

Inhaltsübersicht

Abbildungsverzeichnis.....	XVII
Tabellenverzeichnis.....	XXI
Abkürzungsverzeichnis	XXIII
Symbolverzeichnis.....	XXV
A Einleitung.....	1
1 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit	1
2 Gang der Untersuchung	5
B Ambiguitäts-bedingter Rollenstress und dessen Einfluss auf die Verkaufsleistung	9
1 Einordnung von Rollenstress in den persönlichen Verkauf	9
2 Bedeutung des Stressors Rollenambiguität für die Verkaufsleistung.....	17
3 Theoretische Erklärungsansätze für den Zusammenhang zwischen Rollenambiguität und Verkaufsleistung	22
4 Rollenambiguität und deren indirekter Einfluss auf die Verkaufsleistung...	33
5 Zwischenfazit und kritische Würdigung.....	42
C Resilienz	47
1 Einordnung der Resilienzforschung in die Psychologie.....	47
2 Resilienz – Begriffsbestimmung, Merkmale und Abgrenzung zu anderen verwandten Konzepten.....	54
3 Kritische Würdigung und Grenzen der Resilienzforschung.....	62
D Entwicklung von Erklärungsmodellen zur Wirkung von Resilienz auf den indirekten Einfluss von Rollenstress auf die Verkaufsleistung	65
1 Theoretische Einordnung von Resilienz in den Untersuchungskontext	65
2 Erklärungsmodelle zur Wirkung von Resilienz in der mediierten Rollenambiguität-Verkaufsleistung-Beziehung.....	71
3 Erklärungsmodell zur Wirkung von Resilienz auf den indirekten Einfluss von Objektivem Rollenstress auf Determinanten der Verkaufsleistung.....	83
E Empirische Untersuchungen zur moderierenden Wirkung von Resilienz... 89	
1 Studie 1: Resilienz in der mediierten Rollenambiguität-Verkaufsleistung-Beziehung	90
2 Studie 2: Resilienz in der mediierten Rollenambiguität-Verkaufsleistung-Beziehung unter Berücksichtigung der Proaktiven Neigung.....	148

3	Studie 3: Experiment zur Wirkung von Resilienz auf den mediierten Einfluss von Objektivem Rollenstress auf Determinanten der Verkaufsleistung	180
F	Zusammenfassung der Ergebnisse, Schlussfolgerungen und kritische Betrachtung	251
1	Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse	251
2	Schlussfolgerungen zur theoretischen Zielstellung	254
3	Schlussfolgerungen zur praktischen Zielstellung	258
4	Abschließende Kritik und zukünftiger Forschungsbedarf	264
	Literaturverzeichnis	269
Anhang	289

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	XVII
Tabellenverzeichnis.....	XXI
Abkürzungsverzeichnis	XXIII
Symbolverzeichnis.....	XXV
A Einleitung.....	1
1 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit	1
2 Gang der Untersuchung	5
B Ambiguitäts-bedingter Rollenstress und dessen Einfluss auf die Verkaufsleistung	9
1 Einordnung von Rollenstress in den persönlichen Verkauf	9
1.1 Berufliche Merkmale und Herausforderungen des persönlichen Verkaufs.....	9
1.2 Rollenstress im persönlichen Verkauf.....	13
2 Bedeutung des Stressors Rollenambiguität für die Verkaufsleistung.....	17
3 Theoretische Erklärungsansätze für den Zusammenhang zwischen Rollenambiguität und Verkaufsleistung	22
3.1 Rollen-Episoden-Modell.....	22
3.2 Job Demands-Resources Model	26
4 Rollenambiguität und deren indirekter Einfluss auf die Verkaufsleistung... 33	33
4.1 Mediatoren der Rollenambiguität-Verkaufsleistung-Beziehung	33
4.2 Arbeitsengagement als Mediator der Rollenambiguität-Verkaufsleistung-Beziehung	36
4.3 Wahrgenommene Effektivität als Mediator der Rollenambiguität-Verkaufsleistung-Beziehung.....	39
5 Zwischenfazit und kritische Würdigung.....	42
C Resilienz	47
1 Einordnung der Resilienzforschung in die Psychologie	47
1.1 Gegenstand und Entwicklung der Resilienzforschung	47
1.2 Einordnung von Resilienz in die Positive Psychologie	49
1.3 Einordnung von Resilienz in die Management- und Organisationspsychologie.....	51
2 Resilienz – Begriffsbestimmung, Merkmale und Abgrenzung zu anderen verwandten Konzepten.....	54

