Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis XVII

Tabellenverzeichnis XIX

Abkürzungsverzeichnis XXI

Zusammenfassung XXIII

Summary XXVI

1 Soziale Nachhaltigkeit bei der Lieferantenauswahl als Untersuchungsgegenstand 1

1.1 Problemhintergrund 1

1.2 Forschungsfragen und Zielsetzung der Untersuchung 3

1.3 Vorgehensweise und Forschungssystematik 4

2 Definitorische Grundlagen und theoretische Einordnung des Untersuchungsgegenstands unternehmerischer Nachhaltigkeit 8

2.1 Das Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung 8

2.1.1 Definition und historische Entstehung des Nachhaltigkeitsbegriffs 8

2.1.2 Das Drei-Säulen-Konzept der Nachhaltigen Entwicklung 13

2.1.3 Untersuchungsfokus soziale Nachhaltigkeit 17

2.2 Implikationen des Nachhaltigkeitskonzeptes für die Betriebswirtschaft 20

2.2.1 Ausgangspunkt: Erwerbswirtschaftliches Prinzip und Shareholder-Value 21

2.2.2 Unternehmerische Nachhaltigkeit als ökonomische Rationalität 26

2.2.3 Unternehmerische Nachhaltigkeit als Beitrag des Unternehmens zur Nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft 32

2.2.3.1 Das Triple-Bottom-Line Paradigma: Grundkonzept für eine Erweiterung privatwirtschaftlicher Zielsetzungen 33

2.2.3.2 Der Stakeholder-Ansatz als theoriebezogener Konkretisierungsrahmen für eine Erweiterung privatwirtschaftlicher Zielsetzungen 39

2.2.3.3 Corporate Social Responsibility als Bezugskonzept für eine Erweiterung privatwirtschaftlicher Zielsetzungen 46

2.3 Zwischenfazit zum unternehmerischen Nachhaltigkeitsmanagement 54

3 Lieferantenmanagement und soziale Nachhaltigkeit: Eine Annäherung 58

3.1 Grundlagen zum strategischen Beschaffungsmanagement 58

3.1.1 Begriff, Ziele und strategische Relevanz der Beschaffung 58

3.1.2 Entscheidungsebenen des strategischen Beschaffungsmanagement & ausgewählte strategische Einzelfragen 63

3.2 Nachhaltiges Beschaffungsmanagement 67

3.2.1 Relevanz der Beschaffungsfunktion für das Konzept unternehmerischer (sozialer) Nachhaltigkeit 67

3.2.2 Nachhaltigkeit in der Beschaffung: ein Literaturüberblick 69

3.3 Die Lieferantenauswahl als nachhaltigkeitsrelevante Teilentscheidung des Beschaffungs- und Lieferantenmanagement 76

3.3.1 Einordnung und Abgrenzung der Lieferantenauswahl 76

3.3.2 Prozess der Lieferantenauswahl 79

3.3.3 Lieferantenauswahl nach Kriterien der sozialen Nachhaltigkeit 85

3.4 Zwischenfazit 92

4 Konzeptualisierung eines ökonomischen Erklärungsmodells für den Einbezug sozialer Nachhaltigkeit in die Lieferantenauswahl 93

4.1 Zum Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeit und Unternehmenserfolg 94

4.2 Nachhaltigkeitsorientierte Wettbewerbsstrategien im Beschaffungsmanagement 98

4.2.1 Kosten- und Erlöspotentiale als zwei Stellhebel unternehmerischer Erfolgspotentiale 98

4.2.2 Zwei grundlegende Strategieansätze zur Erklärung der Entstehung von Wettbewerbsvorteilen 100

4.2.3 Basisstrategien sozialer Nachhaltigkeit: Abgrenzung zum Gesamtkonzept des strategischen Nachhaltigkeitsmanagement 106

4.2.4 Strategiebezogene Wirkungsmechanismen sozialer Nachhaltigkeit bei der Lieferantenauswahl ... 113
4.2.4.1 Sozial nachhaltige Lieferantenauswahl als strategische Ressource ... 113
4.2.4.2 Sozial nachhaltige Lieferantenauswahl als absatzmarktgerichtete Strategie ... 120

4.3 Differenzierte Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien bei der Lieferantenauswahl: Entwicklung von Untersuchungshypothesen ... 126
4.3.1 Charakteristika des Beschaffungsobjektes als Einflussfaktoren ... 129
4.3.2 Unternehmens- und Branchencharakteristika als Einflussfaktoren ... 133
4.3.3 Anspruchsgruppenbezogene Einflüsse ... 141

