

Inhaltsverzeichnis

Einleitung: Leistungsprozeß	1
1 Gegenstand des Leistungsprozesses	1
2 Phasen des Leistungsprozesses	4
<hr/>	
1. Kapitel	
Beschaffung und Logistik	
(Ernst Troßmann)	7
<hr/>	
1 Grundlagen der Beschaffung und der Logistik	7
1.1 Kennzeichnung der betrieblichen Beschaffung	7
1.1.1 Die Funktion der betrieblichen Beschaffung	7
1.1.2 Einsatzfelder der Beschaffung	9
1.2 Kennzeichnung der betrieblichen Logistik	13
1.2.1 Die Funktion der betrieblichen Logistik	13
1.2.2 Einsatzfelder der Logistik	15
2 Das beschaffungspolitische Instrumentarium	17
2.1 Überblick	17
2.2 Die Beschaffungsprogrammpolitik	18
2.2.1 Die Gestaltung des Beschaffungsprogramms	19
2.2.2 Die Gestaltung der Eigenschaften von Beschaffungsgütern	20
2.2.3 Die zeitliche Gestaltung der Nachfrage	22
2.3 Die Beschaffungskonditionenpolitik	23
2.4 Die Kommunikationspolitik im Beschaffungsbereich	27
2.5 Die Bezugspolitik	28
3 Das logistikpolitische Instrumentarium	29
3.1 Überblick	29
3.2 Lösungsprinzipien für einzelne Logistikbereiche	31
3.2.1 Prinzipien bei der Lagerung	31
3.2.2 Prinzipien des Transports	33
3.3 Lösungsprinzipien für die gesamtbetriebliche Logistik	34
3.3.1 Problemstellung der gesamtbetrieblichen Logistik	34
3.3.2 Die Kanban-Logistik	35
3.3.3 Die Just-in-Time-Logistik	36

4 Planungsgrundlagen in Beschaffung und Logistik	39
4.1 Entscheidungsrelevante Informationen in Beschaffung und Logistik	39
4.2 Die Bedarfsprognose	40
4.2.1 Programmorientierte Prognosen	40
4.2.2 Verbrauchsorientierte Prognosen	41
4.3 Ziele in Beschaffung und Logistik	42
5 Ausgewählte Planungsmethoden in Beschaffung und Logistik .	45
5.1 Die Planungsmethoden im Überblick	45
5.2 Die ABC-Analyse	46
5.3 Das Grundmodell der optimalen Bestellmenge	50
5.4 Dynamische Bestellmengenoptimierung	54
5.5 Lagerhaltungssysteme	58
6 Ausblick: Veränderungen in der Bedeutung von Beschaffung und Logistik	65
Literaturhinweise	66

2. Kapitel

Fertigungswirtschaft

(Jürgen Bloech und Wolfgang Lücke)	69
----------------------------------------------	----

1 Begriffliche Grundlagen	69
1.1 Produktion und Fertigungswirtschaft	69
1.2 Arten von Industriebetrieben	70
2 Ziele und Grundfragen der Fertigungswirtschaft	74
2.1 Ziele	74
2.2 Produktionsfaktoren	75
2.3 Gestaltung von Fertigungsprogramm und -prozeß	78
3 Die Betriebswirtschaftliche Produktionstheorie	80
3.1 Der Begriff	80
3.2 Die Produktionsfunktion	81
3.3 Durchschnittsprodukt, Grenzproduktivität und Grenz- produkt	85

3.4 Ausprägungen der Produktionsfunktion	86
3.4.1 Die Produktionsfunktion vom Typ A	87
3.4.2 Die Produktionsfunktion vom Typ B	89
3.4.3 Die Produktionsfunktion vom Typ C	92
3.4.4 Input-Output-Beziehungen bei Mehrproduktarten- produktion	95
3.4.5 Input-Output-Beziehungen bei mehrstufiger Ferti- gung	99
4 Die Betriebswirtschaftliche Kostentheorie	102
4.1 Die Kostenfunktion	102
4.2 Kostenverläufe	106
4.2.1 Lineare Kostenverläufe	106
4.2.2 Ertragsgesetzlicher Kostenverlauf	108
4.2.3 Der Kostenverlauf auf der Basis von Verbrauchs- funktionen	110
4.3 Kostenverläufe bei verschiedenen Formen der Anpassung	117
Literaturhinweise	119

3. Kapitel

Marketing

(Franz Böcker und Erwin Dichtl)	121
-------------------------------------------	-----

1 Merkmale erfolgreicher Unternehmen	121
2 Der Marketing-Ansatz	125
2.1 Die Marktsättigung als auslösendes Element	125
2.2 Das differenzierte Verhalten der Käufer als Herausfor- derung für die Unternehmenspolitik	127
2.3 Die Koordinaten der Marketingpolitik	132
2.4 Das Informationsproblem	134
3 Die Marketing-Instrumente	136
3.1 Die Positionierung der Marketingleistung und die Schaf- fung eines Produktes – Produktpolitik	137
3.1.1 Positionierung und Marktsegmentierung	137

