

Günter Specht

Industrielles Beschaffungsverhalten

unter besonderer Berücksichtigung der
Chemischen Industrie in der Bundesrepublik
Deutschland und in der Volksrepublik Ungarn

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
<u>Gesamtbibliothek</u>	
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>	
Inventar-Nr. :	36.849
Abstell-Nr. :	A 24 / 198
Sachgebiete:	4.6.3
	00 220019



PETER LANG

Frankfurt am Main · Bern · New York

Industrielles Beschaffungsverhalten

Unter besonderer Berücksichtigung der Chemischen
Industrie in der Bundesrepublik Deutschland und
in der Volksrepublik Ungarn

Günter Specht

in Kooperation mit Lajos Kiss

1. <u>Problemstellung</u>	1
2. <u>Der theoretische Bezugsrahmen</u>	3
2.1 Das Beschaffungsmodell der Untersuchung	3
2.2 Gütertypologischer versus Kaufklassen- Ansatz	12
2.3 Beschaffungsverhalten in der Chemischen Industrie	14
3. <u>Erhebungsmethode und Stichprobe</u>	18
4. <u>Detailergebnisse der Untersuchung</u>	25
4.1 Die Beschaffungssituation	25
4.1.1 Merkmale der Beschaffungssituation	25
4.1.2 Die Behandlung des Beschaffungsvor- gangs als Erst- oder Routinekauf	29
4.1.3 Das Diskriminationsvermögen der ver- wendeten Güter- und Situationstypen	33
4.2 Die Beschaffungsorganisation	43
4.2.1 Zusammensetzung und Größe des Buying Center	43
4.2.2 Der Einfluß der Buying Center-Mit- glieder auf die Beschaffung	47
4.2.3 Beschaffungsorganisatorische Regeln	55
4.2.4 Zusammenhänge zwischen Beschaffungs- situation und Beschaffungsorganisation	58

4.3 Die Beschaffungsaktivitäten	62
4.3.1 Die Intensität der Informationssuche	62
4.3.2 Die Informationsquellen	64
4.3.3 Merkmale der Verhandlungsführung	67
4.3.4 Die Wahrnehmung von Konflikten	73
4.3.5 Vergleichsintensität und Ent- scheidungskriterien	77
4.3.6 Zusammenhänge zwischen Beschaffungs- situation und Beschaffungsaktivi- täten	86
4.4 Die Beschaffungsergebnisse	92
4.4.1 Die Beschaffungsdauer	92
4.4.2 Die Bewertung des erreichten Preis- Qualitäts-Verhältnisses	94
4.4.3 Das Image des Lieferanten	95
4.4.4 Die Loyalität gegenüber dem Lie- feranten	105
4.4.5 Die Art des Lieferbetriebs	107
4.4.6 Einschätzung des persönlichen Hand- lungsspielraums	109
4.4.7 Zusammenhänge zwischen Beschaffungs- situation und Beschaffungsergebnissen	110
5. <u>Globale Zusammenfassung der ländervergleichenden Untersuchungsergebnisse</u>	114
6. <u>Konsequenzen für das Marketing-Management</u>	128
7. <u>Schlußbemerkung</u>	129
8. <u>Literaturverzeichnis</u>	134
9. <u>Anhang</u>	
Fragebogen	139
Antworten zur Frage 1	164