

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XIX
Abkürzungsverzeichnis	XXI
Symbolverzeichnis für die empirischen Auswertungen	XXIII
Verzeichnis der Komplexitätstreiber der quantitativen Vorstudie	XXV
Verzeichnis der Indikatoren der Hauptuntersuchung	XXVII
1 Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung und Forschungsdesign	6
1.3 Gang der Untersuchung	8
2 Grundlagen der Untersuchung.....	10
2.1 Hybride Produkte	10
2.1.1 Hybride Produkte im Kontext industrieller Produktionskonzepte	10
2.1.2 Die Abgrenzung von Sach- und Dienstleistungsproduktion	13
2.1.3 Dienstleistungen im erweiterten Produktbegriff.....	20
2.1.4 Merkmale hybrider Produkte	24
2.1.5 Herausforderungen im Management hybrider Produkte	27
2.2 Komplexität	33
2.2.1 Die Systemtheorie als Supertheorie	33
2.2.2 Systeme	37
2.2.3 Das Unternehmen als System.....	39
2.2.4 Komplexität in Systemen.....	41
2.2.5 Komplexität in Unternehmen	52
2.2.6 Elementaroperationen des Komplexitätsmanagements.....	56
2.2.7 Ganzheitlicher Ansatz zum Komplexitätsmanagement bei hybriden Produkten.....	61
2.3 Vorstudien zum Umgang mit Komplexität.....	65

2.3.1	Qualitative Vorstudie zum Umgang mit Komplexität in der Unternehmenspraxis	66
2.3.2	Ergebnisse der qualitativen Vorstudie	66
2.3.3	Quantitative Studie zum Komplexitätsmanagement.....	71
2.3.4	Ergebnisse zur Relevanz der Thesen zum Komplexitätsmanagement	76
2.3.5	Ergebnisse zur Relevanz der Komplexitätstreiber in produzierenden Unternehmen	87
2.3.6	Implikationen zum Umgang mit Komplexität	91
3	Konzeption des Untersuchungsmodells	93
3.1	Vorbemerkung.....	93
3.2	Ableitung des theoretischen Bezugsrahmens.....	93
3.2.1	Fundamentalprinzip effektiver und effizienter Wertschöpfungsoptimierung	93
3.2.2	Bezugsrahmen strategische Positionierung.....	95
3.3	Entwicklung des Strukturgleichungsmodells.....	111
3.3.1	Begründung für die Wahl des Ansatzes der Strukturgleichungsmodellierung	111
3.3.2	Grundlagen zum Aufbau von Strukturgleichungsmodellen	112
3.3.3	Spezifikation des Strukturmodells.....	114
3.3.4	Spezifikation der Messmodelle.....	117
3.3.5	Operationalisierung der Modellvariablen	120
4	Empirische Analyse	129
4.1	Untersuchungsdesign.....	129
4.1.1	Entwicklung und Aufbau des Fragebogens	129
4.1.2	Datenerhebung	138
4.1.3	Datengrundlage und Charakteristika der Stichprobe	139
4.2	Deskriptive Auswertung der Daten	142
4.2.1	Auslöser von Komplexität	142
4.2.2	Innovationstätigkeit der Unternehmen	144
4.2.3	Individualität des Leistungsangebots.....	146
4.2.4	Dienstleistungsportfolios der Unternehmen	146

4.2.5	Betrachtung der Komplexität der Leistungserstellung.....	149
4.2.6	Betrachtung der Markt- und Serviceorientierung	151
4.2.7	Betrachtung des Serviceerfolgs und der Leistungsfähigkeit neuer Produkte ..	154
4.2.8	Diskussion der Ergebnisse zur Markt- und Serviceorientierung	156
4.3	Operationalisierung der reflektiven Variablen auf der Basis empirischer Daten	158
5	Kausalanalytische Auswertung.....	161
5.1	Auswahl des Schätzverfahrens	161
5.2	Analyse des Einflusses der Markt- und Serviceorientierung auf den Unternehmenserfolg.....	164
5.2.1	Vorgehensweise.....	164
5.2.2	Smart PLS-Konfiguration zur Auswertung des Strukturmodells	166
5.2.3	Kriterien zur Beurteilung der Modellgüte.....	166
5.2.4	Beurteilung und Auswertung des Strukturmodells mit dem Gesamtdatensatz	167
5.2.5	Beurteilung und Auswertung des Strukturmodells mit Anbietern hybrider Produkte.....	183
5.2.6	Zusammenführung und Diskussion der Ergebnisse.....	192
6	Schlussbetrachtung.....	195
6.1	Zusammenfassung.....	195
6.2	Ableitung von Handlungsempfehlungen	199
6.3	Limitationen und weiterer Forschungsbedarf	202
Anhang	205
Literaturverzeichnis	207

Serviceorientierung als Erfolgsfaktor und
Komplexitätstreiber beim Angebot hybrider Produkte

Wassmus, A.

2014, XXIX, 225 S. 75 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-04480-0