

## Διάλεξη 5: Εταιρική στρατηγική

### Ερωτήσεις αξιολόγησης

1. Η εταιρική στρατηγική:
  - α. ασχολείται με την ανακάλυψη ευκαιριών και απειλών στο εξωτερικό περιβάλλον, καθώς και με τη δημιουργία εταιρικού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.
  - β. μπορεί να οδηγεί σε στρατηγική ηγεσίας κόστους, διαφοροποίησης ή εστίασης.
  - γ. είναι υπεύθυνη για τον καθορισμό του εύρους των δραστηριοτήτων ενός οργανισμού.
  - δ. ασχολείται με το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των στρατηγικών επιχειρηματικών μονάδων.
2. Η μητρική εταιρία αποτελεί:
  - α. το τμήμα που ασκεί την ουσιαστική διοίκηση των επιχειρηματικών μονάδων.
  - β. τους εκπροσώπους των μετόχων και των ενδιαφερομένων μερών.
  - γ. το διοικητικό επίπεδο που βρίσκεται πάνω από τις επιχειρηματικές μονάδες.
  - δ. το διοικητικό συμβούλιο.
3. Η οριζόντια ολοκλήρωση:
  - α. οδηγεί σε επέκταση σε δραστηριότητες που αφορούν τις εισροές του οργανισμού.
  - β. οδηγεί σε επέκταση σε δραστηριότητες που αφορούν τις εκροές του οργανισμού.
  - γ. οδηγεί σε επέκταση σε νέες γεωγραφικές περιοχές.
  - δ. οδηγεί σε επέκταση σε δραστηριότητες που είναι συμπληρωματικές με τις υπάρχουσες.
4. Μια μητρική εταιρεία:
  - α. ασχολείται με τις εργασιακές σχέσεις ανάμεσα στις επιχειρηματικές μονάδες και τα κεντρικά γραφεία.
  - β. ασχολείται με τις εργασιακές σχέσεις.
  - γ. προσπαθεί να δημιουργήσει αξία για τις επιχειρηματικές μονάδες που βρίσκονται στο χαρτοφυλάκιο της.
  - δ. έχει στην ιδιοκτησία της τουλάχιστον τρεις επιχειρηματικές μονάδες.
5. Η λογική του διαχειριστή συνεργειών είναι ότι:
  - α. η μητρική εταιρεία πρέπει να λειτουργεί όπως και ένας επενδυτής στο χρηματιστήριο.
  - β. υπάρχει λίγη αξία που μπορεί να δημιουργηθεί σε επίπεδο επιχειρηματικών μονάδων.
  - γ. η αξία των διαφόρων επιχειρηματικών μονάδων μπορεί να ενισχυθεί μέσα από τη διαχείριση των συνεργειών σε όλο το εύρος του εταιρικού χαρτοφυλακίου.
  - δ. η μητρική εταιρεία χρησιμοποιεί τις ικανότητες που βρίσκονται στο κεντρικό επίπεδο προκειμένου να προσθέσει αξία στις διάφορες επιχειρηματικές μονάδες.
6. Ποιος είναι ο βασικός υπεύθυνος για την ανάπτυξη της εταιρικής στρατηγικής;
  - α. Τα στελέχη των διαφόρων επιχειρηματικών στρατηγικών μονάδων.
  - β. Οι μέτοχοι.
  - γ. Τα ανώτερα στελέχη των διαφόρων επιχειρηματικών στρατηγικών μονάδων.
  - δ. Τα στελέχη της ανώτατης διοίκησης που ανήκουν στη μητρική εταιρεία.

