

Beschaffung professioneller Dienstleistungen

Eine empirische Untersuchung
zum Transaktionsverhalten

Von

Volker Kießling



Duncker & Humblot • Berlin

Inhaltsverzeichnis

A. Einführung	1
I. Forschungsdefizit und Zielsetzung	1
II. Aufbau der Arbeit	5
B. Grundlagen der Beschaffung professioneller Dienstleistungen	8
I. Professionelle Dienstleistungen	8
1. Begriff und Charakteristik [^] von Dienstleistungen	8
2. Typologie von Dienstleistungen	14
II. Die Beschaffung durch Unternehmen	18
1. Inhalt und Umfang des Beschaffungsbegriffs	19
2. Vom organisationalen Beschaffungs- zum Transaktionsverhalten	21
3. Konzeptionalisierungen organisationalen Beschaffungsverhaltens	25
a) Systematisierung der Ansätze	25
b) Organizational-Buying-Behavior-Ansätze	28
aa) Buying-Center-Ansätze	29
bb) Phasenansätze	31
cc) Kaufklassenansätze	32
c) Interaktionsansätze	34
III. Zusammenfassung und Implikationen für den Fortgang der Arbeit	39
C. Professionelle Dienstleistungen als Beschaffungsobjekte	41
I. Deduktive Perspektive - Theoretische Ableitung der Besonderheiten von Dienstleistungstransaktionen	41
1. Auswirkung der Intangibilität des Absatzobjektes	42
2. Auswirkung der Integration eines externen Faktors	48
3. Auswirkung der Synchronität von Leistungserstellung und -inanspruchnahme	51
II. Induktive Perspektive - Empirische Befunde zur Beschaffung professioneller Dienstleistungen	52
1. Identifikation relevanter Studien	53
2. Untersuchungsmethodik der Studien	55
3. Inhalte und Ergebnisse	59

a) Theoretische Fundierung.....	59
b) Informationsverhalten.....	61
c) Anbietersauswahlprozeß.....?	63
d) Beteiligte Personen.....	66
e) Geschäftsbeziehung.....	69
IH. Zusammenfassung und Implikationen für die vorliegende Untersuchung . . .	70
D. Transaktionsmodell der Beschaffung von Dienstleistungen.....	73
I. Strukturelle Betrachtung: Das Transaktions-Center.....	74
1. Das Transaktions-Center als interaktionale Analyseseinheit.....	74
2. Absolute Attribute: Die Integiationsstruktur.....	78
a) Größe des Transaktions-Centers.....	78
b) Horizontale Integration.....	79
3. Relationale Attribute: Die Interaktionsstruktur.....	82
a) interaktionsgTad.....	82
b) Einflußstruktur.....'	85
c) Rollenstruktur.....	89
d) Aufgabenteilung.....	92
4. Zusammenfassung der strukturellen Betrachtung.....	94
• II. Prozessuale Betrachtung: Der Transaktionsprozeß.....	95
1. Grundmodell des Transaktionsprozesses bei Dienstleistungen	95
a) Anforderungen an ein Modell des Transaktionsprozesses.....	96
b) Ableitung des Grundmodells.....	100
2. Stufenmodell des Auswahlprozesses.....	107
3. Zusammenfassung der prozessualen Betrachtung.....	112
III. Kontext des Beschaffungsverhaltens.....	113
1. Aufgabenbezogene Kontextfaktoren: Die Beschaffungssituation.	114
a) Kaufklasse.....	114
b) Wahrgenommenes Risiko.....	117
2. Unternehmensbezogene Kontextfaktoren.....	120
IV. Zusammenfassende Modelldarstellung.....	122
E. Aufbau der empirischen Untersuchung.....	124
I. Spezifikation der Aussageeinheit.....	124
II. Untersuchungsanordnung und Erhebungsinstrumentarium.....	127
III. Untersuchungsobjekte.....:	130
1. Grundgesamtheit und Auswahlverfahren.....	130
2. Rücklauf und Repräsentativität.....	133

