereren vaak dat eigenaren van kleine bedrijven die overwegend op beloning gericht zijn, over het algemeen meer gedreven zijn om bedrijfsgroei na te streven dan degenen die overwegend op veiligheid gericht zijn. De mechanismen die kunnen verklaren hoe en waarom een dergelijk verschil in bereidheid om bedrijfsgroei na te streven tussen hen bestaat, zijn echter onduidelijk. Verder wordt, voor zover ik weet, in onderzoek naar beloningsgerichte en veiligheidsgerichte motivatie in de context van ondernemerschap meestal een situationeel perspectief toegepast (op kansen gebaseerd ondernemerschap en op noodzaak gebaseerd ondernemerschap). Daardoor is onderzoek naar de gevolgen van beloningsgerichte en veiligheidsgerichte motivatie voor de motivatie voor bedrijfsgroei onder eigenaren van kleine bedrijven vanuit een intra-persoonlijk perspectief relatief schaars. De onderzoeken die in dit proefschrift worden gepresenteerd zijn uitgevoerd om dergelijke hiaten aan te pakken. Sommige studies gebruikten een intra-persoonlijk perspectief waarin de relatie tussen chronische reguleringsfocus (focus op promotie en preventie) en een belangrijke voorspeller van motivatie voor bedrijfsgroei (de overtuigingen van de groei van kleine bedrijven) onder eigenaren van kleine bedrijven werd onderzocht. Andere studies gebruikten een situationeel perspectief waarin de mechanismen onderzocht worden waarmee op kansen gebaseerd ondernemerschap en op noodzaak gebaseerd ondernemerschap verband houden met motivatie voor bedrijfsgroei (algemene intenties voor bedrijfsgroei) en de resultaten ervan (huidige betrokkenheid bij gedrag dat gericht is op groei en concrete intenties voor bedrijfsgroei).

In hoofdstuk 2 worden twee studies gepresenteerd die gericht zijn op het onderzoeken van de associatie tussen chronische focus op regelgeving en een belangrijke voorspeller van

motivatie voor bedrijfsgroei, de groeiovertuigingen van kleine bedrijven (evaluaties of bedrijfsgroei al dan niet waarschijnlijk tot meer positieve of negatieve gevolgen zal leiden). In de eerste studie werd aan Indonesische studenten gevraagd zich voor te stellen zelf eigenaar te zijn van een kleine webshop. In het tweede onderzoek werden daadwerkelijke eigenaren van kleine bedrijven gerekruteerd om aan het onderzoek deel te nemen. In de twee onderzoeken werd de deelnemersgevraagd te reageren op een schaal die chronische reguleringsaspecten meet, en om aan te geven in hoeverre ze denken dat de groei van hun bedrijf tot bepaalde resultaten zal leiden (financiën, bedrijf gerelateerde resultaten en affectieve resultaten). In het tweede onderzoek werd de deelnemers specifiek gevraagd te reageren op een maatstaf voor het meten van hun ervaren competentie met betrekking tot het nastreven van bedrijfsgroei. De resultaten van de twee onderzoeken toonden aan dat chronische promotiefocus (een motiverende oriëntatie met betrekking tot een sterke focus op het nastreven van winst en groei) positief verband hield met de overtuiging dat bedrijfsgroei tot meer positieve resultaten zal leiden. Omgekeerd werd chronische preventiefocus (een motiverende oriëntatie met betrekking tot een sterke focus op het verzekeren van veiligheid en het vervullen van verantwoordelijkheid) negatief geassocieerd met een dergelijke overtuiging. Bovendien toonde de tweede studie aan dat gepercipieerde competentie met betrekking tot het nastreven van bedrijfsgroei de relaties bemiddelt tussen de twee chronische focussen en de groeiovertuigingen van kleine bedrijven met betrekking tot emotie gerelateerde uitkomsten.

