

Dirk Annacker

Unbeobachtbare Einflussgrößen in der strategischen Erfolgsfaktorenforschung

**Ein kausalanalytischer Ansatz
auf der Basis von Paneldaten**

**Mit einem Geleitwort von
Prof. Dr. Lutz Hildebrandt**



Deutscher Universitäts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XVII
1 Problemstellung und Gang der Arbeit	1
2 Erfolgsfaktorenansatz und ressourcenorientierter Ansatz zur Erklärung des Unternehmenserfolgs	7
2.1 Der Erfolgsfaktorenansatz zur Erklärung des Unternehmenserfolgs . . .	7
2.1.1 Entwicklungslinien des Erfolgsfaktorenansatzes.	7
2.1.2 Das Basismodell des quantitativ-empirischen Ansatzes	11
2.1.3 Der PIMS-Ansatz.	14
2.1.3.1 Grundidee und Aufbau des PIMS-Ansatzes.	14
2.1.3.2 Das PAR-ROI-Modell.	16
2.1.3.3 Kritik am PIMS-Ansatz.	16
2.1.3.4 Erweiterungen des Modellansatzes in der PIMS-Forschung .	19
2.2 Der ressourcenorientierte Ansatz zur Erklärung des Unternehmenserfolgs	21
2.2.1 Grundlagen des ressourcenorientierten Ansatzes.	22
2.2.2 Ressourcen als Basis von Wettbewerbsvorteilen und über-	
durchschnittlichen Gewinnen.	24
2.2.3 Bedingungen für die Nachhaltigkeit eines Wettbewerbsvorteils	29
2.2.4 Die Bedeutung unbeobachtbarer Ressourcen für den Unter-	
nehmenserfolg.	34
2.2.5 Beurteilung des ressourcenorientierten Ansatzes.	36
2.3 Theoretische Überlegungen zur Relevanz des Erfolgsfaktorenkonzepts	41
2.3.1 Der Vorwurf der Paradoxie generalisierbarer Erfolgsstrategien	42
2.3.2 Annahme der sicheren Implementierbarkeit von Erfolgsfak-	
torenstrategien.	44
2.3.3 Annahme der unsicheren Implementierbarkeit von Erfolgs-	
faktorenstrategien.	49

2.3.4	Annahme der Nichtimplementierbarkeit von Erfolgsfaktorenstrategien	51
•* 2.4	Empirische Befunde zur Relevanz des Erfolgsfaktorenkonzepts	51
2.4.1	Grundlegende Interpretationsmöglichkeiten empirischer Befunde der Erfolgsfaktorenforschung	52
2.4.2	Empirische Studien zur Wirkung des Marktanteils auf den Unternehmenserfolg unter Kontrolle unbeobachtbarer Variablen	54
2.4.2.1	Die Hypothese einer kausalen Beziehung zwischen Marktanteil und Rentabilität	55
2.4.2.2	Die Hypothese einer Scheinkorrelation zwischen Marktanteil und Rentabilität	58
2.4.2.3	Frühe Studien zum Einfluß unbeobachtbarer Variablen auf die Beziehung zwischen Marktanteil und ROI	59
2.4.2.4	Die Studie von Boulding und Staelin (1990).	61
2.4.2.5	Die Studie von Boulding und Staelin (1993).	63
2.4.2.6	Die Studie von Ailawadi, Farris und Parry (1999).	64
2.4.3	Fazit zur Relevanz der Erfolgsfaktorenforschung	67
2.5	Erweiterung des Erfolgsfaktorenansatzes durch Berücksichtigung unbeobachtbarer Variablen.	68
2.5.1	Explizite Messung spezifischer unbeobachtbarer Variablen	68
2.5.2	Kontrolle unbeobachtbarer Variablen mittels geeigneter Modellspezifikationen.	70
3	Lineare Panelmodelle zur Kontrolle unbeobachtbarer Variablen	73
3.1	Das LISREL-Modell	74
3.2	Die Kontrolle unbeobachtbarer Variablen in linearen Einzelgleichungsmodellen	77
3.2.1	Statische Modelle	77
3.2.1.1	Regressionsmodell ohne Individualeffekte - OLS-Modell	77
3.2.1.2	Regressionsmodelle mit Individualeffekten	79
3.2.1.2.1	Individualeffekte mit den exogenen Variablen unkorreliert - REUEV-Modell	79
3.2.1.2.2	Individualeffekte mit den exogenen Variablen korreliert - DIFF-Modell	85
3.2.1.2.3	Individualeffekte mit den exogenen Variablen korreliert - REKEV-Modell	89
3.2.1.3	Spezifikationstests für statische Modelle	91