3.1.2	Die Genese eines neuen Produktes bis zur Markteinführung	140
3.1.3	Der Marktdurchdringungsprozeß eines neuen Produktes	142
3.2	Die Bekanntmachung der Marketingleistung – Kommunikationspolitik	144
3.2.1	Informative und beeinflussende Marktkommunikation	144
3.2.2	Formen der Kommunikationspolitik	147
3.2.2.1	Die Mediawerbung	147
3.2.2.2	Die Verkaufsförderung	148
3.2.2.3	Die Öffentlichkeitsarbeit	149
3.2.3	Grundlegende Planungsprobleme im Bereich der Kommunikationspolitik	149
3.2.3.1	Die Bestimmung des Werbebudgets	150
3.2.3.2	Die Gestaltung der Werbemittel	150
3.2.3.3	Die Auswahl der Werbeträger	151
3.3	Die Bereitstellung der Marketingleistung im Markt – Distributionspolitik	152
3.3.1	Akquisitorische und physische Distribution	153
3.3.2	Organe der Distributionspolitik	155
3.3.2.1	Einzelhandelsunternehmen	155
3.3.2.2	Großhandelsunternehmen	156
3.3.2.3	Unternehmensinterne Organe	156
3.3.2.4	Handelsvertreter und Kommissionäre	157
3.3.2.5	Marktveranstaltungen	157
3.3.3	Grundlegende Planungsprobleme im Bereich der Distributionspolitik	157
3.3.3.1	Distributionsquote und Standortpolitik	157
3.3.3.2	Die Wahl des Marktkanals	158
3.4	Die Abgeltung der Marketingleistung – Entgeltspolitik	160
3.4.1	Der Preis als Ausgaben- und Qualitätsindikator	160
3.4.2	Formen des Entgelts	161
3.4.3	Die Optimierung der Preisforderung	162
3.4.3.1	Marktformen	162
3.4.3.2	Marktgesetzmäßigkeiten	162
3.4.3.3	Die Ableitung des optimalen Preises	165

4 Stoßrichtungen des strategischen Marketing 167

4.1	Die Gegenläufigkeit der Zielrichtungen	168
4.2	Eigene Stärken als Ansatzpunkte der Strategien	171

5 Die Ambivalenz von Intuition und Transparenz	176
-----------------------------------------------------------------	------------

Literaturhinweise	181
------------------------------------	------------

4. Kapitel

Investition

(Horst Seelbach)	183
-----------------------------------	------------

1 Grundlagen	183
-------------------------------	------------

1.1 Investitionstheoretische Grundbegriffe	183
------------------------------------------------------	-----

1.2 Finanzmathematische Grundbegriffe	186
-------------------------------------------------	-----

1.3 Abgrenzung und Aufbau	190
-------------------------------------	-----

2 Isolierte Investitionsplanung	191
--------------------------------------------------	------------

2.1 Prämissen	191
-------------------------	-----

2.2 Entscheidungen über einzelne Investitionsobjekte	192
----------------------------------------------------------------	-----

2.2.1 Vollkommener Kapitalmarkt	193
-------------------------------------------	-----

2.2.2 Statische Verfahren der Investitionsrechnung	202
--------------------------------------------------------------	-----

