

**Inhaltsverzeichnis**

Inhaltsverzeichnis .....	V
Tabellenverzeichnis .....	IX
Abbildungsverzeichnis .....	X
Abkürzungsverzeichnis .....	XII
Symbolverzeichnis .....	XIII
<b>Teil A: Ausgangspunkt und Bezugsrahmen .....</b>	<b>1</b>
1. Einführung .....	1
1.1. Perspektiven der Betrachtung interner Verrechnungspreise .....	1
1.2. Hauptfaktoren für die zunehmende Bedeutung interner Markt-Preis- Beziehungen .....	4
1.2.1. Entwicklungen der Organisationsgestaltung .....	4
1.2.2. Strategische Trends .....	7
1.3. Zielsetzung und Aufbau dieser Arbeit .....	10
1.4. Wissenschaftstheoretische Einordnung .....	14
2. Grundlagen .....	19
2.1. Interne Markt-Preis-Beziehungen als Koordinationsmechanismus .....	19
2.1.1. Koordinationsbedarf durch unterschiedliche Formen der Spezialisierung .....	19
2.1.2. Koordinationsmechanismen .....	22
2.1.2.1. Hierarchische und marktliche Koordinationsformen .....	22
2.1.2.2. Interne Markt-Preis-Beziehungen: partielle Synthese von Markt und Hierarchie .....	27
2.2. Ziele beim Einsatz interner Markt-/Preisbeziehungen .....	32
2.3. Organisatorische Voraussetzungen .....	35
2.4. Organisationstheoretische Grundbegriffe der weiteren Untersuchung .....	38
2.4.1. Effektivität und Effizienz .....	38
2.4.2. Kongruenz und Konsistenz als Bestimmungsmerkmale von Konfigurationen .....	39
<b>Teil B: Ein Überblick der Untersuchung interner Markt-/Preisbeziehungen .....</b>	<b>44</b>
3. Modellanalytische Ansätze zur Gestaltung interner Markt-Preis- Beziehungen .....	44
3.1. Die modellanalytischen Ansätze im Überblick .....	44
3.2. Modelle bei vollständiger Information und ohne Kapazitätsrestriktion .....	48
3.2.1. Das Grundmodell von Hirshleifer: Verrechnungspreise ohne, mit voll- kommenem und mit unvollkommenem Zwischenproduktmarkt .....	48

3.2.2.	Unterschiedliche Absatz- und Beschaffungspreise: die Erweiterung von Gould.....	55
3.2.3.	Das mehrstufige Verfahren von Ronen und McKinney zur Unterbindung von monopolistischem Verhalten .....	59
3.3.	Modelle bei vollständiger Information und Kapazitätsrestriktion: Programmierungs- und Dekompositionsmodelle .....	65
3.3.1.	Einführung von Restriktionen .....	65
3.3.2.	Lineare Probleme.....	67
3.3.3.	Das Dekompositionsprinzip .....	69
3.4.	Modelle bei unvollständiger Information: Die Perspektive der Agency-Theorie .....	74
3.4.1.	Die klassische Principal-Agent Situation und der interne Markt .....	74
3.4.2.	Das Modell von VAYSMAN .....	77
3.5.	Spezielle Fragestellungen.....	83
3.5.1.	Die Berücksichtigung spezifischer Investitionen .....	83
3.5.2.	Die Berücksichtigung strategischen Verhaltens bei oligopolistischem Endproduktmarkt .....	89
3.6.	Möglichkeiten und Grenzen einer modellanalytischen Betrachtung .....	95
3.6.1.	Zusammenfassung der modellanalytischen Ergebnisse im Überblick ..	95
3.6.2.	Das Dilemma der Organisationstheorie und die Grenzen der modellanalytischen Ansätze.....	99
3.6.3.	Ein Ausweg aus dem Dilemma: die Einführung von Unschärfe zur Reduktion der Komplexität.....	103
4.	Die empirische Forschung zu internen Markt-Preis-Beziehungen .....	105
4.1.	Diskussion des gegenwärtigen Forschungsstands.....	105
4.1.1.	Strategien der empirischen Forschung .....	105
4.1.2.	Deskriptive statistische Erhebungen.....	107
4.1.3.	Hypothesenprüfende statistische Forschungsansätze .....	117
4.1.4.	Qualitative Methoden .....	128
4.2.	Ergebnisse, Methodik und Erkenntnisgrenzen der vorliegenden empirischen Untersuchungen im Überblick .....	130
Teil C:	Effektive Markt-Preis-Beziehungen: Ein organisationstheoretisches Modell und seine empirische Überprüfung.....	136
5.	Ein Modell kongruenter Konfigurationen für interne Markt-Preis-Beziehungen .....	136
5.1.	Ausgangspunkt für die Entwicklung eines Bezugsrahmens: HIRSH-LEIFER-Modell und Modifikation .....	136
5.2.	Wirkungen des Einsatzes von internen Markt-/Preisbeziehungen im Modell als Grundlage einer Effektivitätsbewertung.....	140

