Franz Steyer

Aufbau eines modernen Beschaffungsmanagement unter Einbeziehung der Informationstechnologie

Masterarbeit

Diplom.de

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2002 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832460884

http://www.diplom.de/e-book/221554/aufbau-eines-modernen-beschaffungsmanagement-unter-einbeziehung-der-informationstechnologie

Franz Steyer

Aufbau eines modernen Beschaffungsmanagement unter Einbeziehung der Informationstechnologie

Diplom.de

Franz Steyer

Aufbau eines modernen Beschaffungsmanagement unter Einbeziehung der Informationstechnologie

MBA-Arbeit / Master of Business Administration
an der Graduate School of Business Administration Zürich
10 Monate Bearbeitungsdauer
September 2002 Abgabe

Diplom.de

Diplomica GmbH
Hermannstal 119k
22119 Hamburg

Fon: 040 / 655 99 20
Fax: 040 / 655 99 222

agentur@diplom.de
www.diplom.de

ID 6088

ID 6088
Steyer, Franz: Aufbau eines modernen Beschaffungsmanagement unter Einbeziehung der Informationstechnologie
Hamburg: Diplomica GmbH, 2002
Zugl.: Zürich, Hochschule, MBA-Arbeit / Master of Business Administration, 2002

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH
http://www.diplom.de, Hamburg 2002
Printed in Germany

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT ..... **IV**

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS ..... **VI**

LITERATURVERZEICHNIS ..... **VII**

ABBILDUNGSVERZEICHNIS ..... **IX**

EXECUTIVE SUMMARY **1**

1. The issue and purpose of the study **1**

2. Delimitation issues **1**

3. The previous status quo **4**

4. The structure of this study **4**

1 EINLEITUNG **6**

2 ANALYSE DES DERZEITIGEN BESCHAFFUNGSABLAUFPROZESSES **9**

2.1 Die strukturelle Gliederung des Einkaufs **9**

2.2 Einkaufsvolumen und Beschaffungsbereiche **10**

2.3 Probleme im Beschaffungsablaufprozess **11**

2.4 Zielvereinbarungen **12**

2.5 Deklarierung der Ziele **12**

2.6 Mitarbeiter Landkarte **14**

2.7 Gliederung der Einkaufsgebiete **15**

2.8 Schwachstellen im derzeitigen Beschaffungsprozess **18**

2.8.1 Vorbereitung der Beschaffung....18
2.8.2 Strategisches Einkaufsmarketing....18
2.8.3 Beschaffung....19
2.8.4 Einkaufs-Controlling....19

3 DER BESCHAFFUNGSPROZESS....21

3.1 Bedarfsauslösung....21

3.2 Spezifikation für das Material....23

3.3 Bedarfsanforderung erzeugen....23

3.4 Anforderung verifizieren und Artikelhäufigkeit überprüfen....23

3.5 Lieferantenauswahl....24

3.6 Lieferantenentwicklung....25

3.7 Strategisches Erfolgsmarketing....28

3.8 Einkaufsstrategie....29

3.9 Zieldefinierung....29

3.10 Einkaufscontrolling....30

3.11 Lieferantenmanagement....30

3.12 Zusammenfassung....32

4 STRATEGISCHE AUSRICHTUNG....34

4.1 Vision....34

4.2 Mission....35

4.3 Strategische Maßnahmen....35
4.3.1 Kurzfristige Maßnahmen (1 – 6 Monate)....35
4.3.1.1 Die Rolle des Einkaufsleiters neu definieren....35
4.3.1.2 Neudefinition des Verantwortungsbereiches für Mitarbeiter....36
4.3.1.3 Strategisch ausgerichtetes Personalmanagement....38
4.3.1.4 Lieferantenvorsälektion....38
4.3.1.4.1 Zielkriterienkatalogerstellung für Lieferantenauswahl....39
4.3.1.4.2 Kriteriengewichtung und Berechnung....40
4.3.1.4.3 Klasseneinteilung....41