In Hoofdstuk 3 werden drie studies gepresenteerd gericht op het onderzoeken van de mechanismen waarmee motieven van ondernemerschap verband houden met de intenties van bedrijfsgroei (Studies 1, 2 en 3) en de huidige betrokkenheid bij groeidrang (Studie 3). De studies die in dit hoofdstuk worden gepresenteerd waren specifiek gericht op het onderzoeken van de rollen van toekomstig tijdsperspectief (studies 1, 2 en 3) en het huidige tijdsperspectief (studie 3) in de context van ondernemerschap in een dergelijk mechanisme. Onderzoek 1 en 2 werden uitgevoerd met steekproeven onder voornamelijk westerse eigenaren van kleine bedrijven die online werden gerekruteerd. Onderzoek 3 werd uitgevoerd met een steekproef onder Indonesische eigenaren van kleine bedrijven die waren gerekruteerd in de regio Jakarta, Indonesië. Deelnemers aan de drie onderzoeken werd gevraagd vragenlijsten in te vullen omtrent maatregelen die betrekking hadden op de variabelen van interesse (motieven van ondernemerschap, tijdsperspectief, groei-intenties, huidige betrokkenheid bij groeigedrag) en demografische

variabelen. De resultaten van de drie onderzoeken boden een consistente ondersteuning voor de idee dat op kansen gebaseerd ondernemerschap indirect en positief verband hield met de intenties voor bedrijfsgroei en de huidige betrokkenheid bij groei drang vanuit toekomstig tijdsperspectief. Het bemiddelende effect van toekomstig tijdsperspectief in de negatieve associatie van op noodzaak gebaseerd ondernemerschap met intenties voor bedrijfsgroei en de huidige betrokkenheid bij groei drang bleek alleen significant te zijn in onderzoek 3. Bovendien werd de negatieve associatie van op noodzaak gebaseerd ondernemerschap met intenties voor bedrijfsgroei en groeigedrag gemedieerd door het huidige tijdsperspectief.

Hoofdstuk 4 presenteert drie studies om te onderzoeken waarom eigenaren van kleine bedrijven die voornamelijk op kansen gebaseerd zijn de neiging hebben toekomstgericht te zijn in het runnen van hun bedrijf en dus sterke intenties hebben bedrijfsgroei na te streven, terwijl eigenaren van kleine bedrijven die voornamelijk op nood gebaseerd zijn dat niet doen. In deze drie onderzoeken werd de rol van het gevoel van eigenwaarde van ondernemers (d.w.z. de subjectieve beoordelingen van ondernemers over de waardigheid van hun bedrijfseigendom) onderzocht. Vergelijkbaar met de onderzoeken die in hoofdstuk 3 worden gepresenteerd, zijn de onderzoeken 1 en 2 in dit hoofdstuk uitgevoerd met steekproeven onder voornamelijk westerse eigenaren van kleine bedrijven die online werden gerekruteerd. Onderzoek 3 werd uitgevoerd met een steekproef onder Indonesische eigenaren van kleine bedrijven die waren gerekruteerd in de regio Jakarta, Indonesië. In de drie onderzoeken werd de deelnemers gevraagd vragenlijsten in te vullen met schalen die de variabelen van interesse meten (d.w.z. motieven van ondernemerschap, ondernemersgeest, toekomstperspectief, algemene zakelijke groei-intenties, concrete groei-intenties) en demografische variabelen. Bovendien werden variaties in het gevoel van eigenwaarde van ondernemers geïnduceerd in onderzoeken 2 en 3. In onderzoek 2 werden variaties in het gevoel van eigenwaarde van ondernemers experimenteel geïnduceerd in twee versies van een schrijftaak: een vereenvoudigde versie waarin deelnemers werd gevraagd naar een deel van hun eigen, persoonlijke positieve kijk op hun bedrijf, en een uitgebreide versie waarin hen bovendien werd gevraagd uitgebreid in te gaan op deze opvattingen en om te schrijven over de positieve kijk van anderen op hun bedrijf. In onderzoek 3, uitgevoerd in Indonesië, werden variaties in het gevoel van eigenwaarde van ondernemers experimenteel geïnduceerd door deelnemers te vragen de positieve mening van anderen over hun bedrijf op te schrijven. Een controlevoorwaarde werd opgenomen in onderzoeken 2 en 3. De resultaten van de drie onderzoeken boden consistente

