

Inhaltsverzeichnis

Einleitung: Leistungsprozeß	1
1 Der Gegenstand des Leistungsprozesses	1
2 Die Phasen des Leistungsprozesses	5

1. Kapitel

Beschaffung und Logistik

Ernst Troßmann

1 Grundlagen der Beschaffung und der Logistik	9
1.1 Kennzeichnung der betrieblichen Beschaffung	9
1.1.1 Die Funktion der betrieblichen Beschaffung	9
1.1.2 Einsatzfelder der Beschaffung	11
1.2 Kennzeichnung der betrieblichen Logistik	15
1.2.1 Die Funktion der betrieblichen Logistik	15
1.2.2 Einsatzfelder der Logistik	17
2 Das beschaffungspolitische Instrumentarium	21
2.1 Überblick	21
2.2 Die Beschaffungsprogrammpolitik	22
2.2.1 Die Gestaltung des Beschaffungsprogramms	22
2.2.2 Die Gestaltung der Eigenschaften von Beschaffungsgütern	25
2.2.3 Die zeitliche Gestaltung der Nachfrage	27
2.3 Die Beschaffungskonditionenpolitik	28
2.4 Die Kommunikationspolitik im Beschaffungsbereich	31
2.5 Die Bezugspolitik	33

3 Das logistikpolitische Instrumentarium	35
3.1 Überblick	35
3.2 Lösungsprinzipien für einzelne Logistikbereiche	35
3.2.1 Prinzipien bei der Lagerung	35
3.2.2 Prinzipien des Transports	39
3.3 Lösungsprinzipien für die gesamtbetriebliche Logistik	40
3.3.1 Problemstellung der gesamtbetrieblichen Logistik	40
3.3.2 Die Kanban-Logistik	40
3.3.3 Die Just-in-Time-Logistik	43
4 Planungsgrundlagen in Beschaffung und Logistik	45
4.1 Entscheidungsrelevante Informationen in Beschaffung und Logistik	45
4.2 Die Bedarfsprognose	46
4.2.1 Programmorientierte Prognosen	46
4.2.2 Verbrauchsorientierte Prognosen	47
4.3 Ziele in Beschaffung und Logistik	48
5 Ausgewählte Planungsmethoden in Beschaffung und Logistik	52
5.1 Die Planungsmethoden im Überblick	52
5.2 Die ABC-Analyse	53
5.3 Das Grundmodell der optimalen Bestellmenge	56
5.4 Dynamische Bestellmengenoptimierung	61
5.5 Lagerhaltungssysteme	65
6 Ausblick: Veränderungen in der Bedeutung von Beschaffung und Logistik	73
Literaturhinweise	74

2. Kapitel

Fertigungswirtschaft

Jürgen Bloech und Wolfgang Lücke

1 Begriffliche Grundlagen	77
2 Grundfragen der Fertigungswirtschaft	79
2.1 Ziele	79
2.2 Produktionsfaktoren	80
2.3 Fertigungsverfahren	83
2.4 Die Gestaltung von Fertigungsprogramm und -prozeß	86
3 Die betriebswirtschaftliche Produktionstheorie	88
3.1 Der Begriff	88
3.2 Die Produktionsfunktion	89
3.3 Durchschnittsprodukt, Grenzproduktivität und Grenzprodukt	93
3.4 Ausprägungen der Produktionsfunktion	94
3.4.1 Die Produktionsfunktion vom Typ A	95
3.4.2 Die Produktionsfunktion vom Typ B	98
3.4.3 Die Produktionsfunktion vom Typ C	100
3.4.4 Input-Output-Beziehungen bei Mehrproduktartenproduktion	103
3.4.5 Input-Output-Beziehungen bei mehrstufiger Fertigung	108
4 Die betriebswirtschaftliche Kostentheorie	111
4.1 Die Kostenfunktion	111
4.2 Kostenverläufe	115
4.2.1 Lineare Kostenverläufe	115
4.2.2 Der ertragsgesetzliche Kostenverlauf	117
4.2.3 Der Kostenverlauf auf der Basis von Verbrauchsfunktionen	120
4.3 Kostenverläufe bei verschiedenen Formen der Anpassung	126
Literaturhinweise	128