7. Με ποια από τις παρακάτω ενέργειες δεν ασχολείται η εταιρική στρατηγική;
- α. Διαφοροποίηση δραστηριοτήτων.
  - β. Δημιουργία αξίας επιχειρηματικών μονάδων.
  - γ. Σχεδιασμός πρακτικών μάρκετινγκ.
  - δ. Διαχείριση χαρτοφυλακίου δραστηριοτήτων.
8. Ποια από τις παρακάτω δεν αποτελεί κατεύθυνση εταιρικής στρατηγικής που περιλαμβάνεται στον «Πίνακα ανάπτυξης προϊόντος/αγοράς» που πρότείνει ο Ansoff;
- α. Ανάπτυξη αγοράς.
  - β. Διείσδυση αγοράς.
  - γ. Στρατηγική ανάπτυξη.
  - δ. Ασυσχετίστη διαφοροποίηση.
  - ε. Ανάπτυξη προϊόντος.
9. Ποιος από τους παρακάτω όρους του «Πίνακα ανάπτυξης προϊόντος/αγοράς» που πρότείνει ο Ansoff χρησιμοποιείται για την εστίαση σε υπάρχοντα προϊόντα σε υπάρχουσες αγορές;
- α. Ανάπτυξη αγοράς.
  - β. Διείσδυση αγοράς.
  - γ. Ασυσχετίστη διαφοροποίηση.
  - δ. Ανάπτυξη προϊόντος.
10. Ποιος είναι ο βασικός στόχος της διείσδυσης αγοράς;
- α. Η ανάπτυξη νέων προϊόντων.
  - β. Η απόκτηση μεγαλύτερου μεριδίου αγοράς.
  - γ. Η διατήρηση του ίδιου μεριδίου αγοράς.
  - δ. Η αντιμετώπιση των αντιποίνων των ανταγωνιστών.
11. Ποιος όρος χρησιμοποιείται για να περιγράψει μια στρατηγική που μετακινεί τον οργανισμό μακριά από υπάρχουσες αγορές και υπάρχοντα προϊόντα;
- α. Ανάπτυξη αγοράς.
  - β. Διείσδυση αγοράς.
  - γ. Ασυσχετίστη διαφοροποίηση.
  - δ. Ανάπτυξη προϊόντος.
  - ε. Στρατηγική απομάκρυνσης.
12. Ποιος όρος χρησιμοποιείται για να περιγράψει τη διαφοροποίηση μιας επιχείρησης πέρα από τα υπάρχοντα προϊόντα της και τις υπάρχουσες αγορές στις οποίες δραστηριοποιείται, αλλά πάντα στο πλαίσιο των υπαρχόντων ικανοτήτων που διαθέτει;
- α. Διείσδυση σε αγορές.
  - β. Ανάπτυξη αγοράς.
  - γ. Συνέργεια.
  - δ. Συσχετισμένη διαφοροποίηση.
  - ε. Ανάπτυξη προϊόντος.

13. Ποιος όρος περιγράφει την επέκταση μιας επιχείρησης σε δραστηριότητες που σχετίζονται με τις εισροές της;
- α. Ολοκλήρωση προς τα πίσω.
  - β. Οριζόντια ολοκλήρωση.
  - γ. Ολοκλήρωση προς τα εμπρός.
  - δ. Συσχετισμένη διαφοροποίηση.
  - ε. Ανάπτυξη προϊόντος.
  - στ. Ασυσχετίστη διαφοροποίηση.
14. Μια επιχείρηση ξεκινάει να αναπτύσσει συμπληρωματικά προϊόντα. Τι στρατηγική εφαρμόζει;
- α. Ολοκλήρωση προς τα πίσω.
  - β. Οριζόντια ολοκλήρωση.
  - γ. Ολοκλήρωση προς τα εμπρός.
  - δ. Συσχετισμένη διαφοροποίηση.
  - ε. Ανάπτυξη προϊόντος.
  - στ. Ασυσχετίστη διαφοροποίηση.
15. Μια επιχείρηση ξεκινάει να παράγει η ίδια τα μηχανήματα που χρησιμοποιεί στη διαδικασία της παραγωγής. Ποια επιλογή ολοκλήρωσης εφαρμόζει;
- α. Ολοκλήρωση προς τα πίσω.
  - β. Οριζόντια ολοκλήρωση.
  - γ. Ολοκλήρωση προς τα εμπρός.
  - δ. Συσχετισμένη ολοκλήρωση.
  - ε. Ανάπτυξη προϊόντος.
  - στ. Ασυσχετίστη ολοκλήρωση.
16. Η στρατηγική ασυσχετίστης διαφοροποίησης ισοδυναμεί με ουσιαστική απομάκρυνση από όσα έχει συνηθίσει να κάνει ο οργανισμός.
- α. Λάθος.
  - β. Σωστό.
17. Ποιο από τα παρακάτω δεν αποτελεί παράδειγμα ανάπτυξης αγοράς;
- α. Η Jaguar εισάγει στην αγορά ένα νέο αυτοκίνητο πόλης.
  - β. Η Sony ξεκινάει εξαγωγές του PlayStation 4 στο Ουζμπεκιστάν.
  - γ. Η Dell πραγματοποιεί είσοδο σε ένα νέο τμήμα αγοράς, με προϊόντα που ήδη διαθέτει στο χαρτοφυλάκιο της.
  - δ. Η Jumbo πραγματοποιεί είσοδο στη γερμανική αγορά, ανοίγοντας δέκα καταστήματα.
18. Μια μητρική εταιρεία μπορεί να καταστρέψει αξία, ακόμα και αν προσπαθεί να δημιουργήσει. Ποια από τις παρακάτω επιλογές δεν αποτελεί τρόπο καταστροφής αξίας;
- α. Διοικητική πολυπλοκότητα.
  - β. Απόκρυψη οικονομικής απόδοσης.
  - γ. Αύξηση του κόστους διοίκησης.
  - δ. Παροχή πόρων και κεντρικών υπηρεσιών.

