

Technischer Fachwirt

Foliensatz: BWL I Betriebliche Funktionen (1)

Inhalt:

Produktion / Betriebswirtschaftliche Produktionsfaktoren
Der Finanz- und Güterwirtschaftliche Prozess im Unternehmen
(Überblick)

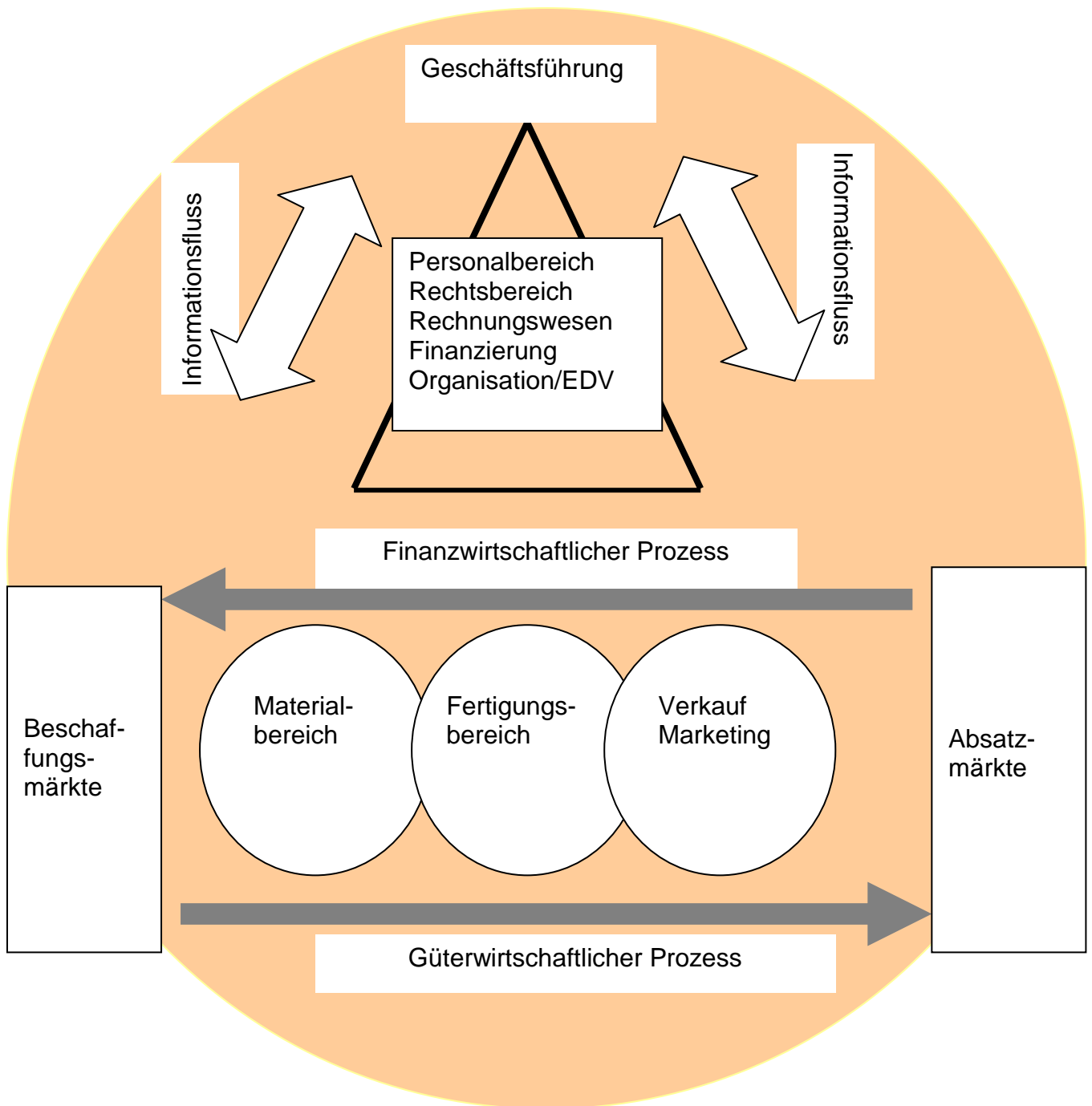
Einzelne Funktionsbereiche

- Produktion
- Materialwirtschaft und Logistik
- Verkauf, Marketing
- Rechnungswesen

Handlungsorientierte Übungsaufgaben

Der Finanz- und Güterwirtschaftliche Prozess im Unternehmen (Überblick)

(siehe Seite 20 im Skript)



Zum Nachdenken:

Welche Funktionsbereiche es im Betrieb gibt, ist abhängig von der Branche, in der ein Betrieb tätig ist.