2.1	Begriffsbestimmung und Bedeutung von Resilienz im beruflichen Kontext.....	54
2.2	Merkmale von Resilienz	57
2.3	Abgrenzung zu anderen verwandten Konzepten	59
3	Kritische Würdigung und Grenzen der Resilienzforschung.....	62
D	Entwicklung von Erklärungsmodellen zur Wirkung von Resilienz auf den indirekten Einfluss von Rollenstress auf die Verkaufsleistung	65
1	Theoretische Einordnung von Resilienz in den Untersuchungskontext	65
2	Erklärungsmodelle zur Wirkung von Resilienz in der medierten Rollenambiguität-Verkaufsleistung-Beziehung.....	71
2.1	Erklärungsmodell zur Wirkung von Resilienz auf den indirekten Einfluss von Rollenambiguität auf die Verkaufsleistung	71
2.1.1	Entwicklung eines Wirkungsmodells und Ableitung von Hypothesen.....	71
2.1.2	Zusammenfassung und kritische Würdigung.....	73
2.2	Erweitertes Erklärungsmodell zur Wirkung von Resilienz auf den indirekten Einfluss von Rollenambiguität auf die Verkaufsleistung unter Berücksichtigung der Proaktiven Neigung.....	75
2.2.1	Proaktive Neigung als Moderator der Rollenambiguität-Verkaufsleistung-Beziehung.....	75
2.2.2	Entwicklung eines Wirkungsmodells zum Einfluss der Proaktiven Neigung auf die Wirkung von Resilienz und Ableitung von Hypothesen.....	78
2.2.3	Zusammenfassung und kritische Würdigung.....	82
3	Erklärungsmodell zur Wirkung von Resilienz auf den indirekten Einfluss von Objektivem Rollenstress auf Determinanten der Verkaufsleistung.....	83
E	Empirische Untersuchungen zur moderierenden Wirkung von Resilienz... 89	
1	Studie 1: Resilienz in der medierten Rollenambiguität-Verkaufsleistung-Beziehung	90
1.1	Zielstellung der Untersuchung.....	90
1.2	Darstellung der Analysemethoden und der Beurteilungskriterien	91
1.2.1	Reliabilität und Validität als Gütekriterien der Messung	91
1.2.2	Strukturgleichungsmodellierung mit dem PLS-Ansatz	98
1.2.3	Mediator- und moderierte Mediatoranalyse mit dem Bootstrap-Verfahren ‚PROCESS‘	106
1.3	Operationalisierung der Variablen.....	114
1.4	Untersuchungsablauf und Beschreibung der Stichprobe.....	123
1.5	Untersuchungsergebnisse und Hypothesenprüfung.....	126

1.5.1	Prüfung der Gütekriterien und Optimierung der Messinstrumente	126
1.5.2	Überprüfung der Hypothesen.....	132
1.6	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse.....	141
2	Studie 2: Resilienz in der medierten Rollenambiguität-Verkaufsleistung- Beziehung unter Berücksichtigung der Proaktiven Neigung.....	148
2.1	Zielstellung der Untersuchung.....	148
2.2	Darstellung der Analysemethode und der Beurteilungskriterien	149
2.3	Operationalisierung der Variablen.....	150
2.4	Untersuchungsablauf und Beschreibung der Stichprobe.....	155
2.5	Untersuchungsergebnisse und Hypothesenprüfung.....	158
2.5.1	Prüfung der Gütekriterien und Optimierung der Messinstrumente	158
2.5.2	Überprüfung der Hypothesen.....	163
2.6	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse.....	172
3	Studie 3: Experiment zur Wirkung von Resilienz auf den medierten Einfluss von Objektivem Rollenstress auf Determinanten der Verkaufsleistung	180
3.1	Zielstellung der Untersuchung.....	180
3.2	Darstellung der Erhebungsmethode und der Beurteilungskriterien	181
3.2.1	Experimentelles Design als Erhebungsmethode.....	181
3.2.2	Gütekriterien der experimentellen Forschung	190
3.3	Untersuchungsdesign und Operationalisierung der Variablen	192
3.3.1	Untersuchungsdesign	192
3.3.2	Entwicklung einer geeigneten Manipulation für Objektiven Rollenstress	193
3.3.3	Operationalisierung der abhängigen Variablen, der Mediatoren und des Moderators.....	216
3.3.4	Zusammenfassung.....	218
3.4	Untersuchungsablauf und Beschreibung der Stichprobe.....	222
3.5	Untersuchungsergebnisse und Hypothesenprüfung.....	226
3.5.1	Prüfung der Gütekriterien und Optimierung der Messinstrumente	226
3.5.2	Überprüfung der Hypothesen.....	232
3.6	Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse.....	245
F	Zusammenfassung der Ergebnisse, Schlussfolgerungen und kritische Betrachtung.....	251
1	Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse	251
2	Schlussfolgerungen zur theoretischen Zielstellung	254

3	Schlussfolgerungen zur praktischen Zielstellung	258
4	Abschließende Kritik und zukünftiger Forschungsbedarf.....	264
	Literaturverzeichnis	269
	Anhang	289

Resilienz im persönlichen Verkauf

Eine Wirkungsanalyse in Bezug auf die Verkaufsleistung

Pyka, S.

2017, XXV, 296 S. 43 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-17454-5