

Kristin Langmann

Servicequalität in internen und externen Kunden-Lieferanten-Beziehungen

Antezedenzen und Effekte in einer modifizierten Service-Profit Chain



Nomos



Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	17
Tabellenverzeichnis	21
Anhangsverzeichnis	27
Abkürzungsverzeichnis	29
1. Problemstellung und Untersuchungsbedarf	31
1.1. Einführung in die Thematik	31
1.2. Forschungsstand und Forschungslücken	34
1.3. Forschungsfragen und Untersuchungsziele	48
1.4. Grundprinzipien der Forschung in der vorliegenden Arbeit	50
1.4.1 Einordnung der Forschungsdisziplin	51
1.4.2 Wissenschaftstheoretische Grundlagen	53
1.4.3 Paradigmatischer Ansatz	55
1.4.4 Forschungsmethodischer Ansatz	57
1.5. Aufbau der Arbeit	59
2. Theoretische Grundlagen	62
2.1. Eingrenzung: Servicekontext im Rahmen dieser Arbeit	62
2.1.1. Externe und interne Kunden-Lieferanten-Beziehungen	63
2.1.2. Gemeinsamkeiten und Unterschiede interner und externer Kunden	66
2.1.3. Business-to-Business-Geschäft und Rolle der Kundenbeziehung	68
2.1.4. Zentralstellung des Mitarbeiters für gelungene Serviceinteraktionen	71

2.2. Rahmenmodelle der Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge von interner und externer Servicequalität und von nachgelagerten Zielgrößen	73
2.2.1. Service-Profit Chain	73
2.2.1.1 Modell und Elemente der Service-Profit Chain	73
2.2.1.2 Empirische Validierung der Service-Profit Chain	75
2.2.2. Integrierte Erfolgskette	81
2.2.2.1 Modell und Elemente der integrierten Erfolgskette	81
2.2.2.2 Empirische Validierung der Integrierten Erfolgskette	82
2.3. Theoretische Fundierung der Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge von interner und externer Servicequalität und nachgelagerten Zielgrößen	83
2.3.1. Dissonanztheorie	84
2.3.2. Equitytheorie	86
2.3.3. Balancetheorie	88
2.3.4. Emotional Contagion-Ansatz	88
2.3.5. Theorie der organisationalen Unterstützung	91
2.3.6. Integratives Modell der Bedingungen für Mitarbeiterverhalten	92
2.4. Theoretische Grundlagen von Servicequalität	94
2.4.1 Zentrale Begriffsbestimmungen	94
2.4.1.1 Der Service-Begriff	94
2.4.1.2 Der Qualitäts-Begriff	96
2.4.1.3 Servicequalität	97
2.4.2 Modelle und Dimensionen der Servicequalität	99
2.4.2.1 Modelle der Servicequalität	100
2.4.2.1.1 Phasen-Modell nach Donabedian	101
2.4.2.1.2 Objektive und subjektive Teilqualitäten nach Grönroos	101
2.4.2.1.3 Dienstleistungsqualitätsmodell von Meyer & Mattmüller	102
2.4.2.1.4 Produkt-, Erstellungs- und Umgebungs-Teilqualitäten nach Rust & Oliver	104
2.4.2.1.5 Standard- und Ausnahmeservices nach Berry und Brandt	105
2.4.2.1.6 Dynamisches Prozessmodell von Boulding et al.	106
2.4.2.1.7 Beziehungsqualitätsmodell von Liljander & Strandvik	107

2.4.2.1.8	Gap-Modell und SERVQUAL-Dimensionalisierung nach Parasuraman et al.	108
2.4.2.1.9	Hierarchische Servicequalitätsmodelle	112
2.4.2.2	Dimensionalisierungen von Servicequalität	113
2.4.2.2.1	Dimensionen der externen Servicequalität	113
2.4.2.2.2	Dimensionen der internen Servicequalität	115
2.4.2.3	Ableitung der Servicequalitätsfacetten für die Servicequalitätskonzeption im Rahmen vorliegender Arbeit	122
2.4.3	Messung von Servicequalität im Rahmen der vorliegenden Arbeit	124
2.5.	Zusammenfassung und Prüfung der Erfüllung der herausgearbeiteten Anforderungen an die Entwicklung einer Servicequalitätskonzeption	126
3.	Entwicklung einer modifizierten Service-Profit Chain	128
3.1.	Entwicklung eines Entstehungsmodells von Servicequalität	128
3.1.1.	Identifikation relevanter Antezedenzen von Servicequalität	128
3.1.1.1	Stabile Einflussfaktoren auf ein servicequalitätsförderliches Mitarbeiterverhalten	129
3.1.1.1.1	Kundenorientierung als individuelles Antezedens von Servicequalität	133
3.1.1.1.2	Organisationskultur als organisationales Antezedens von Servicequalität	136
3.1.1.2	Situationeller Einfluss auf ein servicequalitätsförderliche Mitarbeiterverhalten	140
3.1.1.2.1	Ansätze zur Veränderung des Mitarbeiterverhaltens	141
3.1.1.2.2	Implementierungserfolg als situationelles Antezedens von Servicequalität: Konzeptionelle Vorüberlegungen als Basis für eine Konstruktentwicklung	146
3.1.1.2.3	Implementierungserfolg als situationelles Antezedens von Servicequalität: Theoretische Grundlagen	148

