

Franz Schober

**Modellgestützte
strategische Planung
für multinationale
Unternehmungen**

Konzeption, Potential und Implementierung



Springer-Verlag
Berlin Heidelberg New York
London Paris Tokyo

Inhaltsverzeichnis

Teil I:	Der Beitrag quantitativer Modelle zur Formulierung von Strategien in multinationalen Unternehmungen	1
Kapitel 1:	Begriff und Inhalt der strategischen Planung	1
Kapitel 2:	Der strategische Planungsprozeß für multinationale Unternehmungen	16
Kapitel 3:	Einsatzmöglichkeiten quantitativer Modelle in der strategischen Planung ...	23
Kapitel 4:	Zielsetzung der Arbeit	32
Teil II:	Übersicht über das Modellierungskonzept für die Referenzunternehmung	36
Kapitel 5:	Beschreibung der Referenzunternehmung ..	36
Kapitel 6:	Die strategischen Entscheidungs- alternativen	40
Kapitel 7:	Schematische Übersicht über das Modellierungskonzept	46
Teil III:	Das Modell für die Prognose der Systemnachfrage	51
Kapitel 8:	Überlegungen zur Segmentierung der Nachfrage und zum Modellansatz	51
Kapitel 9:	Das Prognosemodell für den Systembestand	57
Kapitel 10:	Erklärung des Umsatzes von Systemen	65
Kapitel 11:	Bestimmung des Preis/Leistungs- verhältnisses	67
Kapitel 12:	Schätzung der Modellparameter	71
Kapitel 13:	Anwendung des Modells für die Prognose der Systemnachfrage auf die Referenz- unternehmung	77
Kapitel 14:	Die Evaluierung alternativer Produkt- strategien und Umweltszenarien	85

Teil IV:	Das Modell für den Produktions- und Beschaffungsbereich	94
Kapitel 15:	Produktionsseitige Segmentierung der Systemnachfrage	94
Kapitel 16:	Prognose der Verbesserung der Ressourcenproduktivität	107
Kapitel 17:	Formulierung eines Modells zur Allokation der Ressourcen für den Produktions- und Beschaffungsbereich ...	112
Kapitel 18:	Anwendung des Modells für den Produktions- und Beschaffungsbereich auf die Referenzunternehmung	123
Kapitel 19:	Herleitung hochaggregierter strategischer Beziehungen im Produktions- und Beschaffungsbereich mit Hilfe von Modellexperimenten	135
Teil V:	Das Modell für den Vertriebsbereich	147
Kapitel 20:	Vertriebsseitige Segmentierung der Systemnachfrage	147
Kapitel 21:	Formulierung eines Modells zur Allokation der Ressourcen für den Vertriebsbereich	150
Kapitel 22:	Anwendung des Modells für den Vertriebsbereich auf die Referenzunternehmung ...	159
Teil VI:	Die Kopplung der funktionalen und regionalen Strategien	174
Kapitel 23:	Modellierung der regionalen Strategien .	174
Kapitel 24:	Formulierung eines Modells zur Unterstützung der Finanzierungsstrategie	184
Kapitel 25:	Kopplung der funktionalen und regionalen Strategien mittels der hierarchischen Modellierung	195
Kapitel 26:	Anwendung des Konzepts der hierarchischen Modellierung auf die Referenzunternehmung	204

Teil VII:	Konsolidierung der Unternehmensstrategie	224
Kapitel 27:	Kopplung der Produktstrategien mit den funktionalen und regionalen Strategien am Beispiel der Referenzunternehmung ...	224
Teil VIII:	Die Implementierung strategischer Planungsmodelle	245
Kapitel 28:	Voraussetzungen für die erfolgreiche Implementierung	245
Kapitel 29:	Der Einfluß des betrieblichen Informationssystems auf die Unternehmensmodellierung	259
Kapitel 30:	Ein Beispiel für den Einsatz einer Modellierungssprache zur Unterstützung des Prozesses der Modellentwicklung und Modellanwendung	264
Zusammenfassung	275
Anhang I:	Die Kopplung des Produktions- und Beschaffungsmodells mit dem Vertriebsmodell	278
Anhang II:	Daten für das Vertriebsmodell (je Land), für das Regionalmodell und für das Finanzmodell	282
Anhang III:	Annahmen über die ökonomischen Umweltszenarien	285
Anhang IV:	Ergebnisse der Modellläufe zur Konsolidierung der Unternehmensstrategie	286
Anhang V:	Liste der in Teil III (Nachfragemodell) verwendeten Symbole	297
Anhang VI:	Liste der in Teil IV (Produktions- und Beschaffungsmodell) verwendeten Symbole	298
Anhang VII:	Liste der in Teil V (Vertriebsmodell) verwendeten Symbole	303
Anhang VIII:	Liste der in Teil VI (Regionalmodell und Finanzmodell) verwendeten Symbole	306
Literaturverzeichnis	310