5.2.1.	Vorüberlegungen .....	140
5.2.2.	Untersuchung der Wirkungen im Einzelnen .....	142
5.2.2.1.	Motivationswirkung interner Verrechnungspreise .....	142
5.2.2.2.	Langfristige und kurzfristige Allokationswirkung interner Verrechnungspreise .....	147
5.2.2.3.	Effizienzwirkung .....	148
5.2.2.4.	Steuerung strategischer Entscheidungen .....	150
5.3.	Charakterisierung von Regelungen interner Markt-/Preisbeziehungen im Modell .....	153
5.3.1.	Transaktionsbasis und Transaktionsfreiheit als zentrale Parameter von Konfigurationen der internen Markt-/Preisbeziehung .....	153
5.3.2.	Regelung der Transaktionsbasis .....	155
5.3.2.1.	Marktpreise .....	155
5.3.2.2.	Verhandlungspreise .....	156
5.3.2.3.	Kostenpreise .....	157
5.3.3.	Regelung der Transaktionsfreiheit .....	160
5.4.	Kontingenzfaktoren für den Einsatz von internen Markt-/Preisbe- ziehungen .....	163
5.4.1.	Anforderungen an Kontingenzfaktoren .....	163
5.4.2.	Charakterisierung der Kontingenzfaktoren für den Bezugsrahmen ....	166
5.4.2.1.	Abweichung des Zwischenprodukts gegenüber nächstem Substitut .....	166
5.4.2.2.	Wettbewerbsnachteile durch externen Absatz bzw. Bezug .....	167
5.4.2.3.	Relative strategische Bedeutung der Bereiche .....	168
5.4.2.4.	Verteilung der Verhandlungsmacht .....	173
5.4.2.5.	Kostenstruktur .....	175
5.4.3.	Basissituationen des Bezugsrahmens im Überblick .....	177
5.5.	Gestaltungsempfehlungen für effektive Markt-/Preisbeziehungen .....	177
5.5.1.	Priorität der marktnächsten Lösung .....	178
5.5.2.	Sätze zur kongruenten Gestaltung der Transaktionsfreiheit .....	178
5.5.3.	Sätze zur Konsistenz der Gestaltungsparameter .....	182
5.5.4.	Sätze zur kongruenten Gestaltung der Transaktionsbasis .....	184
5.5.5.	Zusammenfassung der Gestaltungsempfehlungen im Überblick .....	188
5.5.6.	Abgrenzung gegenüber bestehenden Gestaltungsempfehlungen .....	196
6.	Empirische Überprüfung zentraler Modellhypothesen .....	198
6.1.	Methodische Vorüberlegungen .....	198
6.2.	Entwicklung von Forschungshypothesen .....	199
6.3.	Konzept und Ergebnisse der Untersuchung .....	206
6.3.1.	Konzept und Durchführung der empirischen Erhebung .....	206

6.3.1.1.	Konstruktion des Fragebogens .....	206
6.3.1.2.	Durchführung der Untersuchung .....	207
6.3.2.	Ergebnisse der empirischen Forschung .....	209
6.3.2.1.	Zusammensetzung der Stichprobe .....	209
6.3.2.2.	Qualität der erhobenen Daten und relevante statistische Verfahren .....	211
6.3.2.3.	Gütekriterien des Forschungskonzepts und Aufbau von Konstrukten .....	217
6.3.2.4.	Methodik der Hypothesenprüfung .....	225
6.3.2.5.	Prüfung der Hypothesen .....	227
6.3.3.	Implikationen der Forschungsergebnisse .....	245
7.	Abschließende Überlegungen .....	252
7.1.	Zusammenfassung der wesentlichen Aspekte .....	252
7.2.	Abgleich mit der eingangs formulierten Zielsetzung .....	257
7.3.	Grenzen der Untersuchung .....	258
Anhang:	Fragebogen .....	260
Literaturverzeichnis	.....	266