

Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Von
Dipl.-Kfm. Michael Bernecker

R. Oldenbourg Verlag München Wien

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis	VII
I. Einführung in die Betriebswirtschaftslehre.....	1
1. Grundbegriffe	1
2. Rechtsformen der privatwirtschaftlichen Betriebe.....	7
2.1 Einzelunternehmung.....	8
2.2 Personengesellschaften	8
2.3 Kapitalgesellschaften.....	10
2.4 Nichtkapitalistische Körperschaften.....	11
3. Standortbestimmung und Unternehmensverbindungen.....	14
II. Betriebliches Management	18
1. Unternehmensziele	18
1.1 Zielarten.....	18
1.2 Anforderungen an ein Zielsystem	19
1.3 Zielbildungsprozeß.....	20
2. Managementfunktionen.....	23
2.1 Begriff und Merkmale des Management	23
2.2 Planung.....	23
2.2 Führung	28
2.3 Organisation.....	32
3. Managementsysteme.....	34
3.1 Planungs- und Kontrollsysteme	34
3.2 Organisationssysteme	37
3.2.1 Spezialisierung	37
3.2.2 Koordination	39
3.2.3 Leitungssysteme.....	40
3.2.4 Entscheidungsdelegation.....	42
3.2.5 Formalisierung	42
3.3 Personal-(Führungs)-system	44
3.4 Informationssystem.....	51
3.5 Management by Konzepte	54
3.5.1 Management by Exception (MbE).....	54
3.5.2 Management by Delegation (MbD)	54
3.5.3 Management by Objectives (MbO).....	55

3.5.4 Management by System (MbS)	56
III. Kosten- und Leistungsrechnung	58
1. Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung	58
1.1 Stellung der Kostenrechnung im Rechnungswesen	58
1.2 Zwecke und Teilgebiete der Kostenrechnung	59
1.3 Grundbegriffe der Kostenrechnung	61
1.4 Überblick über Kostenrechnungssysteme	62
2. Kostenartenrechnung	64
2.1 Ermittlung einiger Kostenarten	66
2.1.1 Werkstoffkosten	66
2.1.2 Betriebsmittelkosten	67
2.1.3 Kalkulatorische Kosten	70
3. Kostenstellenrechnung	74
3.1 Aufgaben der Kostenstellenrechnung	74
3.2 Gliederung der Kostenstellen	74
3.3 Ablauf der Kostenstellenrechnung im Betriebsabrechnungsbogen	75
3.3.1 Verteilung der primären Gemeinkosten	76
3.3.2 Verrechnung innerbetrieblicher Leistungen	76
3.3.3 Bildung von Kalkulationssätzen	79
4. Kostenträgerrechnung	82
4.1 Begriff und Aufgaben der Kostenträgerrechnung	82
4.2 Divisionskalkulation	83
4.3 Zuschlagskalkulation	83
IV. Produktion	86
1. Grundbegriffe der Produktion	86
1.1 Produktion im produktiven System	86
1.2 Typisierung der Produktion	86
1.3 Produktionsfaktoren und Produkte	89
2. Produktions- und Kostenfunktionen	91
2.1 Substitutionale Produktionsfunktionen	92
2.1.1 Klassisches Ertragsgesetz	92
2.1.2 Cobb-Douglas-Produktionsfunktionen	95
2.2 Limitationale Produktionsfunktionen	96
2.2.1 Leontief-Produktionsfunktion	96
2.2.2 Die Gutenberg-Produktionsfunktion	97
3. Produktionsplanung	101

3.1	Teilebedarfsrechnung	101
3.2	Produktionsprogrammplanung	102
V.	Finanzierung.....	109
1.	Grundbegriffe der Finanzierung.....	109
1.1	Gliederung von Zahlungsströmen	109
1.2	Bestimmungsgrößen des Kapital-, Finanz- und Geldbedarfs	110
1.3	Charakterisierung von Eigen- und Fremdkapital.....	111
1.4	Finanzierungsformen im Überblick.....	112
2.	Außenfinanzierung (externe Finanzierung).....	114
2.1	Beteiligungsfinanzierung	114
2.2	Fremdfinanzierung	118
2.2.1	Langfristige Kreditfinanzierung	118
2.2.2	Kurzfristige Kreditfinanzierung	119
2.3	Sonderformen der Außenfinanzierung	120
2.3.1	Factoring	120
2.3.2	Leasing.....	121
3.	Innenfinanzierung (interne Finanzierung)	124
3.1	Cash-Flow Finanzierung	124
3.1.1	Finanzierung durch einbehaltene Gewinne	124
3.1.2	Finanzierung durch Abschreibungsgegenwerte	124
3.1.3	Finanzierung durch Rückstellungsgegenwerte.....	125
3.2	Vermögensumschichtung	126
VI.	Investitionsrechnungen.....	127
1.	Grundbegriffe der Investitionsrechnung	127
2.	Statische Verfahren der Investitionsrechnung	128
2.1	Kostenvergleichsrechnung.....	130
2.2	Gewinnvergleichsrechnung	132
2.3	Rentabilitätsvergleichsrechnung	133
2.4	Amortisationsvergleichsrechnung.....	133
3.	Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung	135
3.1	Kapitalwertmethode	136
3.2	Annuitätenmethode	138
3.3	Interner Zinsfuß	139
VII.	Marketing	141
1.	Grundbegriffe des Marketing	141
2.	Marktforschung.....	146

2.1	Grundbegriffe und Aufgaben der Marktforschung.....	146
2.2	Arten der Marktforschung	147
2.3	Marktforschungsprozeß	148
3.	Einsatz der Marketinginstrumente	150
3.1	Einführung.....	150
3.2	Produkt- und Sortimentspolitik.....	153
3.2.1	Ziele der Produkt- und Sortimentspolitik	153
3.2.2	Entscheidungstatbestände der Leistungspolitik.....	153
3.2.3	Produktlebenszyklus	155
3.2.4	Programmstrukturanalysen	156
3.2.5	Portfolioanalyse	157
3.2.6	Markenartikelpolitik	158
3.2.7	Verpackungspolitik.....	159
3.2.8	Sortimentspolitik	160
3.2.9	Kundendienstpolitik.....	161
3.3	Distributionspolitik.....	163
3.3.1	Absatzwege.....	164
3.3.2	Handelsfunktionen	165
3.3.3	Reisender vs. Handelsvertreter	166
3.3.4	Marketinglogistik	168
3.4	Kommunikationspolitik	171
3.4.1	Werbung.....	172
3.4.2	Verkaufsförderung	173
3.4.3	Persönliche Verkauf	174
3.4.4	Öffentlichkeitsarbeit	174
3.5	Preis- und Konditionenpolitik.....	177
3.5.1	Marktformen	177
3.5.2	Preis-Absatz-Funktion	178
3.5.3	Elastizität der Nachfrage.....	179
3.5.4	Preisbildung im Polypol.....	180
3.5.5	Aktive Preispolitik (Monopol).....	181
3.5.6	Praxisorientierte Preisfindung.....	182
3.5.7	Konditionenpolitik.....	185
3.5.8	Absatzkreditpolitik	186
	Lösungshinweise zu ausgesuchten Aufgaben.....	189
	Sachregister	201