3.1.1.2.4	Implementierungserfolg als situationelles Antezedens von Servicequalität: Empirische Befunde als Basis für eine Konstruktentwicklung	152
3.1.1.2.5	Implementierungserfolg als situationelles Antezedens von Servicequalität: Konstruktdefinition	160
3.1.1.3	Zusammenführung: Antezedenzen von Servicequalität und theoretische Begründung ihres Einflusses auf ein servicequalitätsförderliches Mitarbeiterverhalten	163
3.1.2.	Zusammenhänge von Servicequalität und ihren Antezedenzen	164
3.1.2.1	Zusammenhang zwischen Organisationskultur und Servicequalität	164
3.1.2.2	Zusammenhang zwischen Organisationskultur und Kundenorientierung	166
3.1.2.3	Zusammenhang zwischen Organisationskultur und Implementierungserfolg	167
3.1.2.4	Zusammenhang zwischen Implementierungserfolg und Servicequalität	168
3.1.2.5	Zusammenhang zwischen Implementierungserfolg und Kundenorientierung	169
3.1.2.6	Zusammenhang zwischen Kundenorientierung und Servicequalität	170
3.1.3.	Zusammenhänge von interner und externer Servicequalität	171
3.1.4.	Synthese: Entstehungsmodell von Servicequalität	174
3.2.	Entwicklung eines Wirkungsmodells von Servicequalität	175
3.2.1.	Kundenzufriedenheit als Zielgröße von Servicequalität	176
3.2.2.	Kundenbindung als Zielgröße von Kundenzufriedenheit	180
3.2.3.	Zusammenhänge zwischen externer Servicequalität, externer Kundenzufriedenheit und Kundenbindung	183
3.2.3.1	Kausale Abhängigkeiten von interner und externer Servicequalität und interner und externer Kundenzufriedenheit	184
3.2.3.2	Kausale Abhängigkeiten in der externen Erfolgskette	188

3.2.4. Synthese: Wirkungsmodell von Servicequalität	191
3.3. Zusammenfassende Betrachtung der modifizierten Service-Profit Chain und Vervollständigung der Hypothesen	192
4. Operationalisierung der modifizierten Service-Profit Chain	195
4.1. Grundlagen der Strukturgleichungsanalyse	195
4.1.1. Strukturgleichungsmodelle	195
4.1.1.1 Klassen von Variablen	196
4.1.1.2 Strukturmodell und Messmodell	197
4.1.1.3 Reflektive und formative Messmodelle	198
4.1.1.4 Prozess der Strukturgleichungsmodellierung	202
4.1.1.5 Strukturanalytische Verfahren und Auswahl des Auswertungsansatzes	203
4.1.2. Gütebeurteilung von Strukturgleichungsmodellen nach dem PLS-Ansatz	207
4.1.2.1 Reliabilitäts- und Validitätsbeurteilung	207
4.1.2.2 Gütebeurteilung reflektiver Messmodelle nach dem PLS-Ansatz	210
4.1.2.3 Gütebeurteilung formativer Messmodelle nach dem PLS-Ansatz	213
4.1.2.4 Gütebeurteilung von Strukturmodellen nach dem PLS-Ansatz	216
4.2. Operationalisierung der Konstrukte	219
4.2.1. Entwicklung der Indikatoren zur Konstruktoperationalisierung	219
4.2.1.1 Schritt 1: Formulierung der Messindikatoren	220
4.2.1.2 Schritt 2: Skalierung der Messindikatoren	223
4.2.1.3 Schritt 3: Expertenüberprüfung der Messindikatoren	224
4.2.1.4 Schritt 4: Pre-Test des Messinstruments	224
4.2.2. Vorstellung des Datenerhebungskontexts	225
4.2.3. Finalisierung des Messinstruments	228
4.2.4. Spezifikation des vorläufigen Untersuchungsmodells	236
4.2.4.1 Vorbemerkung: Einschränkende Bedingungen für die Modellentwicklung	236
4.2.4.2 Spezifikation des vorläufigen Entstehungs- und Wirkungsmodells von Servicequalität	237

