

Reiner Braun

Erkennung unternehmerischer Chancen

*Ein multidisziplinärer Ansatz
aus der Entrepreneurship-Forschung*

Verlag Dr. Koyac

Hamburg

1'u. -•: h'

Bibliothek

HOCHSCHULE

LIECHTENSTEIN

2006

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	X
Abkürzungsverzeichnis	XI
1. Einleitung	1
1.1. Problemstellung und Vorgehensweise	1
1.2. Methodologische Vielfalt	3
1.2.1. Methodologischer Individualismus in der Entrepreneurship-Forschung	3
1.2.2. Austrian Economics und methodologischer Individualismus	4
1.2.3. Institutionalismus und methodologischer Holismus	6
1.2.4. Institutioneller Individualismus und Implikationen für diese Arbeit	7
2. 'Opportunity Identification' und Entrepreneurship-Theorie	11
2.1. Einleitung und Begrifflichkeiten	11
2.2. Unternehmerische Gelegenheit und ihre Identifizierung	11
2.2.1. Unternehmerische Gelegenheit	11
2.2.2. Unternehmerische Gelegenheit und Innovation	17
2.2.3. 'Opportunity Identification'	20
2.2.3.1. Überblick und ontologische Kontroverse	20
2.2.3.2. Ökonomische Konzepte	22
2.2.3.3. Kognitionswissenschaftliche Konzepte	26
2.2.3.3.1. Einleitung und Begrifflichkeiten	26
2.2.3.3.2. Prozessmodell der 'Opportunity Identification'	30
2.3. Individual-OpportunityNexus'-Ansatz	33
2.3.1. Unternehmerischer Prozess	34
2.3.2. Unternehmerische Entscheidungen	35
2.3.3. 'Opportunity Identification' im 'Individual-Opportunity Nexus-Ansatz'	37
2.3.3.1. Zugang zu relevanten Informationen	37
2.3.3.1.1. Lebenserfahrungen	38
2.3.3.1.2. Informationssuche	39
2.3.3.1.3. Soziale Beziehungen	40
2.3.3.2. Verarbeitung relevanter Informationen	40

2.3.3.2.1.	Absorptionsvermögen	41
2.3.3.2.2.	Kognitive Prozesse	42
2.4.	Theoriebildung in der Entrepreneurship-Forschung	44
2.4.1.	Zwei Archetypen von Entrepreneurship-Theorien	44
2.4.2.	Zentrale Annahmen der Archetypen	45
2.4.2.1.	Unternehmerische Gelegenheiten	45
2.4.2.2.	Der Entrepreneur als Individuum	46
2.4.2.3.	Entscheidungskontext	47
3.	Augewählte Aspekte der Innovationsforschung	49
3.1.	Einleitung und Begrifflichkeiten	49
3.1.1.	Innovation	49
3.1.2.	Wissen als öffentliches Wirtschaftsgut	50
3.1.3.	Lernen, Suchen und Forschen	52
3.2.	Traditionelles Innovationsbild	54
3.3.	Modernes Innovationsbild	56
3.3.1.	Überblick über die evolutorische Ökonomik	56
3.3.2.	Evolutorische Innovationsökonomik	58
3.3.2.1.	Evolutorische Ökonomik und Innovation	58
3.3.2.2.	Kumulative, kollektive Lernprozesse	60
3.3.2.3.	Innovationsprozess als Experimentieren und Lernen	63
3.4.	Innovationssysteme	63
3.4.1.	Einleitung, Einordnung und Geschichte	63
3.4.2.	Charakterisierung	68
3.4.2.1.	Definition	68
3.4.2.2.	Institutioneller Rahmen	70
3.4.2.3.	Kooperatives Verhalten	75
3.4.3.	Typologien von Innovationssystemen	78
3.4.4.	Abgrenzung eines Innovationssystems	79
3.4.5.	Beispiel für die Konzeption eines Innovationssystems	80
3.4.6.	Funktionen und Funktionsfähigkeit von Innovationssystemen	82
3.4.7.	Probleme innerhalb von Innovationssystemen	85
4.	Netzwerke	87
4.1.	Einleitung	87
4.2.	Netzwerktheorie	89
4.3.	Netzwerkperspektive	91

4.3.1. Soziale Beziehungen	92
4.3.2. Netzwerkanalyse	97
4.3.2.1. Datenerhebung	99
4.3.2.2. Datenpräsentation	100
4.3.2.3. Datenanalyse	101
4.4. Netzwerke und Innovation	101
5. Räumliche Nähe im Innovationsprozess	105
5.1. Räumliche Nähe und Innovation	105
5.2. Räumliche Nähe und Innovationssysteme	108
6. Entrepreneurship-Forschung und methodologischer Holismus	111
6.1. ‚Opportunity Identification‘ aus holistischer Perspektive	111
6.2. Systemischer Zugriff auf das Entrepreneurship-Phänomen	114
6.2.1. Ansatz sozialer Systeme von VAN DE VEN und GARUD	114
6.2.2. Systemischer Ansatz von CAUTHORN	118
7. ‚Opportunity Identification‘-System - Ein multidisziplinärer Ansatz	121
7.1. Einordnung, Grundüberlegungen und Definition	121
7.2. Ein Opportunity System	124
7.3. Unternehmerische Gelegenheit	126
7.4. ‚Opportunity Identification‘ als Experimentieren und Lernen	127
7.4.1. ‚Opportunity Identification‘ im evolutorischen Paradigma	127
7.4.2. Modellierung als Lernprozess	131
7.5. Systemischer Zugriff	133
7.5.1. Einleitung	133
7.5.2. Akteure	134
7.5.3. Institutioneller Rahmen	137
7.6. Netzwerkperspektive	140
7.6.1. Netzwerkanalyse	140
7.6.2. Netzwerke und ‚Opportunity Identification‘	141
7.6.2.1. Zugang zu relevanten Informationen	142
7.6.2.2. Verarbeitung relevanter-Informationen	145
7.7. Räumliche Nähe, Netzwerke und ‚Opportunity Identification‘	147
8. Fazit	151
8.1. Nutzen eines solchen ‚Opportunity Identification‘-Systems	151
8.2. Zusammenfassung und Forschungsdesiderata	153
Literaturverzeichnis	157

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Shane's Modell des Entrepreneurial Process_____	34
Abbildung 2 Matrix fundamentaler Annahmen der beiden Archetypen____	45
Abbildung 3 Stilisiertes Innovationssystem_____	81
Abbildung 4 Entrepreneurship im systemischen Zugriff nach CAUTHORN	119
Abbildung 5 Subsystem der unternehmerischen Gelegenheit_____	125
Abbildung 6 Kettenmodell der Identifizierung unternehmerischer Gelegenheiten_____	132
Abbildung 7 Ein 'Opportunity Identification'-System	137