

STICHPROBENINVENTUR IN VERTRIEBSEINRICHTUNGEN DES HANDELS

<u>I n h a l t</u>	<u>Seite</u>
1 <u>Einleitung</u>	1
2 <u>Problemstellung</u>	3
3 <u>Voraussetzungen</u>	
3.1 Rechtliche Grundlagen	5
3.2 Gruppenbewertung und Stichprobeninventur	7
4 <u>Inventurorganisation</u>	
4.1 Inventurvorbereitung	9
4.2 Inventurdurchführung	12
4.3 Datenpflege	14
4.4 Dokumentation	14
5 <u>Das Stichprobenverfahren</u>	
5.1 Das mathematische Modell	16
5.2 Bestimmung der Grundgesamtheit	20
5.3 Festlegung der Parameter und Ermittlung der Plandaten	22
5.4 Abgrenzung des Vollaufnahmerraumes vom Stichprobenraum	24
5.5 Schichtung im Stichprobenraum	26
5.6 Berechnung des erforderlichen Stichprobenumfanges im Stichprobenraum	29
5.7 Die Inventurdurchführung	32
5.8 Hochrechnung	33
5.9 Genauigkeitsanalyse	35
6 <u>Überleitung zum Bilanzansatz</u>	38
7 <u>Schlußbemerkung</u>	39

ANHANG

Seite

1	Begriffsdefinitionen	40
2	Symbolverzeichnis	41
3	Formeln	47
4	Beispiel zur Stichprobeninventur	56
5	Literaturhinweise	68