

Helmut Schmalen/Hans Pechtl

# Technische Neuerungen in Kleinbetrieben

Eine empirische Untersuchung zur Einführung  
von elektronischer Datenverarbeitung  
in Handwerksbetrieben

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
<u>Gesamtbibliothek</u>	
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>	
Inventar-Nr. :	43.830
Abstell-Nr. :	A 31/284
Sachgebiete :	1.8.2
	00271189

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

# Inhaltsverzeichnis

Seite

1.	Positionierung des Untersuchungsgegenstands	1
1.1	Adoption und Diffusion als Elemente technisch-ökonomischen Wandels	1
1.2	Der Diffusionsprozeß als komplexes Phänomen	2
1.3	Der Adoptionsprozeß als komplexes Verhaltensmuster	8
1.3.1	Die Adoptionsentscheidung als S-O-R-Modell	8
1.3.2	Der Adoptionsprozeß als Phasenmodell	10
1.3.3	Mögliche Ergebnisse des Adoptionsverhaltens	14
1.4	Inhalt der Diffusionsforschung	16
1.5	Zielsetzung und Vorgehensweise der empirischen Untersuchung	18
2.	Konzeption des Untersuchungsrahmens	21
2.1	Aufbau der empirischen Untersuchung	21
2.1.1	Abgrenzung des betrachteten Handwerksbereichs	21
2.1.2	Gestaltung des Fragebogens und Konzeption der Datenerhebung	22
2.1.3	Rücklauf der Befragungen	24
2.1.4	Repräsentanz des Datenmaterials	25
2.1.5	Vorgehensweise bei der Datenauswertung	27
2.2	Merkmale der EDV-Diffusion im Handwerk	29
2.2.1	Ideendiffusion und physische Diffusion	29
2.2.2	Diffusionsprozesse auf der Anbieterseite	30
2.2.3	"Post-innovative improvements" der Innovation EDV	31
2.3	Operationalisierung der Ergebnisvariablen des Adoptionsprozesses von EDV	33
3.	Die Kontextstruktur des Handwerksbetriebs	36
3.1	Kontextstruktur und Adoptionsverhalten in der Literatur	36
3.2	Operationalisierung der Kontextstruktur	43
3.3	Kontextvariablen und Ergebnisse des EDV-Adoptionsprozesses	55
3.3.1	Der Einfluß auf den Zeitpunkt der Ideenakzeptierung	55
3.3.2	Der Einfluß auf die Unterscheidung von Überlegern und Passiven	60
3.3.3	Einfluß auf die Einführungsentscheidung	65
3.3.4	Einfluß der Kontextvariablen auf die "Stufe" des Abbruchs im Adoptionsprozeß	69
3.3.5	Einfluß auf den Implementierungsgrad	70

3.4	Zusammenfassung: Diffusionstheoretische Erkenntnisse	74
4.	Die wahrgenommenen EDV-Eigenschaften	75
4.1	Zu einer Taxonomie des Begriffs "Innovation" in der Diffusionsforschung	75
4.1.1	Grundsätzliche Interpretationen des Begriffs "Innovation"	75
4.1.2	Adoptionsrelevante Innovationseigenschaften	78
4.1.3	Der Neuigkeitsgrad von Innovationen	83
4.1.4	Messung der Innovationseigenschaften	91
4.1.5	Die Interdependenzstruktur der Innovationseigenschaften anhand von Plausibilitätsüberlegungen	94
4.2	Messung der wahrgenommenen Innovationseigenschaften von EDV	96
4.2.1	Vorbemerkungen	96
4.2.2	Die originären und derivativen EDV-Eigenschaften	96
4.2.3	Der Neuigkeitsgrad von EDV als explikative Eigenschaft	102
4.2.4	Die Unsicherheit bei der Einschätzung von Innovationseigenschaften	104
4.2.5	Befürchtung einer zu frühen Einführung	105
4.3	Determinanten der Wahrnehmung der EDV-Eigenschaften	105
4.3.1	Allgemeine Anmerkungen	105
4.3.2	Analyse der Überleger und Passiven	107
4.3.3	Analyse der Adopter und Rejektoren	110
4.3.4	Zusammenfassung des Untersuchungsschritts	112
4.4	Die Interdependenzstruktur der EDV-Eigenschaften	114
4.4.1	Vorbemerkungen	114
4.4.2	EDV-Neuigkeitsgrad und EDV-Eigenschaften	115
4.4.3	EDV-Rigidität und EDV-Eigenschaften	116
4.4.4	Unsicherheit und EDV-Eigenschaften	117
4.4.5	Die Interdependenzen innerhalb der originären EDV-Eigenschaften	119
4.4.6	Die Interdependenzen der originären mit den derivativen Innovationseigenschaften	121
4.4.7	Die Interdependenzen innerhalb der derivativen Innovationseigenschaften	123
4.4.8	Einordnung der Finanzierungsprobleme in die Interdependenzstruktur	125
4.4.9	Die Interdependenzen mit der Befürchtung einer zu frühen Einführung	127
4.4.10	Zusammenfassung des Untersuchungsschritts	129
4.5	Der Einfluß der Innovationseigenschaften auf Ergebnisse des EDV-Adoptionsprozesses unter Berücksichtigung der Kontextvariablen	131
4.5.1	Vorbemerkungen zum Schätzansatz	131
4.5.2	Determinanten der Ideenakzeptierung	134