4.4 Zwischenfazit: Hypothesensystem im Überblick ... 145

5 Entwicklung zweier Untersuchungsdesigns ... 147

5.1 Design zur Messung der Bedeutung des Kriteriums Nachhaltigkeit ... 147
5.1.1 Überblick verschiedener Verfahren der Nutzenmessung ... 147
5.1.2 Ursprung und Anwendungsbereiche der Conjoint Analyse ... 152
5.1.3 Verfahrensvarianten der Conjoint-Analyse ... 155
5.1.4 Gestaltungsoptionen der Traditionellen Conjoint Analyse (TCA) ... 160
5.1.4.1 Ablaufschritte der Traditionellen Conjoint Analyse (TCA) im Überblick ... 160
5.1.4.2 Auswahl geeigneter Merkmale und Merkmalsausprägungen ... 161
5.1.4.3 Modellierung eines geeigneten Präferenzmodells ... 167
5.1.4.4 Konstruktion des Erhebungsdesigns und Entwicklung der Stimuli ... 170
5.1.4.5 Präsentationsformen der Datenerhebung ... 172
5.1.4.6 Varianten der Bewertungsskalierung ... 173
5.1.4.7 Auswahl eines geeigneten Schätzverfahrens zur Nutzenermittlung ... 175
5.1.5 Gütebeurteilung von Conjoint Analysen ... 176
5.1.6 Zwischenfazit: Entwickeltes Conjoint-Design im Überblick ... 178

5.2 Design zur Messung der Ursachen der Nachhaltigkeitsbedeutung ... 180
5.2.1 Kurze Vorbemerkung zur Wahl eines geeigneten Analyseverfahrens . 180

5.2.2 Methodische Grundlagen zu Strukturgleichungsmodellen 182
5.2.2.1 Allgemeine Skizzierung von Strukturgleichungsmodellen 182
5.2.2.2 Grundlegendes zur Operationalisierung von Messmodellen 184
5.2.2.3 Auswahl einer Schätzmethode: Varianz- vs. kovarianzbasierte Verfahren 187
5.2.2.4 Der PLS-Schätzalgorithmus 190
5.2.2.5 Gütebeurteilung von Strukturgleichungsmodellen bei Anwendung des PLS-Schätzalgorithmus 191
5.2.3 Modellformulierung für die vorliegende Untersuchung 197
5.2.3.1 Übertragung des Hypothesensystems in ein Pfaddiagramm 197
5.2.3.2 Operationalisierung der verwendeten Konstrukte 200
5.2.4 Zwischenfazit: Vollständiges Strukturgleichungsmodell im Überblick .. 214

6 Datengewinnung, Befunde und Interpretation 216

6.1 Datengewinnung 216
6.1.1 Methodische Grundlagen der Datengewinnung 216
6.1.1.1 Statistische Grundüberlegungen zur Stichprobenauswahl 216
6.1.1.2 Repräsentativität von Primärerhebungen im Internet 219
6.1.1.3 Determinanten einer erfolgreichen Internet-Befragung 221
6.1.2 Datengewinnung in der vorliegenden Untersuchung 223
6.1.2.1 Festlegung von Grundgesamtheit und Stichprobe 223
6.1.2.2 Entwicklung des Erhebungsinstrumentes: Web-Fragebogen 224
6.1.2.3 Durchführung der Befragung und Teilnahmeverhalten 226
6.1.2.4 Beschreibung der Stichprobe 229

6.2 Befunde der Conjoint Analyse 231
6.2.1 Deskription der Conjoint Ergebnisse 231
6.2.2 Gütebeurteilung des Conjoint Modells 233
6.2.3 Ermittlung von Teilnutzen und relativen Wichtigkeiten 234

6.3 Befunde der Kausalanalyse 238
6.3.1 Gütebeurteilung auf Messmodellebene 239
6.3.2 Gütebeurteilung auf Strukturmodellebene 244
6.3.3 Zusammenfassung der Hypothesenüberprüfung 247

6.4 Interpretation der Befunde 248

6.4.1 Kritische Würdigung: Zur Aussagekraft der Ergebnisse 248
6.4.2 Interpretation & Implikationen 251

7 Fazit & Ausblick 256

Anhang – Fragebogen der empirischen Untersuchung 259

Literaturverzeichnis 275

http://www.springer.com/978-3-658-03506-8

Soziale Nachhaltigkeit bei der Lieferantenauswahl
Eine conjoint- und kausalanalytische ökonomische Untersuchung
Schmidt, B.
2013, XXVIII, 326 S. 31 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-03506-8