

Wirtschaft · Unternehmen · Management

Ein Einstieg in die Betriebswirtschaftslehre

Prof. Dr. Jean-Paul Thommen

3., überarbeitete und erweiterte Auflage

Versus · Zürich

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 1: Wirtschaft und Unternehmen

1.1	Wirtschaft und ihre Elemente	11
1.1.1	Bedürfnisse, Bedarf, Wirtschaft	11
1.1.2	Wirtschaftsgüter	13
1.1.3	Wirtschaftseinheiten	15
1.1.3.1	Haushalte und Unternehmen	15
1.1.3.2	Private und öffentliche Unternehmen, Verwaltung	16
1.1.3.3	Zusammenfassung	18
1.2	Unternehmen als Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre	19
1.2.1	Managementorientierte Merkmale des Unternehmens	19
1.2.2	Betrieblicher Umsatzprozess	22
1.2.3	Steuerung des Problemlösungsprozesses	24
1.2.3.1	Phasen des Problemlösungsprozesses	24
1.2.3.2	Steuerungsfunktionen	26
1.2.3.3	Zusammenfassung	27
1.2.4	Erfassung und Auswertung des betrieblichen Umsatzprozesses	28
1.2.5	Umwelt des Unternehmens	31
1.2.5.1	Märkte	32
1.2.5.2	Umweltsphären	32
1.2.5.3	Stakeholder	34
1.2.5.4	Issue Management	36
1.2.5.5	Zusammenfassung	39
1.2.6	Integrierte Betrachtung des Unternehmens und seiner Umwelt	40

1.3	Einteilung der Betriebswirtschaftslehre	41
1.3.1	Funktionelle Gliederung	41
1.3.2	Genetische Gliederung	42
1.3.3	Institutionelle Gliederung	43
1.3.4	Zusammenfassung	43
	Repetitionsfragen	44

Kapitel 2: Typologie des Unternehmens

2.1	Gewinnorientierung	45
2.2	Branche	47
2.3	Grösse	49
2.4	Unternehmenswachstum	51
2.5	Technisch-ökonomische Struktur	51
2.6	Rechtsform	52
2.6.1	Einzelunternehmen und Gesellschaft	52
2.6.2	Gesellschaftsformen nach schweizerischem Recht	53
2.6.3	Wirtschaftliche Bedeutung der Gesellschaftsformen	58
2.7	Unternehmenskooperationen	61
2.7.1	Ziele von Unternehmenskooperationen	61
2.7.2	Merkmale von Unternehmenskooperationen	65
2.7.2.1	Produktionsstufe	65
2.7.2.2	Dauer der Kooperation	65
2.7.2.3	Kooperationsgrad	66
2.7.3	Formen von Unternehmenskooperationen	67
2.7.3.1	Partizipation	67
2.7.3.2	Konsortium	67
2.7.3.3	Kartell	68
2.7.3.4	Interessengemeinschaft	71
2.7.3.5	Joint Venture	71
2.7.3.6	Strategische Allianz	72
2.7.3.7	Konzern	75
2.7.4	Zusammenfassung	77
2.8	Standort des Unternehmens	78
2.8.1	Grad der geographischen Ausbreitung	78
2.8.2	Standortanalyse	81
2.8.2.1	Standortfaktoren	81
2.8.2.2	Standortwahl	86
2.9	Zusammenfassung	88
	Repetitionsfragen	88

Kapitel 3: Unternehmensziele

3.1 Zielbildung	91
3.2 Zielinhalt	92
3.2.1 Sachziele	92
3.2.1.1 Leistungsziele	94
3.2.1.2 Finanzziele	94
3.2.1.3 Führungs- und Organisationsziele	95
3.2.1.4 Soziale und ökologische Ziele	95
3.2.2 Formalziele (Erfolgsziele)	97
3.2.2.1 Ökonomisches Prinzip	97
3.2.2.2 Produktivität	98
3.2.2.3 Wirtschaftlichkeit	100
3.2.2.4 Gewinn und Rentabilität	100
3.2.3 Zusammenfassung	100
3.3 Dimensionen der Ziele	102
3.3.1 Zielausmass und Zielmassstab	102
3.3.2 Zeitlicher Bezug der Ziele	103
3.3.3 Organisatorischer Bezug der Ziele	104
3.4 Zielbeziehungen	105
3.4.1 Komplementäre, konkurrierende und indifferente Zielbeziehungen ..	105
3.4.2 Haupt- und Nebenziele	108
3.4.3 Ober-, Zwischen- und Unterziele	108
Repetitionsfragen	109
Multiple-Choice-Aufgaben	111
Literatur	131
Stichwortverzeichnis	133
Der Autor	141