Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis XVII
Tabellenverzeichnis XIX
Abkürzungsverzeichnis XXI
Zeitschriftenverzeichnis XXIII

1 Einleitung 1
1.1 Praktische Relevanz der Arbeit 1
1.2 Wissenschaftliche Relevanz der Arbeit 5
1.3 Ziele der Arbeit 8
1.4 Aufbau der Arbeit 10

2 Übergeordnete Grundlagen 13
2.1 Definitionen zum Machtbegriff 13
2.1.1 Grundlagen zum Machtbegriff 13
2.1.2 Abgrenzung des Machtbegriffs von verwandten Begriffen 18
2.2 Übergeordnete theoretische Grundlagen 25
2.2.1 Theoretischer Bezugsrahmen der Arbeit 25
2.2.2 Der Ressourcenabhängigkeitsansatz als übergeordnete theoretische Grundlage 30
2.2.2.1 Zentrale Annahmen des Ressourcenabhängigkeitsansatzes 31
2.2.2.2 Kritische Würdigung des Ressourcenabhängigkeitsansatzes 35
2.2.3 Der ressourcenbasierte Ansatz als übergeordnete theoretische Grundlage 38
2.2.3.1 Zentrale Annahmen des ressourcenbasierten Ansatzes 38
2.2.3.2 Kritische Würdigung des ressourcenbasierten Ansatzes 44

3 Grundlagen zur intraorganisationalen Zusammenarbeit in der Neuproduktentwicklung 49
3.1 Definitionen zur intraorganisationalen Zusammenarbeit 49
3.2 Stand der Forschung 52

3.2.1 Kriterien der Literatursichtung ... 52
3.2.2 Studien zur intraorganisationalen Zusammenarbeit von F&E und Marketing in der Neuproduktentwicklung unter Berücksichtigung von Macht und verwandten Größen . 54
3.2.3 Studien zur intraorganisationalen Zusammenarbeit von F&E und Marketing in der Neuproduktentwicklung ... 55
3.2.4 Studien zur intraorganisationalen Zusammenarbeit in der Neuproduktentwicklung unter Berücksichtigung von Macht und verwandten Größen ... 64
3.2.5 Studien zur intraorganisationalen Zusammenarbeit unter Berücksichtigung von Macht und verwandten Größen ... 67
3.3 Die politische Perspektive auf Unternehmen als spezifische theoretische Grundlage ... 71
3.3.1 Zentrale Annahmen der politischen Perspektive auf Unternehmen ... 71
3.3.2 Kritische Würdigung der politischen Perspektive auf Unternehmen ... 76

4 Grundlagen zur interorganisationalen Zusammenarbeit in der Neuproduktentwicklung ... 81
4.1 Definitionen zur interorganisationalen Zusammenarbeit ... 81
4.2 Stand der Forschung ... 85
4.2.1 Kriterien der Literatursichtung ... 86
4.2.2 Studien zur vertikalen interorganisationalen Zusammenarbeit in der Neuproduktentwicklung unter Berücksichtigung von Macht und verwandten Größen . 87
4.2.3 Studien zur vertikalen interorganisationalen Zusammenarbeit in der Neuproduktentwicklung ... 90
4.2.4 Studien zur vertikalen interorganisationalen Zusammenarbeit unter Berücksichtigung von Macht und verwandten Größen ... 95
4.3 Die Transaktionskostentheorie als spezifische theoretische Grundlage ... 100
4.3.1 Zentrale Annahmen der Transaktionskostentheorie ... 101
4.3.2 Kritische Würdigung der Transaktionskostentheorie ... 106

5 Methodische Grundlagen ... 111
5.1 Grundlagen der Konstruktmessung ... 111
5.2 Grundlagen zu Strukturgleichungsmodellen ... 117
5.2.1 Kovarianzbasierte Strukturgleichungsmodelle mit latenten Variablen ... 117
5.2.2 Analyse von Interaktionseffekten ... 124
5.2.3 Analyse von mediierten Effekten ... 127

6 Empirische Studie – Die Auswirkungen von Macht auf die Zusammenarbeit von F&E und Marketing in der Neuproduktentwicklung ... 131

6.1 Motivation und Gegenstand der Untersuchung ... 131
6.2 Entwicklung des Untersuchungsmodells ... 134
6.2.1 Das Untersuchungsmodell im Überblick ... 134
6.2.2 Das Motiv der Selbstwerterhöhung ... 136
6.2.3 Hypothesen ... 136
6.3 Datengrundlage und Konstruktmessung ... 139
6.3.1 Datengrundlage ... 139
6.3.2 Operationalisierung der Konstrukte ... 141
6.4 Überprüfung der Hypothesen ... 145
6.4.1 Nichtlineare Strukturgleichungsmodelle ... 145
6.4.2 Ergebnisse ... 147
6.5 Diskussion der Ergebnisse ... 151
6.5.1 Implikationen für die Wissenschaft ... 151
6.5.2 Implikationen für die Unternehmenspraxis ... 152
6.5.3 Limitationen und Ausblick ... 153

7 Theoretische Studie – Die Auswirkungen von Macht auf die Zusammenarbeit von Anbieter- und Kundenunternehmen in der Neuproduktentwicklung ... 155
7.1 Motivation und Gegenstand der theoretischen Studie ... 155
7.2 Entwicklung eines Untersuchungsmodells ... 158
7.2.1 Das Modell der theoretischen Studie im Überblick ... 158
7.2.2 Theorie des sozialen Austauschs ... 163
7.2.3 Propositionen ... 165

8 Zusammenfassende Betrachtung ... 171
8.1 Implikationen für die Wissenschaft ... 172
8.2 Implikationen für die Unternehmenspraxis ... 175
8.3 Limitationen und Ausblick ... 177

Literaturverzeichnis ... 181

http://www.springer.com/978-3-658-12038-2

Zusammenarbeit in der Neuproduktentwicklung
Die Bedeutung von Macht aus einer intra- und interorganisationalen Perspektive

Reiferscheid, I.

2016, XXIII, 215 S. 14 Abb. in Farbe., Softcover
ISBN: 978-3-658-12038-2