Überlegen Sie sich potentielle funktionale Gliederungen für folgende Betriebe:

Industriebetrieb?

Fachhandelsbetrieb?

Warenhaus?

Bauunternehmer?

Steuerberater?

Thema: Produktion**Klassische Einteilung**

- Menschliche Arbeitsleistung (produzierende Arbeit, dispositive Arbeit)
- Betriebsmittel (Gebäude, Maschinen, Patente usf.)
- Werkstoffe, unterteilt in:
 - a) Rohstoffe
 - b) Hilfsstoffe
 - c) Betriebsstoffe
 - d) Halbfertigprodukte / Fertigprodukte

Zur Unterscheidung:

Hilfsstoffe: _____

Betriebsstoffe: _____

Einteilung nach Gutenberg:

- Elementarfaktoren: ausführende Arbeit, Betriebsmittel, Werkstoffe
- Dispositive Faktoren: Leitung, Planung und Organisation, Überwachung/Kontrolle

Ökonomisches Prinzip:

Die Produktionsfaktoren sollen so eingesetzt werden, dass ...

... entweder mit einem minimalen Einsatz ein bestimmter Output produziert wird. (Minimalprinzip)

...oder mit einem bestimmten Einsatz, ein maximaler Output erreicht wird. (Maximalprinzip)



Zieldefinition Seite 1, Skript

Das betriebliche Produktionsmanagement hat die Aufgabe, ... Mensch, Maschine und Materialien so einzusetzen, ... das unter möglichst geringen Kosten- /Kapitalaufwand produziert wird.

Zur Abgrenzung:

Volkswirtschaftliche Produktionsfaktoren sind:

- *Boden*
- *Arbeit*
- *Kapital*

Thema: Materialwirtschaft und Logistik

Die 6 r's von Materialwirtschaft/Logistik:

- Das richtige Gut
- Zum richtigen Ort
- Zur richtigen Zeit
- Zur richtigen Menge
- Zur richtigen Qualität
- Zu richtigen Kosten

Logistik

= alle Tätigkeiten im Zusammenhang mit ...

...Beschaffung, Transport, Einlagerung, Auslagerung, Weitertransport an den Kunden B....

und Entsorgung!

von Rohstoffen, Halbfertig- und/oder Fertigprodukten stehen.

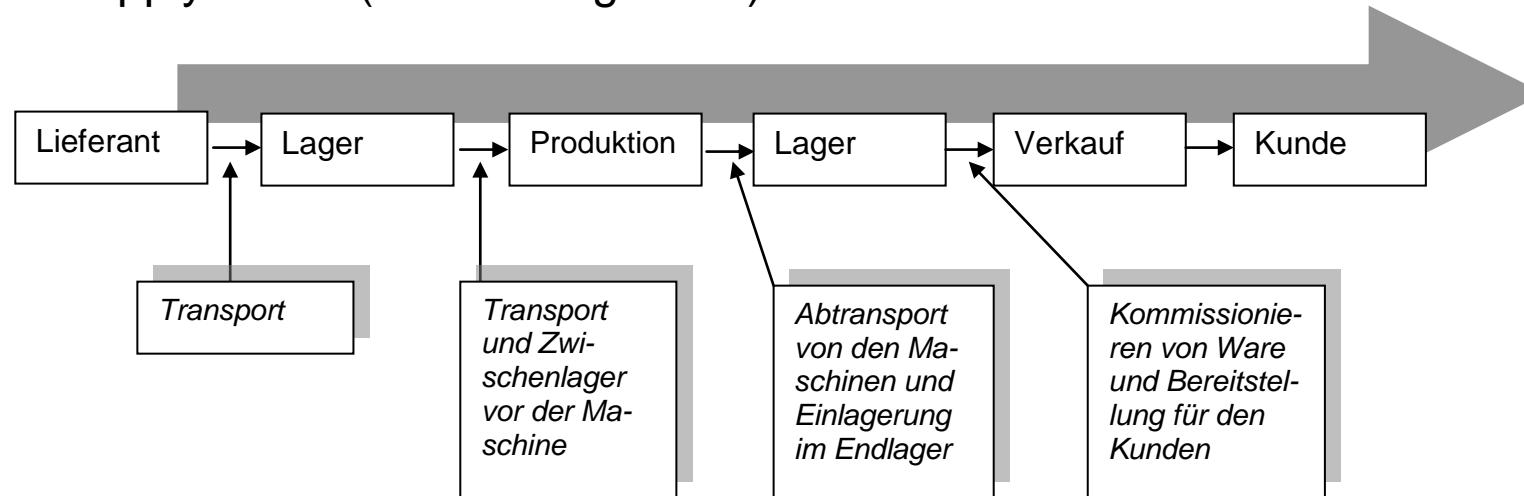
Logistische Tätigkeiten:

