

Matthias Häsel

Kompetenz von IT-Experten in internetbasierten Gründungsunternehmen

Eine conjointanalytische Untersuchung
von Präferenzen und Wertwahrnehmung

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Tobias Kollmann

GABLER EDITION WISSENSCHAFT

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	xv
Tabellenverzeichnis	xvii
Akronymverzeichnis	xix
1 Einführung und Motivation	1
1.1 Komplementäre Kompetenzen in heterogenen Gründerteams	4
1.1.1 Rollenverteilung im Gründerteam	6
1.1.2 Beteiligungsverhältnisse im Gründerteam	7
1.2 Problemstellung und Identifikation der Forschungslücke	9
1.2.1 Forschungsbedarf aus Sicht der Entrepreneurshipforschung	11
1.2.2 Forschungsbedarf aus Sicht der Wirtschaftsinformatik . .	12
1.3 Formulierung der Forschungsfragen	14
1.4 Aufbau der Arbeit	15
2 Modellierung der Kompetenz von IT-Experten im E-Entrepreneurship	17
2.1 Kompetenztheoretische Fundierung	18
2.1.1 Kompetenz als Forschungsgegenstand	19
2.1.2 Organisationale und individuelle Kompetenz	21
2.1.3 Zusammenhang von Kompetenz und Wissen	24
2.2 Theoretischer Bezugsrahmen zur Kompetenzmodellierung	30
2.3 Identifikation relevanter Kompetenzkomponenten	36
2.3.1 Kompetenzmodelle in der Wirtschaftsinformatik	37
2.3.2 Anforderungen an IT-Experten im E-Business-Umfeld . .	44
2.3.2.1 Kontextspezifische Besonderheiten	45
2.3.2.1.1 Technologie	46
2.3.2.1.2 Markt	48
2.3.2.2 Anforderungen an elektronische Produkte	50
2.3.2.3 Anforderungen an die Softwareentwicklung . .	52
2.3.2.4 Kompetenzmodelle mit E-Business-Bezug	57
2.3.3 Anforderungen an IT-Experten im E-Entrepreneurship . .	61
2.4 Kompetenzmodell für IT-Experten im E-Entrepreneurship	65

2.4.1	Informatische Kompetenz	66
2.4.1.1	Technologiewissen	72
2.4.1.2	Konzeptwissen	74
2.4.1.3	Realisierungskompetenz	76
2.4.2	Unternehmerische Kompetenz	79
2.4.2.1	Betriebswirtschaftliches Wissen	83
2.4.2.2	Gründungskompetenz	85
2.4.2.3	Kommunikations- und Führungskompetenz	87
2.4.3	Transdisziplinäre Kompetenz	90
2.4.3.1	E-Business-Kompetenz	94
2.4.3.2	Wirtschaftsinformatischer Weitblick	96
2.5	Zwischenfazit	99
3	Einflussfaktoren auf Präferenzen und Wertwahrnehmung	101
3.1	Nutzentheoretische Fundierung	101
3.1.1	Nutzenfunktionen als Mittel der Präferenzmodellierung	102
3.1.2	Anteilszugeständnisse als Indikator der Wertwahrnehmung	105
3.2	Theoretischer Bezugsrahmen zur Kompetenzbewertung	109
3.2.1	Klassifikation von Einflussfaktoren	110
3.2.2	Sozialpsychologischer Hintergrund	112
3.2.2.1	Ähnlichkeitseffekte	113
3.2.2.2	Stereotypisierung	113
3.2.2.3	Eigen-Gruppen-Bevorzugung	115
3.2.2.4	Fremd-Gruppen-Homogenität	115
3.2.2.5	Selbstwerterhaltung	116
3.3	Hypothesenbildung	117
3.3.1	Hypothesen zum Einfluss kontextbedingter Faktoren	118
3.3.1.1	Innovativität des Produktes	121
3.3.1.2	Komplexität des Produktes	124
3.3.1.3	Volatilität des Produktes	126
3.3.2	Hypothesen zum Einfluss personenbedingter Faktoren	129
3.3.2.1	Kompetenz des Bewertenden	130
3.3.2.2	Erfahrung des Bewertenden	133
3.3.3	Hypothesen zu weiterführenden Zusammenhängen	135
3.3.3.1	Präferenzen und Wertwahrnehmung	135
3.3.3.2	Wertwahrnehmung und Zufriedenheit	136
3.4	Zwischenfazit	138