3. Kapitel

Marketing

Erwin Dichtl

1 Ursprung und Erscheinungsformen des Marketing	131
1.1 Das Marketing als Komplement der Leistungserstellung	131
1.2 Das Marketing als Inbegriff konsequenter Kundenorientierung	132
1.3 Das Marketing als Führungskonzeption von Unternehmen	135
1.4 Das Marketing als Instrument zur Förderung öffentlicher Anliegen	136
2 Ein Phasenmodell der Marktorientierung	140
2.1 Die Schaffung eines neuen Marktes	140
2.2 Die Absatzausweitung	142
2.3 Die Erfolgssicherung	143
3 Grundfragen des strategischen Marketing	145
3.1 Der Beitrag der Unternehmung zum Angebot von Gütern und Dienstleistungen	145
3.1.1 Die Festlegung des Betätigungsfeldes	145
3.1.2 Die Nutzung vorhandenen Differenzierungspotentials	145
3.1.3 Die Positionierung der Marketingleistung	148
3.1.4 Die Bestimmung der geographischen Dimensionen des Marktes	150
3.2 Das Streben nach Wettbewerbsvorteilen	152
3.2.1 Die Erringung der Qualitätsführerschaft	152
3.2.2 Die Gewährleistung von Kundennähe	153
3.2.3 Die Erzielung eines Imagevorsprungs	154
3.2.4 Die Erlangung von Kostenvorteilen	155
4 Die absatzpolitischen Instrumente	160
4.1 Die Sach- oder Dienstleistung	160
4.1.1 Der produktpolitische Gestaltungsspielraum	160

4.1.2	Programmpolitische Optionen	163
4.1.3	Die Diversifikation	165
4.2	Die Preisfindung	167
4.2.1	Bestimmungsgrößen des Preises	167
4.2.2	Die Optimierung der Preisforderung	173
4.3	Die Distribution	176
4.3.1	Die Wahl des Absatzweges	176
4.3.2	Das Kundenmanagement	181
4.3.3	Die logistische Herausforderung	182
4.4	Die Kommunikation	184
4.4.1	Erscheinungsformen unternehmerischer Kommunikation	185
4.4.1.1	Die Mediawerbung	185
4.4.1.2	Die Verkaufsförderung	185
4.4.1.3	Die Öffentlichkeitsarbeit	187
4.4.1.4	Das Sponsoring	188
4.4.2	Entscheidungsebenen im Bereich der Kommunikation	189
5	Informations- und Bewertungsprobleme	195
	Literaturhinweise	201

4. Kapitel

Investition

Horst Seelbach

1	Grundlagen	203
1.1	Investitionstheoretische Grundbegriffe	203
1.2	Finanzmathematische Grundbegriffe	207
1.3	Investitionsmodelle	211
2	Isolierte Investitionsplanung	213
2.1	Prämissen	213
2.2	Entscheidungen über einzelne Investitionsobjekte	215

