

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
1. Die Management-Herausforderung	14
! Was kennzeichnet die Unternehmensführung in Entwicklungs- ländern? 14 • An wen richtet sich dieses Buch? 17 • Aufbau 18 • Welche Rolle spielen Entwicklungsländer im internationalen wirt- schaftlichen und unternehmerischen System? 19 • Wie unterschied- lich sind Entwicklungsländer? 35 • Schlußfolgerung 42	

Teil I

Die Analyse des wirtschaftlichen Umfelds . . .	43
2. Der Rahmen der Umfeldanalyse	45
Überblick: Mannigfaltige Faktoren und Ebenen 45 • Umfeld- faktoren 47 • Die einzelnen Ebenen des Umfelds 48 • Schluß- folgerung 55	
3. Umfeldfaktoren	56
! Wirtschaftliche Faktoren 57 • ! Politische Faktoren 78 • Kultu- relle Faktoren 84 • ! Demographische Faktoren 92 • Zusammen- fassung 100	
4. Nationale Strategien	102
Umfeldfaktoren und nationale Strategien 103 • Historische Perspektive 107 • Definition nationaler Strategien 108 • ! Politische Ziele und Mittel 113 • ! Länder- und Unternehmensbeispiel: Cummins Engine in Indien 129 • Zusammenfassung 136	

5. Branchenstruktur und Wettbewerbsdynamik 138

Das Modell der Wettbewerbsstrategie 139 • Die Regierung formt das Wettbewerbsumfeld 142 • Staatseigene Unternehmen 146 • Wirtschaftsgruppen 156 • Einheimische Unternehmen und Genossenschaften 164 • Der informelle Sektor 166 • Multinationale Unternehmen 170 • Entwicklungsprozeß und Wettbewerbsdynamik 173 • Zusammenfassung 176

Teil II

Das Management der Funktionsbereiche 179

6. Beziehungen zwischen Unternehmen und Regierung 181

Das Management der Megakraft

Die Bedürfnisse und Möglichkeiten der Regierung 182 • Auf die Bedürfnisse der Regierung eingehen: Die Suche nach Kongruenz 188 • Das Management der Beziehungen zur Regierung: Strategische Schritte 204 • Das Management der Regierungsbeziehungen: Praktische Fragen 215 • Zusammenfassung 222

7. Finanzen 224

Inflation, Währungsrisiko und Kapitalknappheit

Inflation 224 • Währungsrisiko 237 • Kapitalknappheit 255 • Zusammenfassung 270

8. Produktion 273

Technologiemanagement

Offshore-Produktion 274 • Technologietransfer 276 • Technologiewahl und -anpassung 279 • Inlandsbeschaffung 308 • Zusammenfassung 317

9. Marketing 319

Das Marketingmix anpassen

Produktpolitik 319 • Preisfestsetzung 326 • Verkaufsförderung 333 • Vertrieb 342 • Marktforschung 349 • Globales Marketing 353 • Exportmarketing 359 • Soziales Marketing 363 • Zusammenfassung 368

10. Organisation	371
<i>Markteintritt, Eigentum, kulturelle Einflüsse</i>	
Zutrittsart 371 • Eigentumsstrategien 388 • Kultur	und
Organisation 410 • Zusammenfassung 422	
11. Zukunftsperspektiven	425
Die Entwicklung des wirtschaftlichen Umfelds 425 • Entscheidende Managementfähigkeiten 438	
Anhang A: Vier Dimensionen der Entwicklung	442
<i>Länderwerte</i>	
Anhang B: Vier Dimensionen der Entwicklung	446
<i>Rangliste der Länder</i>	
Anhang C: Einkommensverteilung	450
Literatur	452
Register	466