

Darnell Hilliard

Weltunternehmen und historische Formen des Unternehmens

Darnell Hilliard

Weltunternehmen und historische Formen des Unternehmens



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage 2010

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2010

Lektorat: Dorothee Koch / Sabine Schöller

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist eine Marke von Springer Fachmedien.

Springer Fachmedien ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.

www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Ten Brink, Meppel

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-531-17509-6

Für Leni

Inhalt

Einleitung.....	9
1. Zur Soziologie des Unternehmens	24
1.1 Unternehmen als Form	24
1.2 Unternehmen und Gesellschaft	34
1.3 Zur Evolution des Unternehmens	44
2. Vormoderne Wirtschaftsorganisation des 14. und 15. Jahrhunderts	57
2.1 Zur Stadt stratifizierter Gesellschaften	57
2.2 Die Bedarfsdeckung der vormodernen Wirtschaftsorganisation	67
2.3 Die Evolutionschancen der vormodernen Wirtschaftsorganisation	77
3. Frühmodernes Unternehmen des 16. und 17. Jahrhunderts	89
3.1 Zur Ausdifferenzierung der modernen Gesellschaft	89
3.2 Die geschäftliche Gewinnerorientierung des frühmodernen Unternehmens	99
3.3 Die Differenzierung der evolutionären Komponenten im frühmodernen Unternehmen	107
4. Internationales Handelsunternehmen des 17. und 18. Jahrhunderts	124
4.1. Zur Gesellschaft des ‚Merkantilismus‘	124
4.2. Die handelsbasierte Gewinnmaximierung und Macht- akkumulation des internationalen Handelsunternehmens	139
4.3. Zur Evolution des internationalen Handelsunternehmens	149
4.3.1. Variation	149
4.3.2. Selektion	157
4.3.3. Restabilisierung	165

5. Multinational Unternehmen des späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts.....	171
5.1. Nation und Weltgesellschaft	171
5.2. Die länderorientierte Gewinnmaximierung des multinationalen Unternehmens	197
5.3. Zur Evolution des multinationalen Unternehmens	207
5.3.1. Variation	207
5.3.2. Selektion	217
5.3.3. Restabilisierung	233
6. Klassische und neuere Begriffskonstruktionen des multinationalen Unternehmens	242
6.1. Theoretische Vorbemerkungen	242
6.2. Ökonomische Theorien	247
6.2.1. Theorie der Industrial Organization	247
6.2.2. Theorie des internationalen Handels	253
6.2.3. Theorie der Firma	256
6.2.4. Evolutionäre Theorie	261
6.2.5. Eklektische Theorie	265
6.3. Managementforschung und Organisationstheorie	268
6.3.1. Behavioristischer Ansatz	268
6.3.2. Strategie-Struktur-Modell	270
6.3.3. Prozess-Modell	273
6.3.4. Netzwerktheorie	275
6.3.5. (Neo-)Institutionalismus	278
7. Weltunternehmen der Gegenwart.....	282
7.1. Zur Weltgesellschaft der Gegenwart	282
7.2. Die weltorientierte Gewinnmaximierung des Weltunternehmens.....	316
7.3. Zur Evolution des Weltunternehmens	344
7.3.1. Variation	344
7.3.2. Selektion	355
7.3.3. Restabilisierung	367
Literatur	372