Administrative (verwalterische) Tätigkeiten: Auftragsabwicklung, Gestaltung des Informationsflusses zu den Geschäftspartnern (Briefe, Mails)

Physische (körperliche) Tätigkeiten: Transportieren, einlagern, Ware kommissionieren ...

Dispositive Tätigkeiten: Planung/Steuerung des Warenflusses, Logistikorganisation, Logistikcontrolling.

Logistik = Supply Chain (Verbindungskette)



Logistik verbindet alle Beteiligten, die an der Erstellung und Verkauf der Produkte mitwirken, vom Lieferanten bis zum Kunden.

Logistische Ziele sind:

- Durchlaufzeiten in der Fertigung verkürzen
- Die Zeit vom Liefereingang bis zur Lieferung an den Kunden verkürzen
- Liefertermine zuverlässig einhalten
- Lagervorräte verringern
- Produktivität steigern
- Qualität verbessern

Unterscheidungen

Beschaffungslogistik	
Lagerlogistik	
Produktionslogistik	
Transportlogistik	
Distributionslogistik	
Ersatzteillogistik	
Instandhaltungslogistik	
Informationslogistik	
Entsorgungslogistik	

Thema: Marketing

Ausgangsüberlegung:

Vom Verkäufermarkt (... in den 50'er Jahren)
... zum Käufermarkt (... seit den 70'er)

Käufermarkt =

Marketing

= Alle Maßnahmen zur Erhöhung des Abverkaufes der Produkte/Dienstleistungen.

Marketing dient folgender Ziele:

- Gewinnmaximierung
- Wachstum
- Erhalt/Ausdehnung des Marktanteils
- Erhalt/Ausdehnung der Marktposition
- Gewinnung von Neukunden

Mittelbare Ziele sind:

- Bekanntheitsgrad erhöhen
- Image
- Corporate Identity
- Kundenzufriedenheit
- Markenbildung
- Motivation für Kaufabsicht

Zum Marketing gehört (vgl. Skript S. 6)

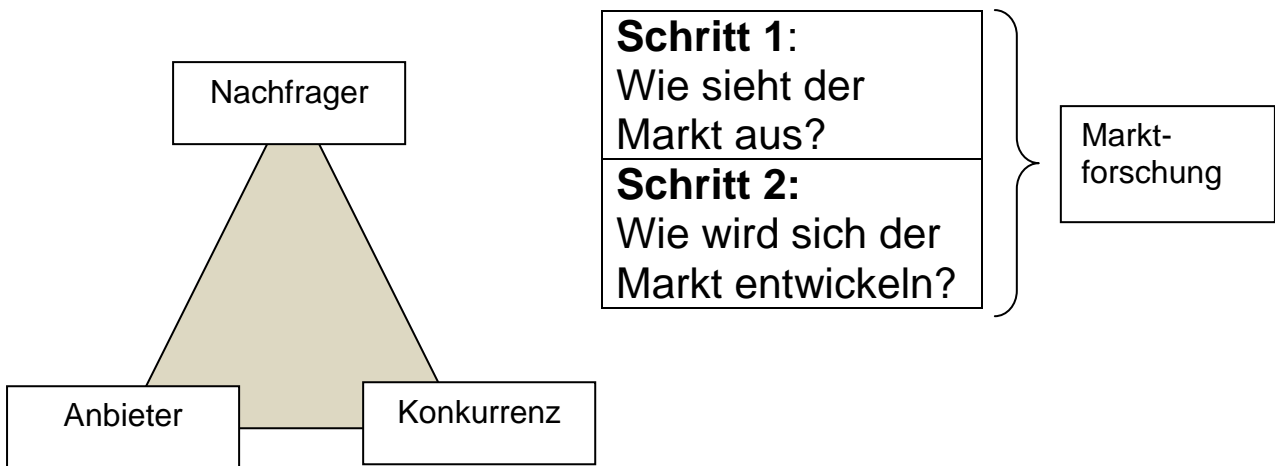
- Bewusste Absatz- /Kundenorientierung des Unternehmens
- Ausrichtung sämtlicher Unternehmensaktivitäten an dem Bedürfnissen des Marktes
- Systematische Marktsuche und Marktforschung
- Analytische Aufteilung an ausgewählten Einsatz- und Marketingaktivitäten