4.5.3	Determinanten der Einführungsentscheidung	140
4.5.4	Determinanten des Implementierungsgrads	145
4.6	Zusammenfassung: Diffusionstheoretische Erkenntnisse	146
5.	Das Buying Center im Handwerksbetrieb	149
5.1	Buying Center und Adoptionsverhalten	149
5.2	Operationalisierung des Buying Centers	154
5.2.1	Vorbemerkungen	154
5.2.2	Die Struktur des Buying Centers	155
5.2.3	Ableitung von Strukturkriterien	159
5.2.4	Interdependenzen im Buying Center	162
5.3	Kontextvariablen und Struktur des Buying Centers	166
5.4	Struktur des Buying Centers und Wahrnehmung der EDV-Eigenschaften	168
5.4.1	Interdependenzen mit den explikativen Innovationseigenschaften	169
5.4.2	Interdependenzen mit der Wahrnehmung der originären und derivativen Innovationseigenschaften	171
5.4.3	Der Einfluß des EDV-Wissens auf die Wahrnehmung der Innovationseigenschaften	174
5.4.4	Zusammenfassung	176
5.5	Der Einfluß der Strukturkriterien auf Ergebnisse des EDV-Adoptionsprozesses	176
5.5.1	Vorbemerkungen	176
5.5.2	Der Einfluß des Vorwissens auf die Ideenakzeptierung	177
5.5.3	Der Einfluß der Strukturkriterien des Buying Centers auf die Einführungsentscheidung	177
5.5.4	Der Einfluß der Strukturkriterien des Buying Centers auf den Implementierungsgrad	179
5.6	Zusammenfassung: Diffusionstheoretische Erkenntnisse	179
6.	Innovatoren und Imitatoren im EDV-Adoptionsprozeß	181
6.1	Eine theoretische Fundierung des Innovator/Imitator-Verhaltens	182
6.1.1	Begriffliche Klarstellungen	182
6.1.2	Charakteristik imitativen Verhaltens	185
6.1.3	Das Imitations-Netz-Modell	189
6.1.4	Ableitung verschiedener Imitatortypen	192
6.1.5	Imitatives Verhalten als kontinuierliches Merkmal	193
6.1.6	Implikationen für die empirische Untersuchung	194

6.2	Identifizierung von Erfahrungsinnovatoren und Erfahrungsimitatoren im EDV-Evaluierungsprozeß	195
6.2.1	Vorbemerkungen zum Erfahrungsimitator	195
6.2.2	Die Erfahrung von Adoptern als Informationsquelle	196
6.2.3	Die Bedeutung des Erfahrungsfundus	200
6.2.4	Ableitung der Erfahrungsimitatoren und Erfahrungsinnovatoren	201
6.2.5	Das Szenario des imitativen Verhaltens	203
6.3	Kontextvariablen als Determinanten imitativen Verhaltens	208
6.4	Die Struktur des Buying Centers als Determinante imitativen Verhaltens	211
6.5	Der Einfluß des imitativen Verhaltens auf die Wahrnehmung der Innovationseigenschaften	214
6.5.1	Vorbemerkungen	214
6.5.2.	Interdependenzen mit den explikativen Innovationseigenschaften	215
6.5.3.	Interdependenzen mit den originären und derivativen Innovationseigenschaften	217
6.5.4	Zusammenfassung	224
6.6	Der Einfluß des innovatorischen/imitativen Verhaltens auf Ergebnisse des Adoptionsprozesses	224
6.7	Zusammenfassung: Diffusionstheoretische Erkenntnisse	228
7.	Schlußbemerkungen	231
7.1	Diffusionstheoretisches Fazit	231
7.2	Implikationen für eine Technologieförderung im Handwerk	234
	Anhang A: Fragebogen Teil I	239
	Anhang B: Fragebogen Teil II	241
	Literaturverzeichnis	251
	Sachverzeichnis	266