

Udo Koppelman

Beschaffungs- marketing

Dritte, neu bearbeitete
und erweiterte Auflage

Mit 237 Übersichten



Springer

Inhaltsverzeichnis

1. Zum Problemfeld.....	1
1.1 Worüber reden wir?.....	1
1.2 Einige Unternehmensprobleme als Hintergrund.....	5
1.21 Kostenprobleme.....	6
1.22 Erlösprobleme.....	7
1.23 Zeitprobleme.....	8
1.24 Ideenprobleme.....	9
1.25 Akzeptanzprobleme.....	10
1.3 Einige Beschaffungsprobleme.....	11
1.31 Beschaffungsprobleme in der Praxis.....	11
1.32 Beschaffungsprobleme in der Theorie.....	16
1.4 Wegmarken der Problembewältigung.....	19
1.41 Verhaltensorientierung.....	19
1.411 Modelle des Beschaffungsverhaltens.....	19
1.412 Bausteine einer realitätsnahen Modellvorstellung.....	30
1.42 Prozeßorientierung.....	36
1.421 Ein Beschaffungsprozeßmodell.....	36
1.422 Zur Prozeßvernetzung.....	44
1.43 Entscheidungsorientierung.....	46
1.431 Allgemeine Aspekte.....	47
1.432 Entscheidungsmerkmale.....	50
1.44 Methodenorientierung.....	57
2. Theoretische Bezüge (Grundlagen einer Beschaffungstheorie).....	61
2.1 Koalitionstheorie.....	61
2.2 Anreiz-Beitrags-Theorie.....	64
2.3 Netzwerktheorie.....	69
2.4 Theorien der Informationsasymmetrie.....	71
3. Beschaffung und Marketing?.....	77
4. Der Beschaffungsmarketingprozeß.....	83
4.1 Zur Integration des Phasenmodells.....	83
4.2 Situationsanalyse.....	86
4.21 Beschaffungskonstellationen bestimmen den Handlungsrahmen.....	86
4.211 Zur Struktur der Beschaffungskonstellationen.....	86
4.212 Konstellationsauswirkungen.....	92

4.213 Handlungskonsequenzen.....	95
4.214 Methoden in der Konstellationsanalyse.....	98
4.22 Ziele leiten das Beschaffungshandeln.....	102
4.221 Allgemeine Zielaspekte.....	102
4.222 Ziele in der Beschaffungsliteratur.....	106
4.223 Ein operationales Zielinhaltsystem.....	111
4.223.1 Basisziele.....	112
4.223.2 Beschaffungsfunktionsziele.....	114
4.223.3 Beschaffungsinstrumentalziele.....	122
4.223.4 Beschaffungsstrategien.....	124
4.224 Ziel- und Strategiekompatibilitäten.....	135
4.23 Potentiale begrenzen das Beschaffungshandeln.....	143
4.231 Der Potentialanalyseprozeß.....	145
4.232 Methoden der Potentialanalyse.....	148
4.233 Potentialabhängigkeiten.....	153
4.3 Bedarfsanalyse.....	155
4.31 Einige allgemeine Überlegungen.....	155
4.32 Bedarfszusammenhänge.....	158
4.33 Bedarfsanforderungen.....	160
4.331 Ein Bedarfsanforderungspool.....	162
4.332 Spezifizierung der generellen Anforderungen.....	171
4.333 Auswahlentscheidungen.....	176
4.34 Beschafferleistungen.....	179
4.341 Ein Leistungspool.....	179
4.342 Auswahlentscheidungen.....	182
4.35 Methoden in der Bedarfsanalyse.....	184
4.36 Einige rechtliche Aspekte.....	199
4.37 Outsourcing - ein aktuelles Problem.....	201
4.371 Die Problemlage.....	201
4.372 Outsourcing - warum?.....	202
4.373 Outsourcingprobleme.....	204
4.374 Outsourcingbereiche.....	206
4.4 Marktanalyse und -auswahl.....	208
4.41 Beschaffungsmärkte in der Literatur.....	209
4.42 Ein Analyse-und Auswahlprozeß.....	215
4.421 Kriterien der Marktanalyse.....	216
4.422 Zum Prozeß der Auswahlentscheidung.....	220
4.43 Probleme globaler Marktbearbeitung.....	226

