

BUCHAREST UNIVERSITY OF ECONOMIC STUDIES

Council of Doctoral Studies

Business Administration Doctoral School

ZUSAMMENFASSUNG DER DOKTORAL THESIS

mit dem Titel

UNTERSUCHUNG ÜBER DEN WETTBEWERB UND DEN EINFLUSS DER NACHHALTIGEN UND VERANTWORTUNGSVOLLEN GESCHÄFTSENTWICKLUNG

PhD Betreuerin: Prof. Univ. Dr. Marieta OLARU

PhD Student: Jochen Schmid (M.Sc.)

a) Inhalt

Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

Einleitung

Teil I: Aktueller Wissensstand im Forschungsgebiet

1. NEU TENDENZEN DER NACHHALTIGEN UND VERANTWORTUNGSVOLLEN GESCHÄFTSENTWICKLUNGEN IN EINER GLOBALISIERTEN WELT
2. DETERMINANTEN DES WETTBEWERBS UND AKTUELLE ENTWICKLUNGEN IM KONTEXT EINER GLOBALEN UNTERNEHMUNG
3. STRATEGIEN UND RISIKEN IN ABHÄNGIGKEIT DES ÖKONOMISCHEN WERTES DER UNTERNEHMUNG IM GLOBALEN WETTBEWERBSUMFELD

Teil II: Persönliche Beiträge und Studien

4. ANALYSE DER SCHLÜSSELFAKTOREN UND RISIKEN FÜR DIE NACHHALTIGEN UND VERANTWORTUNGSVOLLEN GESCHÄFTE IM GLOBALEN WETTBEWERB
5. ANALYSE DER NACHHALTIGEN UND VERANTWORTUNGSVOLLEN GESCHÄFTE
6. ENTWICKLUNG EINER NEUEN KENNZAHL UND MESSVERFAHRENS ZUR BESTIMMUNG DES ÖKONOMISCHEN WERTES DER UNTERNEHMUNG IN ABHÄNGIGKEIT DER NACHHALTIGEN UND VERANTWORTUNGSVOLLEN GESCHÄFTE

Zusammenfassung

Quellen

Anhang

b) Schlüsselwörter

Wettbewerb, verantwortungsvolle Geschäfte, Nachhaltigkeit, Ökonomischer Wert, Soziale Verantwortung

c) Übersicht der Kernaussagen der Thesis

In den öffentlichen Jahresberichten der deutschen Unternehmen ist zu erkennen, dass zumeist der Gewinn und der Umsatz in den letzten Jahren gestiegen ist. Darüberhinaus ist zu erkennen, dass der globale Wettbewerb zugenommen hat und sich weiter verschärft. Auf der anderen Seite sind sogenannte Megatrends zu beobachten, welche aktuell eine Nachfrage zur Nachhaltigkeit und sozialen Verantwortung fordern. Die Unternehmen müssen diese Herausforderung meistern und sowohl die Shareholder als auch die Stakeholderinteressen berücksichtigen. Unternehmen definieren als Oberziel die Maximierung des Gewinn und somit stellt sich die Frage, ob es einen messbaren Effekt des Wettbewerbs auf die nachhaltigen und verantwortungsvollen Geschäftsentwicklungen gibt. Für die deutschen Unternehmen existiert bis heute keine hinreichend wissenschaftlich begründete und fundierte Untersuchung. Damit ist eine klare Forschungslücke gegeben. Die Thesis befasst sich mit folgenden Hypothesen:

- Wettbewerb ist ein Teil der Strategie und Unternehmen streben stets nach dem höchsten Gewinn;
- Verantwortungsvolle Geschäftsentwicklungen sind Teil der unternehmerischen Strategie und das Management implementiert dies;
- Unternehmen, welche eine nachhaltige und verantwortungsvolle Geschäftsentwicklung als Strategie definieren sind im globalen Wettbewerb erfolgreicher.

In Zusammenhang mit den Ergebnissen der Untersuchungen und spezifischen Forschungen konnte der Autor a) zwei neue Indikatoren entwickeln um die Wirkung der nachhaltigen und verantwortungsvollen Geschäfte auf die Wettbewerbssituation aufzuzeigen und b) ein neues Modell entwickeln, welches den Einfluss erklärt. Schliesslich zeigt die Thesis, dass es ein beweisbarer und fundierter Umstand ist, dass der Effekt von Wettbewerb und nachhaltigen und verantwortungsvollen Geschäftsentwicklungen den Erfolg der Unternehmung beeinflusst. Das bedeutet, dass Unternehmen, welche genau diese strategischen Massnahmen ergreifen und umsetzen im Grundsatz einen höheren Profit generieren und ihre Position im globalen Wettbewerb verbessern.