4.3. Datenerhebung und Datenbasis	241
4.3.1. Planung und Durchführung der Studie	241
4.3.1.1 Erhebungsmethodik	241
4.3.1.2 Stichprobe und Rücklaufquote	244
4.3.2. Vorstellung der statistischen Verfahren zur Datenanalyse	248
4.3.2.1 PLS-Kausalanalyse inkl. Multigruppenanalyse (MGA) mit SmartPLS	249
4.3.2.2 Reliabilitäts- und Faktorenanalysen, Prüfung der Datenverteilung und Mittelwertvergleiche mit SPSS	250
4.4. Zusammenfassende Betrachtung der Operationalisierung der modifizierten Service-Profit Chain	252
5. Ergebnisse der empirischen Untersuchung	253
5.1. Datenaufbereitung	253
5.2. Güteprüfung der Mess- und Strukturmodelle	254
5.2.1. Vortest: Überprüfung Faktorstruktur des Konstrukts Implementierungserfolg	256
5.2.2. Güteprüfung des Entstehungsmodells von Servicequalität	259
5.2.2.1 Schritt 1: Überprüfung Indikatorladungen im Entstehungsmodell von Servicequalität auf 1. Ordnungsebene als Basis zur Feinjustierung der Messmodelle	260
5.2.2.2 Schritt 2: Überprüfung Reliabilität und Uni-Dimensionalität der Konstrukt-Dimensionen auf der ersten Konstrukt-Ordnungsebene	264
5.2.2.3 Schritt 3: Güteprüfung der reflektiven Messmodelle im Entstehungsmodell von Servicequalität	268
5.2.2.4 Schritt 4: Güteprüfung der formativen Messmodelle im Entstehungsmodell von Servicequalität	270
5.2.2.5 Schritt 5: Güteprüfung Entstehungsmodell von Servicequalität (Strukturmodell)	274
5.2.3. Güteprüfung des Wirkungsmodells von Servicequalität	276
5.2.3.1 Schritt 1: Überprüfung Indikatorladungen im Wirkungsmodell von Servicequalität	276

5.2.3.2	Schritt 2: Überprüfung Reliabilität und Uni-Dimensionalität reflektive Konstrukte	279
5.2.3.3	Schritt 3: Güteprüfung der reflektiven Messmodelle im Wirkungsmodell von Servicequalität	281
5.2.3.4	Schritt 4: Güteprüfung der formativen Messmodelle im Wirkungsmodell von Servicequalität	284
5.2.3.5	Schritt 5: Güteprüfung des Wirkungsmodells von Servicequalität (Strukturmodell)	286
5.2.4.	Resümee: Modifizierte Modelle	289
5.3.	Untersuchungsergebnisse zum Einfluss organisationaler, individueller und situationeller Antezedenzen auf interne und externe Servicequalität	291
5.3.1.	Ergebnisse zur Beeinflussung der internen und externen Servicequalität durch Antezedenzen	291
5.3.2.	Ergebnisse von Zusatzanalysen zur Entstehung von Servicequalität	298
5.3.2.1	Ergebnisse von Moderatoranalysen in der Entstehung von Servicequalität	298
5.3.2.2	Prüfung von Erklärungen für den mangelnden Einfluss des Implementierungserfolgs auf die externe Servicequalität	301
5.4.	Untersuchungsergebnisse zum Einfluss der internen Servicequalität auf die externe Servicequalität	305
5.4.1.	Ergebnisse zum spezifischen Beitrag der internen Servicequalität zur externen Servicequalität im Vergleich zu anderen Antezedenzen	305
5.4.2.	Ergebnisse zum Einfluss spezifischer Facetten der internen Servicequalität auf die externe Servicequalität	308
5.5.	Untersuchungsergebnisse zu den Wirkungen von interner und externer Servicequalität auf nachgelagerte Zielgrößen	312
5.5.1.	Ergebnisse zum Wirkgefüge von interner und externer Servicequalität und interner und externer Kundenzufriedenheit	312
5.5.2.	Ergebnisse zum Wirkgefüge von externer Servicequalität, externer Kundenzufriedenheit und Kundenbindung	315

5.6. Untersuchungsergebnisse zur Gleichartigkeit von interner und externer Servicequalität	318
5.6.1. Ergebnisse zum Einfluss der Antezedenzen auf die Entstehung der Servicequalität in internen gegenüber externen KLB	318
5.6.2. Ergebnisse zum Einfluss der Servicequalitätsfacetten auf die Kundenzufriedenheit in internen gegenüber externen KLB	321
5.7. Zusammenfassende Interpretation der Ergebnisse	327
6. Schlussbetrachtung	332
6.1. Beitrag der vorliegenden Arbeit zu Forschung und Praxis	332
6.1.1. Konzeptioneller Beitrag	332
6.1.2. Methodischer Beitrag	334
6.1.3. Empirischer Beitrag	334
6.1.4. Praktischer Beitrag	335
6.2. Implikationen	336
6.2.1. Implikationen für die Marketingforschung	337
6.2.2. Implikationen für die Unternehmenspraxis	341
6.3. Kritische Reflexion, Limitationen und weiterführender Forschungsbedarf	346
7. Literaturverzeichnis	355
8. Anhang	401