



1995, XXIV, 462 S. 44 Abb.

Printed book

Softcover

[1] 54,99 € (D) | 56,53 € (A) | CHF 61,00

eBook

[2] 35,96 € (D) | 35,96 € (A) | CHF 47,63

Available from your library or springer.com/shop

Manfred Krafft

Außendienstentlohnung im Licht der Neuen Institutionenlehre

Series: neue betriebswirtschaftliche forschung (nbf)

Unternehmen müssen sich im Verkaufsmanagement damit beschäftigen, ob sie lieber mit Handelsvertretern oder Reisenden operieren wollen, wie hoch die zu gewährenden Einkommen sein sollen und welches Verhältnis zwischen fixen und erfolgsabhängigen Entlohnungsanteilen bestehen soll. Aus der Praxis ist bekannt, daß Verkaufsaußen- dienstmitarbeiter gar nicht so leicht zu steuern sind, da sie häufig weit vom Unternehmenssitz entfernt operieren und im Rahmen des Möglichen eigene Zielvorstellungen verfolgen. Wissenschaftliche Empfehlungen zur Unterstützung der genannten Entscheidungsprobleme haben in den letzten 10 Jahren nur die Theorien der sogenannten Neuen Institutionenlehre, nämlich die Prinzipal-Agenten-Theorie und die Transaktionskostenanalyse, geliefert. Allerdings basieren diese Empfehlungen auf zum Teil restriktiven Modellannahmen, die bei einer Variation zum Teil zu widersprüchlichen oder nicht eindeutigen Aussagen führen. Bevor solche Empfehlungen der Unternehmenspraxis an die Hand gegeben werden können, sollte deshalb eine empirische Überprüfung der aus den Theorien ableitbaren Empfehlungen erfolgen. Bisher hat es zu einem Teil der Empfehlungen einige ganz wenige empirische Untersuchungen in den USA gegeben, die aber mit einigen fragwürdigen Operationalisierungen arbeiten und im übrigen widersprüchliche Befunde liefern. Aber selbst wenn diese Ergebnisse einwandfrei und eindeutig wären, so könnte man sie nicht unbedenken auf die Situation in der Bundesrepublik Deutschland übertragen, da hier andere Kontextbedingungen herrschen. Das Ziel der Dissertation von Krafft bestand deshalb darin, Empfehlungen der Prinzipal-Agenten-Theorie und der Transaktionskostenanalyse daraufhin empirisch zu überprüfen, ob sie in der Entlohnungspraxis in deutschen Verkaufsaußendienstorganisationen befolgt werden. Gleichzeitig möchte Krafft die Relevanz der jeweiligen Theorien für verschiedene Fragestellungen der Verkaufsaußendienst-Entlohnung klären.

Order online at springer.com / or for the Americas call (toll free) 1-800-SPRINGER / or email us at: customerservice@springernature.com. / For outside the Americas call +49 (0) 6221-345-4301 / or email us at: customerservice@springernature.com.

The first € price and the £ and \$ price are net prices, subject to local VAT. Prices indicated with [1] include VAT for books; the €(D) includes 7% for Germany, the €(A) includes 10% for Austria. Prices indicated with [2] include VAT for electronic products; 19% for Germany, 20% for Austria. All prices exclusive of carriage charges. Prices and other details are subject to change without notice. All errors and omissions excepted. [3] No discount for MyCopy.

