

Pascal Zimmer

Commitment in Geschäftsbeziehungen

Mit einem Geleitwort
von Prof. Dr. Hans H. Bauer

Deutscher Universitäts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XIX
0 Einleitung	1
0.1 Problemstellung	1
0.2 Aufbau und Vorgehensweise	4
1 Grundlagen	7
1.1 Wesensmerkmale von Geschäftsbeziehungen des Industriegüterbereichs	7
1.1.1 Innere Bindung als konstitutives Merkmal von Geschäftsbeziehungen	7
1.1.2 Strukturelle und psychologische Bindungen in Geschäftsbeziehungen	11
1.2 Konzeptualisierung eines Commitment-Konstruktes für interorganisationale Geschäftsbeziehungen	14

1.3 Stand der Forschung zu Commitment in Geschäftsbeziehungen	30
2 Theoretische Fundierung von Hypothesen zu Commitment in Geschäftsbeziehungen	44
2.1 Überblick	44
2.2 Entstehung und Wirkung von Commitment in Geschäftsbeziehungen	48
2.2.1 Side-bet-Theorie und innere Verpflichtung	48
2.2.1.1 Grundkonzept der Side-bet-Theorie	48
2.2.1.2 Entstehung und Wirkung der inneren Verpflichtung nach der Side-bet-Theorie	51
2.2.2 Theorie der kognitiven Dissonanz und innere Verpflichtung	58
2.2.2.1 Grundkonzept der Theorie kognitiver Dissonanz	58
2.2.2.2 Entstehung kognitiver Dissonanz	62
2.2.2.2.1 Voraussetzungen für die Entstehung kognitiver Dissonanz bei <i>Festinger</i> und <i>Irle</i>	62
2.2.2.2.2 Innere Verpflichtung als notwendige Voraussetzung für die Entstehung kognitiver Dissonanz	67
2.2.2.3 Motivationale Wirkung kognitiver Dissonanz	70
2.2.2.4 Einfluß der inneren Verpflichtung auf die Wahl der Dissonanzreduktionsstrategie	73
2.2.3 Lerntheorie und innere Verbundenheit	77
2.2.3.1 Organisationales Lernen	77
2.2.3.2 Behavioristische, kognitive und soziale Lerntheorien	78

2.2.3.3	Lernprinzipien	79
2.2.3.3.1	Prinzip der Kontiguität	79
2.2.3.3.2	Prinzip der Verstärkung	80
2.2.3.3.3	Prinzip der Einsicht	83
2.2.3.4	Lernen durch Beobachtung	84
2.2.3.5	Innere Verbundenheit als Ergebnis eines Lernprozesses	87
2.2.4	Loyalitätstheorie und innere Verbundenheit	92
2.2.4.1	Widerspruch und Abwanderung als Reaktionsmöglichkeiten auf Qualitätsverschlechterungen	92
2.2.4.2	Einfluß der Loyalität auf Widerspruch und Abwanderung	94
2.2.4.3	Einfluß der Loyalität auf Wiedereintritt nach Abwanderung	101
2.2.4.4	Aussagewert der Loyalitätstheorie zur Wirkung der inneren Verbundenheit in Geschäftsbeziehungen	103
2.2.5	Ableitung von Hypothesen zur Entstehung und Wirkung von Commitment in Geschäftsbeziehungen	104
2.3	Wirkung der inneren Verbundenheit auf die Effizienz von Geschäftsbeziehungen	114
2.3.1	Clantheorie	114
2.3.1.1	Clan als idealtypisches institutionelles Arrangement neben Markt und Hierarchie	114
2.3.1.2	Ursachen für die Entstehung von Transaktionskosten	119
2.3.1.3	Komparative Effizienz des Clan-Arrangements	122
2.3.2	Ableitung einer Hypothese zur Wirkung der inneren Verbundenheit auf die Effizienz von Geschäftsbeziehungen	124

3 Empirische Prüfung der Commitment-Hypothesen	129
3.1 Konzeption der empirischen Analyse	129
3.1.1 Erhebungsdesign	129
3.1.2 Methode der Konstruktoperationalisierung	134
3.1.3 LISREL-Ansatz der Kausalanalyse	139
3.1.4 Methodik zur Prüfung der Effizienzhypothese	149
3.1.5 Vorgehensweise	154
3.2 Datenerhebung und Datengrundlage	157
3.3 Operationalisierung der relevanten Konstrukte	161
3.4 Konfirmatorische Kausalanalyse zur Prüfung des Commitment-Modells	172
3.4.1 Ergebnis und Beurteilung der Parameterschätzung	172
3.4.2 Interpretation der Ergebnisse	178
3.5 Effizienzwirkung der inneren Verbundenheit	185
3.5.1 Identifikation von Geschäftsbeziehungen mit schwacher und hoher innerer Verbundenheit bei hoher Transaktionskomplexität	185
3.5.2 Prüfung der Effizienzhypothese	189
4 Zusammenfassung und Ausblick	193

Literaturverzeichnis	196
-----------------------------	------------

Anhang	218
---------------	------------