2.2.3 Unvollkommener Kapitalmarkt	214
---------------------------------------------	-----

2.2.4 Mehrperiodige Entscheidungen	217
----------------------------------------------	-----

2.3 Entscheidungen über Investitionsprogramme	224
---------------------------------------------------------	-----

2.3.1 Budgetbegrenzung im Investitionszeitpunkt	224
-----------------------------------------------------------	-----

2.3.2 Budgetbegrenzungen in allen Perioden	227
------------------------------------------------------	-----

3 Simultane Investitionsplanung	229
--------------------------------------------------	------------

3.1 Investition und Finanzierung	229
--------------------------------------------	-----

3.1.1 Budgetbegrenzung im Planungszeitpunkt	229
-------------------------------------------------------	-----

3.1.2 Budgetbegrenzungen in allen Perioden	230
------------------------------------------------------	-----

3.1.3 Mehrperiodige Entscheidungen	234
----------------------------------------------	-----

3.1.4 Berücksichtigung von Absatzgrenzen	237
----------------------------------------------------	-----

3.2 Investition und Produktion	238
------------------------------------------	-----

3.2.1 Produktionsvariablen	238
--------------------------------------	-----

3.2.2 Güterwirtschaftliche Beschränkungen	241
-----------------------------------------------------	-----

3.2.3 Zielfunktion	244
------------------------------	-----

3.2.4 Finanzierungsbedingungen	247
------------------------------------------	-----

4 Erweiterungen	249
----------------------------------	------------

Literaturhinweise	251
------------------------------------	------------

5. Kapitel

Finanzierung

(Jochen Drukarczyk) 257

1 Begriff und Aufgaben 257

1.1 Zum Begriff »Finanzierung« 257

1.2 Eine Systematik der Finanzierungsformen 259

1.3 Das Problem der »optimalen Finanzierung« 267

2 Liquidität und Liquiditätsmessung 272

2.1 Begriff und Determinanten der Liquidität von Unternehmen 272

2.1.1 Die güterwirtschaftliche Liquidität 274

2.1.2 Die verliehene Liquidität 275

2.1.3 Die zukünftige Liquidität 276

2.1.4 Die antizipierte Liquidität 276

2.2 Die Messung von Liquidität 277

2.2.1 Die Messung durch Bilanzen 277

2.2.1.1 Die ROHG-Bilanz 277

2.2.1.2 Die Bilanz der Kapitalgesellschaft i.S.d. HGB
(Fortführungsbilanz) 279

2.2.2 Die Messung durch Finanzpläne 284

2.2.2.1 Anforderungen an einen Finanzplan 284

2.2.2.2 Die Strukturierung eines Finanzplanes 286

2.2.3 Finanzplanung, Bilanzen sowie Gewinn- und Verlustrechnung 287

3 Finanzierung und Risiko 291

3.1 Der Begriff 291

3.2 Eine Darstellungsform für Risiko und Chance 291

3.3 Risiko und Chance bei Eigenfinanzierung 293

3.4 Risiko und Chance bei teilweiser Fremdfinanzierung 294

4 Die Eigen- bzw. Beteiligungsfinanzierung 296

4.1 Funktionen von Eigenkapital 296

4.2 Die Beschaffung von Eigenkapital 299

4.2.1 Nicht emissionsfähige Unternehmen 299

4.2.2 Emissionsfähige Unternehmen 300

4.3 Zur Ausstattung der Unternehmen mit Eigenkapital 305

5 Die Selbstfinanzierung	311
6 Die Fremdfinanzierung	317
6.1 Die Position des Fremdkapitalgebers	317
6.2 Die Beschaffung von Fremdkapital	320
7 Grundzüge einer Entscheidungsrechnung	328
Literaturhinweise	335

6. Kapitel

Personalwirtschaft

(Hugo Kossbiel)	339
---------------------------	-----

1 Grundlegende personalwirtschaftliche Perspektiven	339
1.1 Elementarkategorien personalwirtschaftlichen Handelns	339
1.1.1 Personalwirtschaftliche Probleme	340
1.1.1.1 Die Verfügbarkeit über Personal	340
1.1.1.2 Die Wirksamkeit des Personals	341
1.1.1.3 Interdependenzen zwischen dem Verfügbarkeits- und dem Wirksamkeitsproblem	343
1.1.2 Personalwirtschaftliche Instrumente	343
1.1.3 Personalwirtschaftliche Wirkungen	345
1.1.4 Personalwirtschaftliche Konditionen	346
1.2 Personalwirtschaftliches Handeln als organisationales Handeln	349
1.2.1 Individuelles und organisationales Handeln	350
1.2.1.1 Ein Modell individuellen Handelns	350
1.2.1.2 Ein Modell organisationalen Handelns	354
1.2.1.3 Beziehungen zwischen individuellem und organi- sationalem Handeln	357
1.2.2 Entscheidungskriterien personalwirtschaftlichen Handelns	358
1.2.2.1 Substanzziele und Formalziele	358
1.2.2.2 Ökonomische und humane Ziele	359
1.2.3 Personalwirtschaftliches Handeln und betriebliche Personalpolitik	362

2 Personalwirtschaftliche Handlungsfelder	363
2.1 Die Personalbereitstellung	364
2.1.1 Der Personalbedarf als Kriterium der Personalbereitstellung	364
2.1.2 Maßnahmen der Personalbereitstellung	366
2.1.2.1 Maßnahmen der Personalausstattung	366
2.1.2.1.1 Anwerbung	367
2.1.2.1.2 Auswahl	369
2.1.2.1.3 Einstellung	371
2.1.2.1.4 Eingliederung	371
2.1.2.2 Maßnahmen des Personaleinsatzes	372
2.1.2.3 Personalbereitstellung und Personalsegmentierung	373
2.1.3 Die Planung der Personalbereitstellung	375
2.2 Die Personalbeeinflussung	388
2.2.1 Die Personalverhaltensansprüche als Kriterien der Personalbeeinflussung	388
2.2.2 Maßnahmen der Personalbeeinflussung	391
2.2.2.1 Strukturelle Maßnahmen der Verhaltensbeeinflussung	391
2.2.2.1.1 Überblick	391
2.2.2.1.2 Arbeitsstrukturierung	392
2.2.2.1.3 Arbeitsentlohnung	394
2.2.2.2 Dispositive Maßnahmen der Verhaltensbeeinflussung	408
2.2.3 Konzeptionen der Personalbeeinflussung	408
2.3 Periphere personalwirtschaftliche Handlungsfelder	412
Literaturhinweise	413