3.2.1.3.1	Test auf Individualeffekte	92
3.2.1.3.2	Test auf zeitabhängige Individualeffekte.	93
3.2.1.3.3	Test auf Korrelation der Individualeffekte mit den exogenen Variablen	93
3.2.2	Dynamische Modelle (System- und Fehlerdynamik).	94
3.2.2.1	Systemdynamik	95
3.2.2.2	Fehlerdynamik	98
3.2.2.3	Autokorrelation vs. Zustandsabhängigkeit	100
3.2.2.4	Dynamische Modelle mit Individualeffekten	102
3.2.2.4.1	Individualeffekte mit den exogenen Variablen unkorreliert - DYN-REUEV-Modell.	102
3.2.2.4.2	Individualeffekte mit den exogenen Variablen korreliert - DYN-DIFF-Modell.	106
3.2.2.4.3	Individualeffekte mit den exogenen Variablen korreliert - DYN-REKEV-Modell.	109
3.2.2.5	Autokorrelationsmodelle mit Individualeffekten.	110
3.2.2.5.1	Individualeffekte mit den exogenen Variablen korreliert - AK1-REKEV1-Modell.	111
3.2.2.5.2	Individualeffekte und autokorrelierte unbeobachtbare Effek- te mit den exogenen Variablen korreliert - AK1-REKEV2- Modell.	114
3.2.2.5.3	Die Kontrolle von Individualeffekten sowie autokorrelierten und transitorischen unbeobachtbaren Effekten - AK1-REKEV3- Modell.	116
3.2.3	Spezifikationstests für dynamische Modelle und Autokorre- lationsmodelle.	117
3.3	Die Kontrolle unbeobachtbarer Variablen in linearen simultanen Mehr- gleichungsmodellen.	118
3.3.1	Statische Modelle.	119
3.3.1.1	Modell ohne Individualeffekte.	119
3.3.1.2	Modelle mit Individualeffekten.	121
3.3.1.2.1	Individualeffekte mit den exogenen Variablen unkorreliert - REUI- und REKI-Modell.	122
3.3.1.2.2	Individualeffekte mit den exogenen Variablen korreliert - DIFF-Modell.	124
3.3.1.2.3	Individualeffekte mit den exogenen Variablen korreliert - REKEV-Modell.	126
3.3.2	Autokorrelationsmodelle mit Individualeffekten	127

3.3.2.1	Individualeffekte mit den exogenen Variablen korreliert - AK1-REKEV1-Modell	128
3.3.2.2	Individualeffekte und autokorrelierte unbeobachtbare Effekte mit den exogenen Variablen korreliert - AK1-REKEV2-Modell	130
4	Der Einfluß unbeobachtbarer Variablen auf die Beziehungen zwischen Produktqualität, Marktanteil und Unternehmenserfolg	133
4.1	Einordnung der eigenen empirischen Analysen in die aktuelle Forschung zur Bedeutung der Produktqualität auf den Unternehmenserfolg . . .	134
4.2	Definitiorische Grundlagen der Produktqualität	136
4.3	Die Messung der Produktqualität im PIMS-Ansatz	138
4.4	Die Wirkung der Produktqualität auf den Unternehmenserfolg	139
4.4.1	Marktimplikationen der Produktqualität	139
4.4.2	Kostenimplikationen der Produktqualität	141
4.4.3	Theoretische Überlegungen und vorliegende empirische Befunde zu den Basisbeziehungen -.	141
4.4.3.1	Beziehung zwischen Produktqualität und Marktanteil	141
4.4.3.2	Beziehung zwischen Produktqualität und Kosten.	146
4.4.3.3	Beziehung zwischen Produktqualität und Preis	150
4.4.3.4	Beziehung zwischen Produktqualität und ROI.	152
4.5	Einfluß von Qualität und Marktanteil auf den ROI - Lineare Einzelgleichungsmodelle zur Kontrolle unbeobachtbarer Variablen auf der Basis kombinierter Längs- und Querschnittsdaten.	155
4.5.1	Statische Modelle.	156
4.5.1.1	Regressionsmodell ohne Individualeffekte.	156
4.5.1.2	Regressionsmodelle mit Individualeffekten.	159
4.5.1.2.1	REUEV-Modell.	159
4.5.1.2.2	REKEV-Modell	160
4.5.1.2.3	DIFF-Modell.	162
4.5.2	Autokorrelationsmodelle mit Individualeffekten.	163
4.5.2.1	AK1-REKEV1-Modell	163
4.5.2.2	AK2-REKEV1-Modell.	165
4.5.2.3	AK1-REKEV2-Modell.	167
4.5.2.4	AK2-REKEV2-Modell.	170
4.5.2.5	AK2-REKEV3-Modell.	172

4.6	Einfluß von Qualität und Marktanteil auf den ROI - Nicht-rekursive Strukturgleichungsmodelle zur Kontrolle unbeobachtbarer Variablen auf der Basis kombinierter Längs- und Querschnittsdaten.174
4.6.1	Statisches Modell ohne Individualeffekte.176
4.6.1.1	Identifikation des Basismodells.177
4.6.1.2	Ergebnisse für das Basismodell.178
4.6.2	Statische Modelle mit Individualeffekten.181
4.6.2.1	REUI-Modell.182
4.6.2.1.1	Identifikation des REUI-Modells.182
4.6.2.1.2	Ergebnisse für das REUI-Modell.183
4.6.2.2	REKI-Modell.184
4.6.2.2.1	Identifikation des REKI-Modells.185
4.6.2.2.2	Ergebnisse für das REKI-Modell.185
4.6.2.3	REKEV-Modell.187
4.6.2.3.1	Identifikation des REKEV-Modells.188
4.6.2.3.2	Ergebnisse für das REKEV-Modell.188
4.6.2.4	DIFF-Modell.189
4.6.2.4.1	Identifikation des DIFF-Modells.189
4.6.2.4.2	Ergebnisse für das DIFF-Modell.190
4.6.3	Autokorrelationsmodelle mit Individualeffekten.191
4.6.3.1	AKI-REKEVI-Modell.192
4.6.3.2	AKI-REKEV ² -Modell.195

5 Zusammenfassung und Ausblick **199**

A Die Auswahl der zur Modellbeurteilung herangezogenen globalen Fit-Maße **205**

B Die Identifikation nicht-rekursiver Strukturgleichungsmodelle ohne latente Variablen **209**