Dazu gehört auch: (vgl. Skript S. 8)

- Produktgestaltung, -verpackung
- Preis- und Konditionenpolitik (Kontrahierungspolitik)
- Absatzwege (Distributionspolitik)
- Kommunikationspolitik (Werbung, Public Relations, Sales Promotion ...)

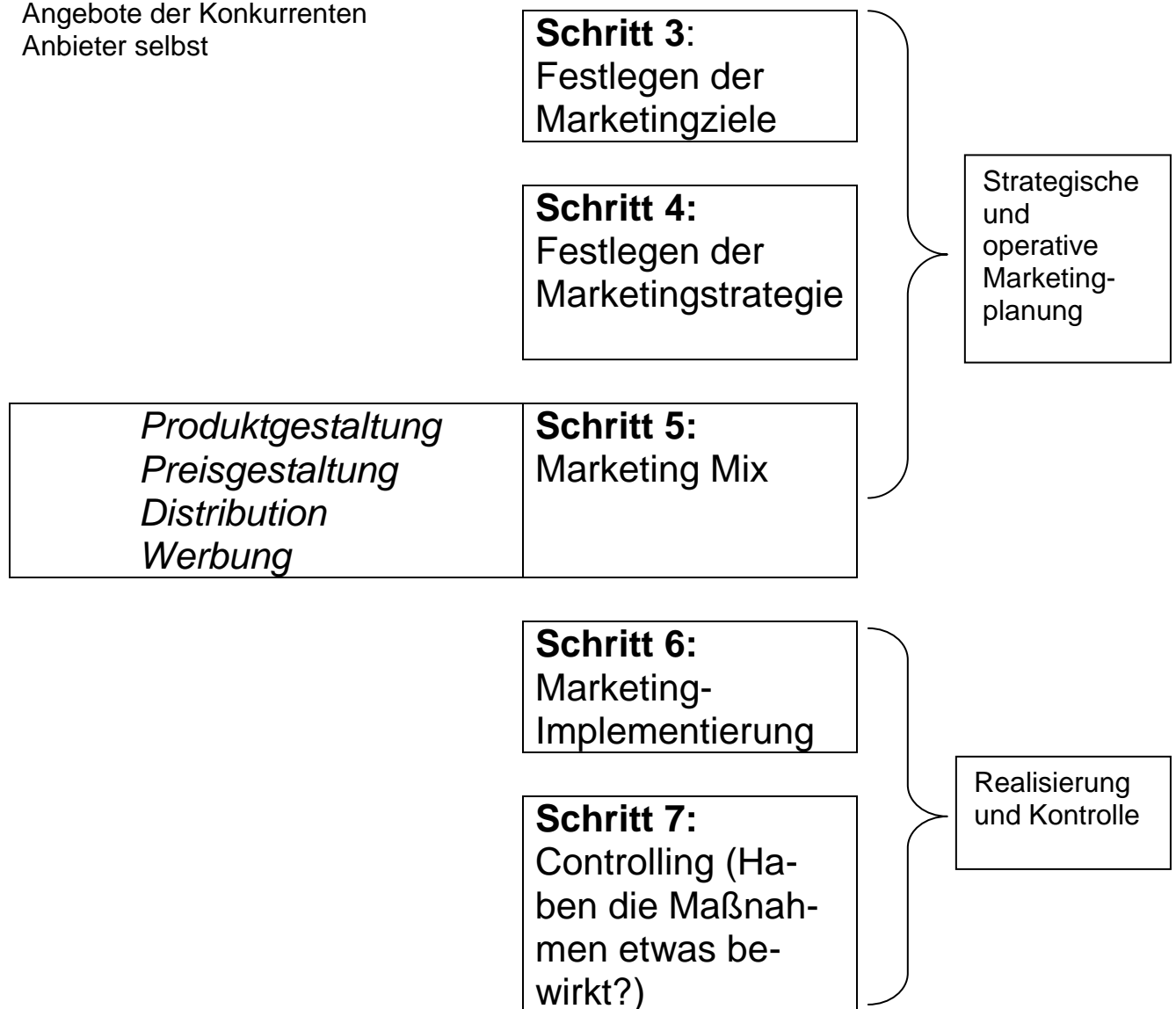
Marketing-Maßnahmen: (Kurzstrukturierung, Schaubild S. 7 im Skript)