ondersteuning voor de idee dat de indirecte positieve associatie van op kansen gebaseerd ondernemerschap en zakelijke groei-intenties werd gemedieerd door achtereenvolgens het gevoel van eigenwaarde van ondernemers en het toekomstperspectief. Wat betreft op behoeften gebaseerd ondernemerschap; zelfrespect van ondernemers en toekomstperspectief bleken achtereenvolgens de indirecte negatieve relatie tussen op noodzaak gebaseerd ondernemerschap en de intentie voor bedrijfsgroei te bemiddelen in studies 1 en 2. Bovendien bleek in studie 2 dat eigenaren van kleine bedrijven die gevraagd werden een uitgebreide versie van de schrijftaak uit te voeren, doorgaans een significant hoger niveau van ondernemersgeest hadden dan degenen in de controleconditie. Met andere woorden, het niveau van het gevoel van eigenwaarde van ondernemers kan worden vergroot door eigenaren van kleine bedrijven te vragen een uitgebreide versie van de schrijftaak uit te voeren.

De samenvatting van de belangrijkste bevindingen, de algemene discussie over de bevindingen en de algemene conclusies van de bevindingen worden gepresenteerd in hoofdstuk 5. Ten eerste is in het algemeen beloningsgerichte motivatie een betere voorspeller van motivatie voor bedrijfsgroei dan op veiligheidsgerichte motivatie. Ten tweede zijn eigenaren van kleine bedrijven die overwegend gericht zijn op promotie, geneigd te geloven dat bedrijfsgroei tot positievere resultaten zal leiden dan degenen die voornamelijk gericht zijn op preventie. Het betekent echter niet automatisch dat eigenaren van kleine bedrijven die preventiegericht zijn altijd sceptisch zullen zijn over de resultaten van bedrijfsgroei. Ze kunnen een positievere kijk hebben op bedrijfsgroei, zolang ze bereid zijn hun positieve perceptie van hun competentie met betrekking tot het nastreven van bedrijfsgroei te verbeteren. Ten derde, in vergelijking met eigenaren van kleine bedrijven die voornamelijk op nood zijn gebaseerd, zijn eigenaren van kleine bedrijven die voornamelijk op kansen zijn gebaseerd over het algemeen toekomstgericht in het runnen van hun bedrijf. Hun neiging om toekomstgericht te zijn komt voort uit hun vermeende waardigheid van hun bedrijfseigendom, genaamd eigenwaarde als ondernemer. Zowel positieve beoordelingen van de waardigheid van hun eigen bedrijf als de neiging om toekomstgericht te zijn bij het runnen van hun bedrijf zijn inderdaad belangrijke variabelen die verklaren waarom op kansen gebaseerde eigenaren van kleine bedrijven van plan zijn om hun bedrijf te laten groeien. Tenslotte is de relatie tussen op noodzaak gebaseerd ondernemerschap en motivatie voor bedrijfsgroei complex. Er kunnen veel factoren zijn (bijvoorbeeld sociaaleconomische factoren, culturele factoren, psychologische factoren) die de rol van het tijdsperspectief en het gevoel van eigenwaarde van

ondernemers beïnvloeden in de relatie tussen op noodzaak gebaseerd ondernemerschap en motivatie voor bedrijfsgroei. Daarom is de ongetwijfeld belangrijk rekening te houden met verschillende factoren bij het onderzoeken van de gevolgen van op noodzaak gebaseerd ondernemerschap voor het nastreven van bedrijfsgroei. Al met al is de beslissing om zakelijke groei na te streven een complexe beslissing, beïnvloed door vele factoren en omstandigheden.