d) CV des Doktoranden

Name: Hans Jochen Schmid

Adress: Lindenstrasse 15; 74420 Oberrot; Germany

Phone: +49-171 40 4444 5

Mail: jochen.schmid@tdwk.de



Date of birth: 25.Nov.1979

Gender: male

Place of birth: Schwäbisch Gmünd, Germany

Family status: married, 2 children

Nationality: German

Education	1997 - 2001	Schlossgymnasium Künzelsau Graduation: Abitur
	2001 - 2002	Military Service Prinz-Eugen Kaserne/ Kilsheim Advanced course in Ski and Training Special Unit KFOR
	2002	Internship SUNWAY-HOSEN GmbH
Academic Studies	2002-2005	Diplom-Betriebswirt (DH) / Bachelor of Business Administration, „Trade and E-Commerce“, Baden-Wuerttemberg Cooperative State University in Ravensburg (DHBW - Duale Hochschule Baden-Württemberg, Ravensburg)
	2003	Training Supervisor examination IHK Weingarten (AdA)
	2009-2011	Master of Science (M.Sc.)

	2013	Research Organisational Theory: The Upper-Echelons Theory referred to Hambrick & Mason and the effects to the performance of the firm, University of Erfurt, Prof. Till Talaulicar
	Since 2014	Doctoral Research "Doctor of Business (PhD)"; ASE Bucharest, disputation mid of 2017
Tutorial, congress, teaching	2006-2015	Assistant lecturer at Baden-Wuerttemberg Cooperative State University in Ravensburg in disciplines of <ul style="list-style-type: none">• Concentration and Integration in Commerce• Sales Management
	2009-2015	Assistant lecturer at Baden-Wuerttemberg Cooperative State University in Stuttgart in disciplines of <ul style="list-style-type: none">• Business Administration• Commercial Operating and Trading• Concentration and Integration in Commerce
	2010-2016	Different tutorials at VHS Esslingen <ul style="list-style-type: none">• Controlling (Xpert Business)• Marketing for Start-Ups• Business Administration for Start-Ups• Cost Accounting and Results Account
	2010-2016	Different tutorials at VHS Goeppingen <ul style="list-style-type: none">• Marketing for Start-Ups• Business Administration for Start-Ups
	Since 2011	Assistant lecturer at FH Heilbronn in disciplines of <ul style="list-style-type: none">• Business Administration• Commercial Operating and Trading• Marketing for Trade Companies• Marketing for Service Companies• Sales Economy• Sales Management• Trade Management• Main Seminar• Organisation of Trade Companies
	Since 2011	

		Assistant lecturer at Hochschule Wismar/WINGS GmbH in disciplines of Marketing/ Vertrieb, nationwide seminars, congresses and tutorials for Diplom, Bachelor and Master incl. Supervisor of the studies. Responsibility of the moduls of Marketing (Bachelor)
		<ul style="list-style-type: none"> • Strategic Marketing • Market Research • Concept-orientated Marketing • Case Studies of Marketing • Customer Behavior • Product- and Price Strategy • Communication- and Distribution Strategy • Multi-Channel Management • Negotiation Methods • Sales Management • Marketing Management
	2013-2015	Assistant lecturer at FOM Stuttgart and Augsburg in disciplines of <ul style="list-style-type: none"> • Marketing and Sourcing • Empirical Marketing Project • Trend of Marketing • Market Research • Trading Commerce
Work	2005 - 2014	Assistant of Management and Sales Manager at SUNWAY-HOSEN GmbH/ Waldstetten, focus on Sourcing, Production, Sales and Marketing of functional clothes (B2C)
	2006 - 2010	Manager of the E-Commerce trading company „Spirit of Sport“ with its focus on outdoor equipment and clothes
	Since 2014	CEO and Manager of R&D of trendwerk GmbH/ Oberrot; R&D, Marketing and Sales of technical innovations (B2B und B2C)
	Since 2014	Assistant of Management, Controlling and Medical Device Consultant for medical devices (B2B und B2C) at IC Medical GmbH/ Rudersberg-Steinenberg
Internship	2003	Scholarship at Nelson Marlborough Institute of Technology, Nelson / New Zealand, Department of Administration (Onlinemarketing, Market Research, Environmental
Honorary Position		Working Committee for refugees in Oberrot/ Germany Football trainer (children up to 6 years)

Certified Consultant for Medical Devices and Hygienic Issues
Member of DGSV (German Association of Aseptic Utility Supply)

Hobby

Science: Economy, Sales, Marketing

Sport: Long-Distance Cycling, Climbing