4.3.1.5 Abschluss von Rahmenverträgen 43
4.3.2 Mittelfristige Maßnahmen 43
4.3.2.1 Strategisches Lieferantenmanagement 44
4.3.2.2 Gemeinsame Umsetzung der strategisch definierten Ziele 45
4.3.2.3 Systemlieferanten 47
4.3.2.3.1 Erwartungshaltung der Lieferanten aufgrund einer Netzwerkverbindung 48
4.3.2.3.2 Vorteile für die Unternehmung aufgrund einer Netzwerkverbindung 49
4.3.2.4 Eliminierung der Lieferanten 50
4.3.2.5 Verbesserung der internen Kommunikation 51
4.3.2.6 Die Auswirkungen auf die Unternehmung aufgrund des Fehlens der internen Informations- und Kommunikationsstruktur 51
4.3.2.7 Der Einkauf als Schlüsselstelle für den Erfolg oder Misserfolg 53
4.3.2.8 Intranet – die interne Kommunikationsmöglichkeit 57
4.3.3 Langfristige Maßnahmen 59
4.3.3.1 eProcurement (Beschaffung im Internet) 59
4.3.3.1.1 Was bringt eProcurement? 59
4.3.3.1.2 Beschaffungskosten 60
4.3.3.1.3 Auswirkungen durch die Einführung von eProcurement 62
4.3.3.1.4 Trend in der Beschaffung und Nutzung von eProcurement 63
4.3.3.2 Einführung von DPS 64
4.3.3.2.1 Vor- und Nachteile vom DPS 66
4.3.3.2.2 Der Nutzen von DPS aus der Sicht der Beschaffung 67
4.3.3.2.3 DPS Anbieter 68
4.3.3.3 C-Article Management 69

5 SUPPLY CHAIN MANAGEMENT 70

5.1 Definition Supply Chain Management (SCM) 70

5.2 Aufbau eines SCM-Management 72
5.2.1 Entwicklungsmanagement 72
5.2.2 Beschaffungsmanagement 74
5.2.3 Bestandsmanagement 75
5.2.3.1 Bestandsoptimierung innerhalb der Supply Chain 76
5.2.3.2 Win-Win-Situation für Abnehmer und Lieferanten 77
5.2.4 Produktionsmanagement 79
5.2.4.1 Reduzierung der Durchlaufzeit 79
5.2.5 Distributionsmanagement 81
5.2.5.1 Lieferanten-Kunden Beziehung 82
5.2.6 Vertriebsmanagement 82
5.2.6.1 Kundenmanagement 83
5.2.6.2 Informationsversorgung innerhalb der logistischen Kette 84
5.2.6.3 Erwartungshaltung der Kunden 85
5.2.7 Controlling der Supply Chain 86
5.2.7.1 Balanced Scorecard 87
5.2.7.2 “Target Costing“ als Kontrollinstrument für die gesamte Supply Chain 88

VORWORT

Aufgabenstellung

Die Promotionsordnung Master of Business Aministration der Graduate School of Business Administration Zürich, sowie der University at Albany (State University of New York), sieht die Erstellung einer Abschlussarbeit vor, in welcher der Kandidat über die eigene Unternehmung, für die er tätig ist (oder für eine ihm sonst bekannte Firma), den Gedankentransfer vom Lernstoff in die betriebliche Wirklichkeit erbringt.

Als leitender Mitarbeiter im Bereich der Materialwirtschaft begrüße ich diese Gelegenheit, da ich aufgrund meiner bisherigen umfangreichen beruflichen Erfahrung auch noch das qualitativ hochwertige Wissen, das ich mir während meines MBA-Lehrganges angeeignet habe, in diese Arbeit habe einfließen lassen können.

Zielsetzungen

Die vorgeschlagene und ausgearbeitet Strategie soll einen Weg aufzeigen, der zukunftsweisend und einen hohen Befriedigungsgrad nicht nur für die Mitarbeiter sondern auch für Kunden, Lieferanten und dem Management selbst beinhaltet.

Diese setzt natürlich voraus, dass die derzeitige Ist-Situation genau analysiert und in der zukünftigen strategischen Ausrichtung mit einbezogen wird.

Dank

In der Analysephase waren verschiedene Personen dafür verantwortlich, dass dem Autor bei der Durchleuchtung des bisherigen Ablaufprozesses umfangreiche Informationen zugänglich gemacht wurden. Ohne die Offenlegung von Informationen wäre diese Arbeit nicht möglich gewesen.

Ein spezieller Dank gilt auch meiner Frau, die durch ihr Engagement und Verständnis für mich erst diese Ausbildung möglich gemacht hat. Ohne deren Unterstützung wäre für mich der erfolgreiche Abschluss dieser Ausbildung nicht möglich geworden.

Bedanken möchte ich mich natürlich auch bei Herrn Professor Dr. Ralph Berndt, der mir dankenswerter Weise als Thesen Advisor zur Verfügung gestanden hat. Dr. Berndt ist an der Eberhard-Karls-Universität in Tübingen (Deutschland) und hat den Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere der Absatzwirtschaft, inne.

Wundschuh, 2002 Franz Steyer