2.2.1	Investitionsmodelle bei vollkommenem Kapitalmarkt und gegebener Nutzungsdauer	215
2.2.1.1	Kapitalwertmodell	216
2.2.1.2	Endwertmodell	217
2.2.1.3	Entnahme- und Annuitätenmodell	218
2.2.1.4	Modell des internen Zinssatzes	219
2.2.2	Exkurs: Statische Verfahren der Investitionsrechnung	225
2.2.2.1	Ermittlung des Kapitaldienstes	226
2.2.2.2	Varianten der statischen Investitionsrechnung	232
2.2.3	Investitionsmodelle bei vollkommenem Kapitalmarkt und variabler Nutzungsdauer	234
2.2.4	Investitionsmodelle bei unvollkommenem Kapitalmarkt und gegebener Nutzungsdauer	243
2.3	Entscheidungen über Investitionsprogramme	247
2.3.1	Budgetbegrenzung im Investitionszeitpunkt	248
2.3.2	Budgetbegrenzungen in allen Perioden	250
3	Simultane Investitionsplanung	253
3.1	Investition und Finanzierung	253
3.1.1	Budgetbegrenzung im Planungszeitpunkt	254
3.1.2	Budgetbegrenzungen in allen Perioden	254
3.1.3	Mehrperiodige Entscheidungen	257
3.1.4	Berücksichtigung von Absatzgrenzen	261
3.2	Investition und Produktion	262
3.2.1	Produktionsvariablen	262
3.2.2	Güterwirtschaftliche Beschränkungen	264
3.2.3	Finanzierungsbedingungen	267
3.2.4	Zielfunktion	271
4	Erweiterungen	272
4.1	Erweiterung des Entscheidungsbereichs	272
4.2	Berücksichtigung von Steuern	273
4.3	Ungewisse Daten	274
	Literaturhinweise	276

5. Kapitel

Finanzierung

Jochen Drukarczyk

1 Begriff und Finanzierungsformen	281
1.1 Zum Begriff »Finanzierung«	281
1.2 Eine Systematik der Finanzierungsformen	283
1.2.1 Zahlungsbeziehungen zwischen Unternehmen und Märkten	283
1.2.2 Eigen- und Fremdfinanzierung	284
1.2.3 Außen- und Innenfinanzierung	286
1.3 Das Problem der »optimalen Finanzierung«	292
2 Liquidität	298
2.1 Begriff und Arten der Liquidität von Unternehmen	298
2.1.1 Güterwirtschaftliche Liquidität	300
2.1.2 Verliehene Liquidität	301
2.1.3 Zukünftige Liquidität	302
2.1.4 Antizipierte Liquidität	302
2.2 Die Messung von Liquidität	303
2.2.1 Vorbemerkung	303
2.2.2 Die Messung durch Bilanzen	303
2.2.2.1 Die theoretische Bilanz	304
2.2.2.2 Die ROHG-Bilanz (Liquidationsbilanz)	305
2.2.2.3 Die Bilanz der Kapitalgesellschaft i. S. d. HGB (Fortführungsbilanz)	307
2.2.3 Die Messung durch Finanzpläne	311
2.2.3.1 Anforderungen an einen Finanzplan	312
2.2.3.2 Die Strukturierung eines Finanzplanes	313
2.2.4 Finanzplanung, Bilanzen und Gewinn- und Ver- lustrechnung	315
3 Finanzierung und Risiko	319
3.1 Begriff des Risikos	319
3.2 Eine Darstellungsform für Risiko und Chance	319
3.3 Risiko und Chance bei Eigenfinanzierung	321
3.4 Risiko und Chance bei teilweiser Fremdfinanzierung	322

4 Eigen- bzw. Beteiligungsfinanzierung	324
4.1 Definition und Funktionen von Eigenkapital	325
4.2 Zur Eigenkapitalausstattung deutscher Unternehmen	331
4.3 Beschaffung von Eigenkapital durch Aufnahme neuer Teilhaber (Gesellschafter) bei nicht emissionsfähigen Unternehmen	336
4.4 Beschaffung von Eigenkapital bei emissionsfähigen Unter- nehmen	341
4.4.1 Stammaktien	341
4.4.2 Vorzugsaktien	345
4.4.3 Genußscheine	346
4.4.4 Formen der Kapitalerhöhung bei der Aktiengesell- schaft	349
5 Selbstfinanzierung	351
5.1 Begriff	351
5.2 Selbstfinanzierung bei Personengesellschaften	352
5.3 Selbstfinanzierung bei Kapitalgesellschaften	352
6 Fremdfinanzierung	359
6.1 Die Position des Fremdkapitalgebers	359
6.2 Die Beschaffung von Fremdkapital	361
6.2.1 Langfristige Fremdfinanzierung	362
6.2.1.1 Langfristiger Bankkredit	363
6.2.1.2 Schuldscheindarlehen	363
6.2.1.3 Industrieobligation	366
6.2.1.4 Gewinnobligation	368
6.2.1.5 Optionsanleihe	370
6.2.1.6 Wandelschuldverschreibung	370
6.2.1.7 Gesellschafterdarlehen	371
6.2.1.8 Null-Kupon-Anleihe (Zero Bond)	372
6.2.1.9 Floating Rate Notes (FRN)	373
6.2.1.10 Indexanleihen	374
6.2.1.11 Doppelwährungsanleihen	374
6.2.1.12 Commercial Paper-Programme	375
6.2.2 Kurzfristige Fremdfinanzierung	377
6.2.2.1 Übersicht	377
6.2.2.2 Kredite von Nichtbanken	377
6.2.2.2.1 Lieferantenkredit	377
6.2.2.2.2 Kundenanzahlungen	378
6.2.2.3 Kredite von Kreditinstituten	379
6.2.2.3.1 Kontokorrentkredit	379

