

Philipp Lepenies

**Marktentwicklung
durch Voucher?**

**Eine institutionen-ökonomische Analyse des
„Microenterprise Training Voucher Scheme“
in Paraguay**

PETER LANG
Europäischer Verlag der Wissenschaften

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	xi
Benutzte Abkürzungen	xiii
Einleitung	1
Zur Methodik der Untersuchung	7
Teil 1	
Theoretischer Hintergrund: Markt als Wettbewerb, Information als Problem, Institutionen als Lösung	13
1.1 Markt, Wettbewerb und kostenlose Information	17
1.1.1 Die klassischen Grundzüge: Adam Smith	17
1.1.2 Die Neoklassik: Perfekter Wettbewerb	20
1.1.3 Wettbewerb und kostenlose Information	24
1.1.4 Frühe Kritik an vollkommener Information: Schumpeter und Hayek	25
1.1.4.1 Schumpeters Unternehmer und die kreative Zerstörung	26
1.1.4.2 Wettbewerb kontra perfekter Wettbewerb: von Hayek	30
1.1.5 Zusammenfassung	32
1.2 Markt und Entwicklung	33
1.2.1 Der Markt und die Mikrounternehmer	39
1.2.2 Zusammenfassung	41
1.3 Die Neue Institutionenökonomie: Information als Problem und Institutionen als Lösung	42
1.3.1 Der Preis der Information	46
1.3.2 Ausgewählte Analysekomponenten der NIE	48
1.3.2.1 Prinzipal-Agent-Ansatz	49
1.3.2.2 Moral Hazard	50
1.3.2.3 Adverse Selektion	51
1.3.3 Zusammenfassung	52
1.3.4 Exkurs: Reaktion auf Unzufriedenheit durch Exit und Voice	53
1.3.4.1 Unzufriedenheit durch Qualitätsmängel	54
1.3.4.2 Exit	56
1.3.4.3 Voice	56
1.3.4.4 Loyalität	59
1.4 Information und Institutionen in der Entwicklungsdebatte	61
1.4.1 Entwicklung als „Institution-Building“	63
1.4.2 Zusammenfassung	66

Teil 2

Der Markt für Mikrounternehmer-Weiterbildung: Voucher- Vergabe als Mittel der Marktentwicklung und die Lösung der Informationsprobleme	69
2.1 Die Rolle der Mikrounternehmer-Weiterbildung	69
2.2 Markt und Information im Weiterbildungssektor	73
2.3 Bildungsmärkte und Voucher bei Friedman	75

Teil 3

Das Voucher-Projekt in Paraguay	79
3.1 Theoretische Annahmen des Projekts	79
3.1.1 Nachfrageförderung statt Angebotssubventionierung	79
3.1.2 Das Voucher-System des ursprünglichen Modells	83
3.2 Die Entstehung des Voucher-Projekts	86
3.2.1 Vorgeschichte und institutionelle Ausgestaltung	86
3.2.2 Kontrolle der Information und der Qualität	88
3.3 Weitere Entwicklungen und Ergebnisse vorangegangener Untersuchungen	90
3.3.1 Ergebnisse der ersten Phase	90
3.3.2 Die zweite Phase des Projekts	90
3.3.3 Dritte und vierte Phasen des Projekts	93
3.4 Das Projekt im Jahr 2000	97
3.4.1 Änderungen und Gemeinsamkeiten mit dem ursprünglichen Modell	97
3.4.2 Die detaillierte Funktionsweise im Jahr 2000	98

Teil 4

Analyse des Trainingsmarktes: Ergebnisse der Feldforschung	103
4.1 Begründung für die Beschäftigung mit dem Projekt und Ziel der empirischen Untersuchung	103
4.2 Paraguay im Jahr 2000	107
4.2.1 Die geographische Situation	107
4.2.2 Die demographische und soziale Situation	108
4.2.3 Die Situation der Frauen in Paraguay	110
4.2.4 Die wirtschaftliche Situation	111

4.2.4.1	Die Rolle Paraguays im Mercosur	115
4.2.4.2	Der informelle Sektor in der offiziellen Statistik	116
4.2.4.3	Informelle Tätigkeiten als Geschäftspraxis in Paraguay	117
4.2.4.4	Entwicklungshindernisse aus Sicht der Unternehmer	118
4.2.5	Die politische Situation	119
4.2.6	Zusammenfassung	122
4.3	Die Marktverwaltung: Arbeitsweise der Projektverwaltung (UEP) und der Voucher-Vergabestelle (CEPAE)	125
4.3.1	Die Projektverwaltung UEP	125
4.3.1.1	Der Finanzierungsprozeß	125
4.3.1.2	Die Supervision	130
4.3.2	Die Voucher-Vergabestelle CEPAE	133
4.3.3	Zusammenfassung	135
4.4	Das Marktangebot: die Trainingsinstitute	137
4.4.1	Die Institute des Hinterlandes	137
4.4.2	Die Trainingsinstitute in der Region Ciudad del Este	140
4.4.3	Die Trainingsinstitute in Asunción	141
4.4.4	Zusammenfassung	144
4.5	Die Marktnachfrage: die Mikrounternehmer	149
4.5.1	Wer sind die Mikrounternehmer?	149
4.5.1.1	Geschlecht und Alter	149
4.5.1.2	Anzahl der Kinder	151
4.5.1.3	Schulbildung	152
4.5.1.4	Tätigkeiten	153
4.5.1.5	Dauer der Beschäftigung	154
4.5.1.6	Unternehmensgröße, Informatik und Buchhaltung	155
4.5.1.7	Fremdfinanzierung und Kredit	156
4.5.1.8	Weitere Tätigkeiten	158
4.5.1.9	Zusammenfassung	162
4.5.2	Das Verhalten der Nachfrager auf dem Markt	163
4.5.2.1	Welche Kurse gewählt werden	163
4.5.2.2	Zufriedenheit mit den Kursen	164
4.5.2.3	Wie sich die Mikrounternehmer über das Projekt informieren	165
4.5.2.4	Transaktionskosten der Mikrounternehmer	168
4.5.2.5	Der Nutzen der Kurse aus der Sicht der Mikrounternehmer	170
4.5.2.6	Die Stabilität der MikroUnternehmertätigkeit	173
4.5.2.7	Zusammenfassung	174
4.5.3	Profile ausgewählter Mikrounternehmer	176
4.5.4	Typologie der Mikrounternehmer	182

Teil 5

Marktentwicklung durch Voucher?	189
5.1 Wettbewerb durch Nachfrageförderung?	189
5.2 Die Marktrealität aus institutionen-theoretischer Sicht	194
5.2.1 Die „Spielregeln“	194
5.2.2 Moral Hazard	197
5.2.3 Adverse Selektion	198
5.2.4 Die Anreize, sich am Projekt zu beteiligen	199
5.3 Exit, Voice und Voucher	203
5.3.1 Information und Ignoranz	204
5.3.2 Bedingungen für das Funktionieren von Voucher-Projekten	206
5.3.3 Exit und Voice in Paraguay	207
5.4 Grenzen und Möglichkeiten des Voucher-Projekts: abschließende Betrachtung	211
Bibliographie	217
Anhang	241