

Erfolgsfaktoren von landwirtschaftlichen Unternehmen mit Marktfruchtanbau in Sachsen-Anhalt

Eine empirische Analyse

**von
Kirsti Dautzenberg**

IAMO
2005

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Tabellen	IV
Verzeichnis der Abbildungen.....	V
Verzeichnis der Anhänge.....	VI
Verzeichnis der Abkürzungen und Symbole.....	VII
1 Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung.....	1
1.2 Vorgehensweise.....	2
2 Theoretische Grundlagen und Literaturüberblick	5
2.1 Einführung.....	5
2.2 Grundlagen der Erfolgsfaktorenforschung	5
2.2.1 Strategischer Erfolg, strategischer Erfolgsfaktor und Erfolgspotenzial	6
2.2.2 Erfolgsfaktorenforschung.....	7
2.2.3 Problembereiche der Erfolgsfaktorenforschung.....	8
2.2.4 Systematisierung der Methoden der Erfolgsfaktorenforschung.....	10
2.3 Quantitative Methoden der empirischen Sozialforschung.....	13
2.4 Kausalität und Kausalanalyse.....	14
2.5 Erklärungsrelevante Theorien und theoretische Ansätze	17
2.5.1 Erklärung von Erfolgsunterschieden	20
2.6 Lineare Strukturgleichungsmodelle und ihre Anwendung.....	24

3	Lineare Strukturgleichungsmodelle.....	33
3.1	Einführung.....	33
3.2	Pfadanalyse	33
3.2.1	Modellspezifikation.....	34
3.2.2	Berechnung der Pfadkoeffizienten	36
3.2.3	Effektzerlegung	37
3.3	Faktoranalytische Modelle	38
3.3.1	Eignung der Variablen und Anwendungsvoraussetzung	39
3.3.2	Ermittlung der Faktoren	40
3.3.3	Kommunalitätenproblem.....	41
3.3.4	Faktorextraktionsverfahren	42
3.4	Erweiterung der Pfadmodelle um latente Variablen	43
3.5	Das allgemeine Modell linearer Strukturgleichungen	44
3.6	Grundzüge der Kovarianzstrukturanalyse.....	47
3.6.1	Erklärung der Kovarianzmatrix durch ein Strukturgleichungsmodell	48
3.6.2	Schätzung der Parameter	49
3.6.3	Modellevaluation.....	52
4	Datenbasis und deskriptive Analyse	57
4.1	Einführung.....	57
4.2	Struktur der Datengrundlage	57
4.3	Eignung des Datenmaterials für die vorliegende Analyse.....	59
4.4	Charakterisierung der untersuchten Unternehmen	60
4.5	Auswahl der Erfolgskennzahlen	63
4.6	Analyse der Erfolgskennzahlen.....	65
4.7	Partialanalytische Untersuchung von Erfolgsvariablen	67
4.7.1	Standortqualität und Betriebsgröße.....	69
4.7.2	Eigentumsverhältnisse und Arbeitskräftebesatz.....	70
4.7.3	Anbaustruktur	72
4.7.4	Naturalerträge und Produktpreise.....	74
4.7.5	Naturalertragsschwankungen und Produktpreisschwankungen	76

5	Entwicklung der Untersuchungshypothesen.....	79
5.1	Einführung.....	79
5.2	Dimensionen der Unternehmensführung.....	79
5.2.1	Das Konzept des Unternehmenserfolges.....	83
5.3	Formulierung der Forschungshypothesen.....	83
5.3.1	Funktionsbereiche der Unternehmensführung und Unternehmenserfolg.....	84
5.3.2	Operationalisierung der Marktorientierung.....	85
5.3.3	Operationalisierung der Technologieorientierung.....	86
5.3.4	Operationalisierung der Intensitätsorientierung.....	87
5.3.5	Operationalisierung der Faktororientierung.....	88
5.3.6	Operationalisierung der Finanzorientierung.....	89
5.3.7	Operationalisierung des Unternehmenserfolges.....	91
6	Darstellung und Analyse der empirischen Ergebnisse.....	93
6.1	Einführung.....	93
6.2	Kriterien der Modellbeurteilung.....	93
6.3	Faktoranalytische Modelle der Unternehmensführung.....	96
6.3.1	Faktoranalytisches Modell zur Unternehmensführung erster Ordnung.....	97
6.3.2	Faktoranalytisches Modell der Unternehmensführung zweiter Ordnung.....	101
6.3.3	Strukturgleichungsmodelle zur Unternehmensführung erster Ordnung.....	103
6.3.4	Strukturgleichungsmodell zur Unternehmensführung zweiter Ordnung.....	111
7	Zusammenfassung.....	117
7.1	Anwendungsmöglichkeiten in Forschung und Praxis.....	118
7.2	Ansatzpunkte für weitere Forschung.....	120
8	Summary.....	121
9	Literaturverzeichnis.....	123
	Anhang.....	135