

Indhold

Figurer	9
Forord	11
Indledning	13
OM Entrepreneurship	19
1. Samfund og Entrepreneurship	20
1.1 Entrepreneurer i historisk perspektiv	21
1.1.1 Entrepreneurer under den første industrielle revolution	23
1.1.2 Entrepreneurer under den anden industrielle revolution	24
1.1.3 Entrepreneurer under den tredje industrielle revolution	29
Samfund og Entrepreneurship	33
2. Universitet og Entrepreneurship	34
2.1 Viden	34
2.1.1 Vidensystemet i Danmark	35
2.1.2 Viden og erhvervsliv	39
2.2 Videnskab	44
2.2.1 Universiteterne	44
2.2.2 Vidensområderne	45
2.2.2.1 Naturvidenskab og teknologi	46
2.2.2.1.1 Grundvidenskaber	48
Astronomi	48
Fysik	49
Kemi	50
Biologi	51
Geologi	52
Geografi	53
Matematik	54
Datalogi	54
2.2.2.1.2 Generiske teknologier	56
2.2.2.1.3 Produktion	58
2.2.2.2. Samfundsvidenskab og humaniora	60
2.2.2.2.1 Samfund og individ	62
2.2.2.2.2 Samfunds- og kulturfag	64
Økonomi	64
Politologi	65
Jura	66
Sociologi	66
Psykologi	69
Antropologi	71

Arkæologi	71
Historie	72
Kultur	74
2.2.2.2.3 Teorifag	75
Filosofi	75
Sprog	78
2.2.2.2.4 Æstetiske fag	79
Æstetik	79
Æstetik og design	80
Kunsthistorie	81
Arkitektur	82
Mode	82
Litteratur	82
Musik, dans og teater	84
Sport	84
Medier	85
Kommunikation	86
Pædagogik	87
2.2.2.2.5 Etik og eksistens	87
Etik	87
Eksistens	88
2.2.2.2.6 Modernisme og postmodernisme	89
2.2.2.2.7 Samfunds- og humanvidenskabernes samfundsbetydning	90
2.3 Videnskultur	91
2.3.1 Silofabrikken	91
2.3.2 Elfenbenstårnet	95
2.3.3 Paradigmerne	97
2.3.4 Ledelsen	102
Universitet og Entrepreneurship	105
3. Forskning og undervisning i Entrepreneurship	106
3.1 Forskning	106
3.1.1 Makroøkonomi	107
3.1.2 Mikroøkonomi	107
3.1.2.1 Virksomheden	107
3.1.3 Entrepreneurship	112
3.1.3.1 Innovation	113
3.1.3.2 Entrepreneurship	116
1970'erne	116
1980'erne	118
1990'erne og 2000'erne	118
3.1.3.3 Intrapreneurship	120
3.2 Undervisning	122
3.3 Konklusion	127
Forskning og undervisning i Entrepreneurship	128

I Entrepreneurship	129
4. Forretningsarenaen	130
4.1 Forretningslivet	130
4.1.1 Det generelle perspektiv	130
4.1.2 Konkurrenceevne	133
4.1.2.1 Forretningsområde	133
4.1.2.2 Konkurrencefaktorer	134
4.1.2.3 Konkurrencestrategi	136
4.1.2.4 Værdikæden	138
4.1.2.5 Konkurrencefordele	141
4.1.2.6 Global konkurrence	144
4.1.3 Samfundsudviklingen	145
4.1.3.1 Globalisering	147
4.1.3.2 En ny international arbejdsdeling	149
4.1.3.3 Reorganisering af virksomhederne	150
4.2 Markedet	153
4.2.1 Bruger-og kundedreven innovation	153
4.2.2 Community-dreven innovation	154
4.2.3 Trends	155
4.3 Danske klynger	159
Forretningsarenaen	165
5. Forretningsmuligheden	166
5.1 Muligheder i bredere forstand	166
5.1.1 Megatrends	166
5.1.2 Erhvervsklynger	169
5.1.3 Vidensområder	174
5.2 Muligheder i mere snæver forstand	178
5.2.1 Kreativ markedsforståelse	179
5.2.2 Mulighedens vindue	179
Forretningsmuligheden	182
6. Forretningsidéen	183
6.1 Det brede forretningsperspektiv	183
6.1.1 Forretningsidéens samspil med omverdenen	183
6.1.2 Strategisk innovation	187
6.2 Det snævre forretningsperspektiv	190
6.2.1 Forretningskonceptets tilblivelse	190
Forretningsidéen	193
7. Forretningsstarten	194
7.1 Den nye virksomhed	194
7.2 Strategi	194

7.2.1 Strategiformuleringer	196
Fødevarer	196
Infrastruktur	198
Medico	200
It og kommunikation	200
Vidensservice	201
Operativ service	202
Mode, indretning og oplevelser	203
7.3 Forretningsmodel	205
7.4 Forretningsorganisering	207
7.5 Markedsentré	209
7.5.1 Adgangsbarrierer	209
7.5.2 Markedsentré	211
7.5.3 Markedets livscyklus	213
7.5.4 Konkurrenternes indflydelse	216
7.6 Forretningsplanen	219
Forretningsstarten	221
8. Forretningsvæksten	222
8.1 Vækst	222
8.2 Vækstvirksomheder	226
8.2.1 Førertruppen	227
8.2.2 Klynger og regioner	229
8.3 Nye vækstvirksomheder	233
8.3.1 Iværksætterne	233
8.3.2 Vækstiværksættere	237
8.3.2.1 Entrepreneur of the Year	237
8.3.2.2 Gazellerne	240
8.3.2.3 Danskejede vækstvirksomheder	245
8.3.2.4 Vækstklimaet i danske kommuner	247
8.3.2.5 Born Global	249
8.4 Danske intrapreneurer	251
Konklusion	254
Forretningsvæksten	256
Afslutning	257
Læreprocessen	261
Litteratur	265
Index	273