3. Konsequenzen für die Ergebnisdarstellung.....	136
F. Analyse des Beschaffungskontextes.....	138
I. Aufgabenbezogene Kontextfaktoren: Die Beschaffungssituation.....	138
1. Kaufklasse.....	139
2. Wahrgenommenes Risiko.....	144
II. Unternehmensbezogene Kontextfaktoren.....	148
1. Unternehmensgröße.....	148
2. Objektorientierte Spezialisierung.....	149
III. Zusammenfassung der Kontextanalyse.....	151
G. Die Auswahl des Transaktionspartners.....	152
I. Evoked Set und relevante Informationsquellen.....	152
II. Das In-Supplier-Set.....	155
1. Existenz und Umfang von In-Supplier-Sets.....	156
2. Etablierung und Terminierung einer Geschäftsbeziehung.....	158
III. DasChoiceSet.....	164
1. Deskriptive Befunde zum Choice Set.....	165
2. Abhängigkeit des Choice Sets von der Beschaffungssituation.....	167
3. Status des ausgewählten Transaktionspartners.....	170
4. Die Kriterien der Anbieterauswahl.....	173
IV. Der Auswahlprozeß im Überblick.....	178
H. Das Transaktions-Center.....	180
I. Die Integrationsstruktur des Transaktions-Centers.....	180
1. Makrobetrachtung: Größe und horizontale Integration.....	180
a) Größe und horizontale Integration des Transaktions-Centers.....	180
b) Größe und horizontale Integration der Subgruppen des Transaktions-Centers.....	183
aa) Identifikation der Subgruppen des Transaktions-Centers.....	183
bb) Größe der Subgruppen.....	185
cc) Horizontale Integration des Buying Center.....	189
2. Mikrobetrachtung: Differenzierung der Integrationsstruktur.....	191
a) Beteiligte Funktionsbereiche.....	191
b) Beteiligte Drittparteien.....	194
3. Phasenspezifische Variation der Integrationsstruktur.....	196
a) Transaktionsprozeß bei Marktforschungsleistungen.....	196
b) Variation der Größe.....	199
aa) Buying-Center-Größe.....	199

bb) Transaktions-Center-Größe.....	204
c) Variation der horizontalen Integration.....	207
aa) Buying Center.....	207
bb) Transaktions-Center.....	209
d) Phasenspezifische Beteiligung nach Funktionsbereichen.....	211
4. Kontextabhängigkeit der Integrationsstruktur.....	214
a) Aggregierte Analyse der Kontextabhängigkeit.....	214
aa) Der Einfluß der Beschaffungssituation.....	215
(1) Kaufklasse.....	215
(2) Wahrgenommenes Risiko.....	217
bb) Der Einfluß des Spezialisierungsgrades.....	220
b) Phasenspezifische Analyse der Kontextabhängigkeit.....	223
aa) Der Einfluß der Beschaffungssituation.....	223
(1) Kaufklasse.....	224
(2) Wahrgenommenes Risiko.....	227
bb) Der Einfluß des Spezialisierungsgrades.....	229
5. Die Integrationsstruktur im Überblick.....	233
II. Interaktionsstruktur des Transaktions-Centers.....	234
1. Die Rollenstruktur im Transaktions-Center.....	234
2. Die Einflußstruktur im Transaktions-Center.....	239
a) Deskriptive Befunde zur Einflußstruktur.....	239
b) Einflußbeziehungen zwischen den Transaktionspartnern.....	244
3. Der Interaktionsgrad im Transaktions-Center.....	247
a) Phasenspezifische Variation des Interaktionsgrades.....	247
b) Kontextabhängigkeit des Interaktionsgrades.....	251
aa) Kaufklasse.....	252
bb) Wahrgenommenes Risiko.....	254
4. Aufgabenteilung zwischen den Transaktionspartnern.....	256
a) Identifikation von Interaktionsprozeßtypen.....	257
b) Interaktionsprozeßtypen als intervenierende Variablen zwischen Be-	
schaffungssituation und Transaktions-Center-Struktur.....	260
5. Die Interaktionsstruktur im Überblick.....	265
I. Schlußbetrachtung und Fazit.....	267
Anhang.....	273
Literaturverzeichnis.....	315
Sachvortregister.....	348