4	Empirische Erhebung	139
4.1	Eignung der Conjoint-Analyse als Untersuchungsinstrument . . .	140
4.1.1	Charakterisierung der Conjoint-Analyse	141
4.1.2	Anwendungen in Forschung und Praxis	143
4.1.3	Evaluation alternativer conjointanalytischer Verfahren . .	144
4.1.3.1	Klassische Ansätze	145
4.1.3.2	Choice-Based Conjoint-Analyse	146
4.1.3.3	Hybride Ansätze	147
4.1.3.4	Adaptive Conjoint-Analyse	148
4.1.4	Erweiterung zur Schätzung des Anteilszugeständnisses . .	150
4.2	Erhebungsdesign	152
4.2.1	Conjointanalytischer Erhebungsteil	153
4.2.1.1	Merkmale und Merkmalsausprägungen	153
4.2.1.1.1	Kompetenzkomponenten	154
4.2.1.1.2	Anteilsverhältnis	156
4.2.1.2	Festlegung der Präferenzmodelle	158
4.2.1.3	Konfiguration der Umfragesoftware	159
4.2.1.3.1	Merkmalsausschluss	159
4.2.1.3.2	Merkmalsbewertung	160
4.2.1.3.3	Bestimmung der Wichtigkeiten	160
4.2.1.3.4	Paarvergleiche	161
4.2.1.3.5	Kalibrierung	162
4.2.2	Pre- und Post-Experiment-Erhebung	163
4.2.2.1	Kontextbedingte Faktoren	164
4.2.2.2	Personenbedingte Faktoren	165
4.2.2.3	Sonstige Variablen	167
4.3	Erhebung und Datenaufbereitung	168
4.3.1	Generierung der Stichprobe	168
4.3.2	Datenerfassung und Rücklauf	169
4.3.3	Non-Response- und Common-Method-Bias	172
4.3.4	Reliabilität, Datenbereinigung und -zusammenfassung . .	173
4.3.4.1	Ergebnisse der Conjoint-Analyse	174
4.3.4.2	Innovativität, Komplexität, Volatilität	175
4.3.4.3	Kompetenz des Bewertenden	176
4.3.4.4	Zufriedenheit	177
4.3.5	Beschreibung der Stichprobe	178
4.4	Zwischenfazit	180

5	Datenauswertung und Diskussion	183
5.1	Clusteranalytische Auswertung	186
5.1.1	Nutzenwerte der Kompetenzkomponenten	186
5.1.1.1	Bildung der Cluster	187
5.1.1.2	Validierung der Clusterlösung	189
5.1.1.3	Beschreibung der Cluster	191
5.1.2	Nutzenwerte der Anteilsverhältnisse	194
5.1.2.1	Bildung der Cluster	195
5.1.2.2	Validierung der Clusterlösung	195
5.1.2.3	Beschreibung der Cluster	196
5.2	Überprüfung der Hypothesen	199
5.2.1	Einfluss kontextbedingter Faktoren	199
5.2.1.1	Innovativität des Produktes	200
5.2.1.2	Komplexität des Produktes	201
5.2.1.3	Volatilität des Produktes	202
5.2.2	Einfluss personenbedingter Faktoren	202
5.2.2.1	Kompetenz des Bewertenden	202
5.2.2.2	Erfahrung des Bewertenden	204
5.2.3	Weiterführende Zusammenhänge	205
5.2.3.1	Präferenzen und Wertwahrnehmung	206
5.2.3.2	Wertwahrnehmung und Zufriedenheit	207
5.3	Diskussion der Ergebnisse	207
5.3.1	Einfluss kontextbedingter Faktoren	208
5.3.2	Einfluss personenbedingter Faktoren	211
5.3.3	Weiterführende Zusammenhänge	214
5.4	Zwischenfazit	215
6	Zusammenfassende Bewertung	217
6.1	Implikationen für die unternehmerische Praxis	218
6.2	Limitationen	221
6.3	Evaluation des Beitrages zur Forschungsliteratur	223
6.3.1	Implikationen für die Entrepreneurshipforschung	223
6.3.2	Implikationen für die Wirtschaftsinformatik	224
6.4	Ausblick	226
A	Online-Fragebogen der empirischen Untersuchung	227
A.1	Pre-Experiment-Erhebung	227
A.2	Conjointanalytischer Erhebungsteil	232
A.3	Post-Experiment-Erhebung	236

B	SPSS-Ergebnisse der empirischen Untersuchung	239
B.1	Reliabilitätsanalysen	239
B.2	Deskriptive Statistik	241
B.3	Untersuchung kontextbedingter Einflüsse	245
B.4	Untersuchung personenbedingter Einflüsse	248
B.5	Untersuchung weiterführender Zusammenhänge	253
	Literaturverzeichnis	257