1. Marktforschung (Wie sieht der Markt, auf dem ein Unternehmen operiert, aus)
2. Welche Marketingziele lassen sich anhand der Situation am Markt festlegen)
3. Welche Marketing-Strategie ist zu wählen?
4. Welche Marketing-Instrumente können eingesetzt werden?



Jeder Markt wird bestimmt durch:

Bedürfnisse der Nachfrager
Angebote der Konkurrenten
Anbieter selbst



Produktpolitik	Preispolitik (Kontrahierungspolitik)	Distribution	Kommunikation

Marketing Mix

Um einen optimalen Erfolg zu gewährleisten, ist in der Regel ein Instrument nicht ausreichend. Es sind mehrere Instrumente einzusetzen, diese sind aufeinander abzustimmen.

Hierfür sind Informationen über den Markt und die Zielgruppe erforderlich.

Rechnungswesen



Finanzbuchhaltung	Kosten-Leistungsrechnung
<p>... rechnet alle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einzahlungen/Auszahlungen, • Einnahmen/Ausgaben bzw. • Aufwände/Erträge <p>einer vergangenen Abrechnungsperiode zusammen und gibt Auskunft über...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gesamtvermögen/Schulden einer Unternehmung zu einem bestimmten Zeitpunkt • Gewinn-/Verlust einer Unternehmung zu einem bestimmten Zeitpunkt <p>Finanzbuchhaltung ist rein vergangenheitsbezogen und pagatorisch!</p> <p>Finanzbuchhaltung ist externes Rechnungswesen.</p> <p>Es richtet sich an:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finanzamt • Aktionäre • Gläubiger • Interessierte • Öffentlichkeit 	<p>... versucht alle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kosten und • Leistungen <p>einer Abrechnungsperiode zu erfassen um ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktpreise • Aufträge • Kostenvoranschläge • ... <p>vorkalkulieren zu können.</p> <p>Kosten-Leistungsrechnung ist tendenziell zukunftsbezogen und kalkulatorisch!</p> <p>Kosten-Leistungsrechnung ist internes Rechnungswesen.</p> <p>Es dient der Steuerung und Kontrolle der betrieblichen Prozesse.</p>

Bestandteile der Finanzbuchhaltung

Bilanz = Kontenmäßige Gegenüberstellung von Mittelverwendung und Mittelherkunft zu einem Bilanzstichtag (in der Regel zum 1. Januar):

Aktiva	Passiva
Anlagevermögen <ul style="list-style-type: none"> • Sachanlagen • Finanzanlagen Umlaufvermögen <ul style="list-style-type: none"> • Rohstoffe • Vorräte • Flüssige Mittel • Forderungen 	Eigenkapital Fremdkapital <ul style="list-style-type: none"> • Langfristiges Fremdkapital • Verbindlichkeiten aus Lieferung u. Leistung

Mittelverwendung

Mittelherkunft

Gewinn- u. Verlustrechnung = Gegenüberstellung von Aufwänden und Erträgen einer Abrechnungsperiode den Gewinn oder den Verlust zu ermitteln

Aufwand	Ertrag
<ul style="list-style-type: none"> • Materialaufwand (Rohstoffe ...) • Personalaufwand (Löhne) • Abschreibungen • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Erlöse aus dem Verkauf • Erlöse aus ...