6.2.2.3.2 Lombardkredit	379
6.2.2.3.3 Diskontkredit	380
6.2.2.3.4 Akzeptkredit	380
6.2.2.3.5 Avalkredit	381
6.2.2.3.6 Factoring	382
7 Grundzüge einer Entscheidungsrechnung	383
Literaturhinweise	390

6. Kapitel

Personalwirtschaft

Hugo Kossbiel

1 Grundlagen der Personalwirtschaft	395
1.1 Personalwirtschaftliche Probleme	396
1.1.1 Die Verfügbarkeit über Personal	396
1.1.2 Die Wirksamkeit des Personals	397
1.1.3 Interdependenzen zwischen dem Verfügbarkeits- und dem Wirksamkeitsproblem	399
1.2 Personalwirtschaftliche Instrumente	399
1.3 Personalwirtschaftliche Wirkungen	400
1.4 Personalwirtschaftliche Bedingungen	403
2 Personalwirtschaftliches Handeln als organisationales Han- deln	406
2.1 Individuelles und organisationales Handeln	406
2.1.1 Ein Modell individuellen Handelns	406
2.1.2 Ein Modell organisationalen Handelns	410
2.1.3 Beziehungen zwischen individuellem und organisa- tionalem Handeln	413
2.2 Entscheidungskriterien personalwirtschaftlichen Han- delns	415
2.2.1 Substanzziele und Formalziele	415
2.2.2 Ökonomische und humane Ziele	416

2.3	Personalwirtschaftliches Handeln und betriebliche Personalpolitik	418
3	Die Disposition über das Personalpotential	423
3.1	Der Personalbedarf als Kriterium der Personaldisposition	423
3.2	Maßnahmen der Personaldisposition	426
3.2.1	Maßnahmen der Personalausstattung	426
3.2.1.1	Anwerbung	427
3.2.1.2	Auswahl	429
3.2.1.3	Einstellung	430
3.2.1.4	Eingliederung	431
3.2.2	Maßnahmen des Personaleinsatzes	432
3.2.3	Personaldisposition und Personalsegmentierung	433
3.3	Die Planung der Personaldisposition	435
4	Die Beeinflussung des Personalverhaltens	449
4.1	Die Personalverhaltensansprüche als Kriterien der Personalverhaltensbeeinflussung	449
4.2	Maßnahmen der Beeinflussung des Personalverhaltens	452
4.2.1	Strukturelle Maßnahmen der Verhaltensbeeinflussung	452
4.2.1.1	Überblick	452
4.2.1.2	Arbeitsstrukturen	453
4.2.1.3	Entlohnungssysteme	455
4.2.1.3.1	Lohngerechtigkeit und Lohnzweckmäßigkeit	456
4.2.1.3.2	Entlohnungsparameter und Entlohnungstechniken	458
4.2.2	Dispositive Maßnahmen der Verhaltensbeeinflussung	471
4.3	Konzeptionen der Beeinflussung des Personalverhaltens	472
5	Periphere personalwirtschaftliche Handlungsfelder	476
	Literaturhinweise	476