4.44	Marktbegrenzungen.....	228
4.45	Methoden in der Marktanalyse.....	229
4.5	Lieferantenanalyse und-auswahl.....	233
4.51	Lieferantenanalyse in der Literatur.....	234
4.52	Der Lieferantenauswahlprozeß.....	238
4.521	Lieferantenidentifikation.....	239
4.522	Lieferanteneingrenzung.....	239
4.522.1	Zur Struktur der Selbstauskunft.....	240
4.522.2	Lieferanteneingrenzung durch Selbstauskunft.....	243
4.523	Lieferantenauswahlentscheidungen.....	245
4.523.1	Lieferantenpositionierung.....	246
4.523.2	Prüfung der Leistungseignung.....	247
4.523.3	Prüfung und Gewichtung der Liefereranforderungen.....	252
4.524	Lieferantenbeziehungen.....	256
4.524.1	Anhaltspunkte zur Pflegenotwendigkeit.....	256
4.524.2	Pflegemaßnahmen.....	259
4.525	Methoden der Lieferantenanalyse.....	264
4.6	Lieferantenverhandlung.....	276
4.61	Beschaffungspolitische Instrumente in der Literatur.....	277
4.62	Zur Instrumentalentwicklung.....	279
4.621	Anforderungen an die Instrumentalentwicklung.....	279
4.622	Zum Entwicklungsprozeß.....	280
4.623	Die Instrumente und ihre Ausprägungen.....	283
4.623.1	Produktpolitik.....	283
4.623.2	Servicepolitik.....	288
4.623.3	Bezugspolitik.....	293
4.623.4	Entgeltpolitik.....	300
4.623.5	Kommunikationspolitik.....	304
4.624	Die Instrumentenkombination (Instrumentalmix).....	308
4.624.1	Struktur und Prozeß des Mixentscheidungsproblems.....	311
4.624.2	Auswahl und Gewichtung der Variablenausprägungen.....	314
4.624.3	Zuordnung an einem Beispiel.....	321
4.625	Beschaffungspolitische Instrumente und Machtkonstellation.....	324
4.625.1	Zur Machtidentifikation.....	324
4.625.2	Maßnahmen.....	326
4.63	Der Verhandlungsprozeß.....	329
4.7	Beschaffungsabwicklung.....	332
4.71	Bestellung.....	333

XII

4.711 Vertragsarten.....	334
4.712 Vertragsinhalte.....	334
4.72 Beschaffungsüberwachung.....	335
4.73 Entsorgung.....	336
4.8 Support.....	339
4.81 Beschaffungsmarktforschung.....	340
4.811 Zur Struktur der Beschaffungsmarktforschung.....	340
4.812 Marktforschungswürdige Beschaffungsobjekte.....	344
4.813 Zur Auswahl geeigneter Beschaffungsmarktinformationen.....	347
4.813.1 Informationsgehalte.....	347
4.813.2 Informationsfilter.....	355
4.814 Gewinnung benötigter Beschaffungsmarktinformationen.....	360
4.814.1 Methoden und Quellen.....	360
4.814.2 Informationsgehalte und Datenquellen.....	361
4.814.3 Eignungsaspekte.....	366
4.815 Verarbeitungs- und Darstellungsverfahren.....	369
4.82 Früherkennung.....	371
4.821 Zur Charakterisierung.....	372
4.822 Zum Prozeß der Früherkennung.....	375
4.823 Methoden und Quellen in der Früherkennung.....	378
4.83 Beschaffungskontrolle.....	382
4.831 Theoretische Vorüberlegungen.....	382
4.832 Der Kontrollprozeß.....	384
4.833 Kontrollinhalte.....	386
4.834 Kontrollmethoden.....	387
4.835 Kontrollkennzahlen.....	390
4.84 Benchmarking.....	396
4.841 Der Benchmarkingprozeß.....	397
4.842 Zur Entwicklung.....	409
Übersichtenverzeichnis.....	411
Anhang.....	419
Literaturverzeichnis.....	441
Index.....	459