Ertrag – Aufwand = Gewinn/Verlust

Buchhaltung = Verfahren, durch das die Geschäftsvorfälle chronologisch aufgezeichnet werden, und auf den entsprechenden Konten, die entweder der Bilanz oder dem G+V-Konto zugeordnet sind, verrechnet werden.

Inventar: Sind alle Vermögensgegenstände und Schulden, die zum Bilanzstichtag durch zählen, wiegen usf., ermittelt werden und in einem Inventarverzeichnis zusammengefasst werden. Das Inventarverzeichnis bildet die Grundlage für die Bilanz.

Bestandteile der Kosten-Leistungsrechnung

Kostenartenrechnung

Es handelt sich um keine „Rechnung“ im eigentlichen Sinn. Aufgabe ist es, verschiedene Kostenarten aufzuzählen und zu gliedern.

Beispiele für Kostenartengliederungen:

- Einzelkosten /Gemeinkosten/kalkulatorische Kosten
- Fixe Kosten /Variable Kosten
- Istkosten /Sollkosten /Plankosten
- Grundkosten / Zusatzkosten /Anderskosten
- ...

Kostenstellenrechnung

An welcher Stelle (Kostenstelle) im Betrieb sind die Kosten in welcher Höhe entstanden. Kernstück der Kostenstellenrechnung ist der Betriebsabrechnungsbogen (BAB-Bogen):

BAB-Bogen

Kostenart	Schlüssel	Materialbereich	Fertigung	Verwaltung
Personalkost		30.000€	55.000€	23.000€
Mietkosten		2500€	12.000€	16.000€
	
Zuschlagsatz		12,5%	40 %	55%

Mit Hilfe des BAB-Bogens werden außerdem die Zuschlagsätze ermittelt, mit denen später die Preiskalkulation durchgeführt wird.

Kostenträgerrechnung

Die Kostenträgerrechnung dient der Preiskalkulation. Kostenträger sind einzelne Produkte, Aufträge, Dienstleistungen. Es können aber auch ganze Produktgruppen oder Geschäftsfelder als Kostenträger dienen.

+ Materialeinzelkosten (MEK)
+ Materialgemeinkosten (MGK)
+ Fertigungseinzelkosten (FEK)
+ Fertigungsgemeinkosten (FGK)
+ Sondereinzelkosten der Fertigung
<hr/>
= Herstellkosten
+/- Bestandsveränderung
<hr/>
= Herstellkosten des Umsatzes
+ Verwaltungsgemeinkosten
+ Vertriebsgemeinkosten
+ Sondereinzelkosten des Vertriebs
<hr/>
= Selbstkosten der Fertigung

Beispiel einer Kostenträgerrechnung für den Fertigungsbetrieb,

in diesem Fall: Zuschlagskalkulation

Weitere Aufgaben der KLR:

- Plankostenrechnung
- Deckungsbeitragsrechnung (Teilkostenrechnung)

GoB's

Allgemein

Richtigkeit, Vollständigkeit	
Klarheit, Übersichtlichkeit	

Bezüglich Inventur

Einzel erfassung (Saldierungsverbot)	
Wirtschaftlichkeit	
Nachprüfbarkeit	

Bezüglich Bilanz

Bilanzklarheit	
Bilanzwahrheit	
Bilanzkontinuität	
Bilanzidentität	
Vorsicht	

Handlungsorientierte Übungsaufgaben

Übung 1: Betriebliche Funktionsbereiche

Stellen Sie Ihren eigenen Betrieb vor!

- a) Nennen Sie kennzeichnende Funktionsbereiche, die in Ihrem Betrieb existieren.
- b) Beschreiben für jeden betrieblichen Funktionsbereich die kennzeichnenden Aufgabenstellungen.
- c) Beschreiben Sie Waren-(Material-)flüsse, den Finanzfluss sowie den Informationsfluss, der zwischen den Funktionsbereichen stattfindet.

Übung 2: Marketing

- a) Beschreiben Sie den Absatzmarkt (-märkte), auf denen Ihr Betrieb tätig ist.
- b) Legen Sie mögliche Marketingziele für ein Produkt (oder Produktgruppe) fest.
- c) Legen Sie eine mögliche Marketingstrategie fest.
- d) Überlegen Sie sich wirkungsvolle Marketingmaßnahmen (Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik)
- e) Wie kann der Erfolg Ihrer Marketing-Maßnahmen gemessen werden?