

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort	VII
Inhaltsübersicht	IX
Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XIX
Symbolverzeichnis	XXI
A Einleitung	1
1 Problemstellung und Zielsetzung	1
2 Gang der Untersuchung	8
B Wettbewerbsvorteile aus Wissen	11
1 Wissen	11
1.1 Die Wissenspyramide – Data-Information-Knowledge-Wisdom	13
1.2 Wissen bei Hayek	15
1.3 Kategorien des Wissens nach Machlup	16
1.4 Wissen und Informationen bei Arrow	18
1.5 Explizites und implizites Wissen nach Polanyi	18
1.6 Wissen in der evolutionären Ökonomik nach Nelson und Winter	19
1.7 Die Wissensspirale nach Nonaka und Takeuchi	20
1.8 Wissen in Penrose Theory of the Firm	23
1.9 Resümee über die Auseinandersetzung mit dem Wesen des Wissens	24
2 Die Bedeutung des Wissens in ausgewählten Theoriebereichen	27
2.1 Wissen im Resource-based view	28
2.2 Wissen im Knowledge-based View	31
2.3 Wissen in der Resource-Advantage Theory	39
2.4 Wissen in der Service-dominanten Logik	43
2.5 Resümee über die Wissensdarstellung der theoretischen Ansätze	53
C Die Analyse sozialer Netzwerke	57
1 Die Elemente der Netzwerkdefinition	59

1.1 Knoten des Netzwerks	60
1.2 Verbindungen und Beziehungen im Netzwerk	60
1.3 Soziale Netzwerke als Darstellung von Akteuren und Beziehungen	61
2 Netzwerke als Governanceform.....	62
3 Netzwerke als Untersuchungsgegenstand.....	67
3.1 Die Kausalitätsrichtung der Netzwerkperspektive	67
3.1.1 Der strukturelle Ansatz - Sozialkapitalforschung	69
3.1.2 Forschung über die Netzwerkentstehung und –veränderung.....	75
3.1.3 Kurze Richtungsbestimmung	78
3.2 Betrachtungsebenen interorganisationaler Sozialkapitalforschung	81
3.2.1 Der Weg zu Aussagen	81
3.2.2 Implikationen verschiedener Ebenen	86
4 Grenzen eines Netzwerks.....	87
5 Resümee über die Analyse sozialer Netzwerke	89
D Wissensnetzwerke	91
1 Die Anwendung der sozialen Netzwerkanalyse im Wissenskonzext	91
2 Die Betrachtung von Netzwerken im Marketing	97
3 Netzwerke in der Service-dominanten Logik.....	104
4 Kontextuelle Service-for-Service Wissensgenerierung in Value Netzwerken als Untersuchungsmodell und Ableitung der Forschungsfragen.....	114
E Grundlagen der empirischen Untersuchung	119
1 Hypothesenbildung	119
1.1 Hypothesen im Mikro- und Meso-Kontext.....	120
1.2 Hypothesen im Makro-Kontext.....	123
1.3 Hypothesen bei gleichzeitiger Betrachtung der Kontext-Ebenen	131
2 Aufbau der Untersuchung.....	132
2.1 Auswahl einer zur Untersuchung geeigneten Industrie	134
2.2 Auswahl und Erhebung der zu untersuchenden Population	137
2.3 Auswahl und Erhebung der zu untersuchenden Beziehungen.....	139
2.4 Auswahl und Erhebung der unabhängigen Variablen.....	142
2.5 Auswahl und Erhebung der abhängigen Variablen	147
2.6 Modellauswahl und Untersuchungsstrategie	149

F Empirische Untersuchung.....	155
1 Deskriptive Statistik und Hinweise auf die Modellwahl	155
2 Test der Hypothesen H1 und Resultate	168
3 Test der Hypothesen H2 und Resultate	170
4 Test der Hypothesen H3 und Resultate	173
G Zusammenfassung, Schlussfolgerungen und Ausblick.....	179
Anhang	195
Literaturverzeichnis	223

Wissensgenerierung in Value Netzwerken
Empirische Betrachtung der Photovoltaik aus der
sozialen Netzwerkperspektive

Banaszak, M.

2014, XXI, 253 S. 32 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-06589-8