19. Ποιο από τα παρακάτω προσδιορίζει μια στρατηγική διείσδυσης αγοράς;
- α. Ανάπτυξη νέων προϊόντων για πώληση σε υπάρχουσες αγορές.
  - β. Απόκτηση μεγαλύτερων μεριδίων αγοράς με την υπάρχουσα σειρά προϊόντων.
  - γ. Ανάπτυξη νέων προϊόντων για πώληση σε νέες αγορές.
  - δ. Είσοδο σε νέες αγορές και νέα τμήματα αγοράς με την υπάρχουσα σειρά προϊόντων.
20. Τι από τα παρακάτω δεν περιλαμβάνει μια στρατηγική διείσδυσης αγοράς;
- α. Αύξηση μεριδίου αγοράς.
  - β. Παρόμοιο φάσμα δραστηριοτήτων.
  - γ. Υπάρχουσες στρατηγικές ικανότητες.
  - δ. Πλοήγηση σε χαρτογραφημένες περιοχές.
  - ε. Εξαγωγές για αύξηση των πωλήσεων.
21. Ποιες από τις παρακάτω προτάσεις περιγράφει καλύτερα τη στρατηγική ανάπτυξης αγοράς;
- α. Προσφορά υπαρχόντων προϊόντων σε υπάρχουσες αγορές.
  - β. Προσφορά υπαρχόντων προϊόντων σε νέες αγορές.
  - γ. Εισαγωγή νέων προϊόντων σε υπάρχουσες αγορές.
  - δ. Ανάπτυξη νέων προϊόντων για νέες αγορές.
22. Ποιες από τις παρακάτω προτάσεις περιγράφει καλύτερα τη στρατηγική ανάπτυξης προϊόντος;
- α. Προσφορά υπαρχόντων προϊόντων σε υπάρχουσες αγορές.
  - β. Προσφορά υπαρχόντων προϊόντων σε νέες αγορές.
  - γ. Εισαγωγή νέων προϊόντων σε υπάρχουσες αγορές.
  - δ. Ανάπτυξη νέων προϊόντων για νέες αγορές.
23. Τι σημαίνει «ασυσχέτιστη διαφοροποίηση», σύμφωνα με τον «Πίνακα ανάπτυξης προϊόντος / αγοράς» που πρότεινε ο Ansoff;
- α. Προσφορά υπαρχόντων προϊόντων σε υπάρχουσες αγορές.
  - β. Προσφορά υπαρχόντων προϊόντων σε νέες αγορές.
  - γ. Εισαγωγή νέων προϊόντων σε υπάρχουσες αγορές.
  - δ. Ανάπτυξη νέων προϊόντων για νέες αγορές.
24. Τι σημαίνει κάθετη ολοκλήρωση;
- α. Ένας οργανισμός ασκεί έλεγχο στους ανταγωνιστές του.
  - β. Ένας οργανισμός ασκεί έλεγχο στους προμηθευτές και τους πελάτες του.
  - γ. Ένας οργανισμός ασκεί έλεγχο στους προμηθευτές του.
  - δ. Ένας οργανισμός ασκεί έλεγχο στους πελάτες του.

**Διάλεξη 5: Εταιρική στρατηγική**  
Ερωτήσεις αξιολόγησης

| Λύσεις |            |
|--------|------------|
| 1      | $\gamma$   |
| 2      | $\gamma$   |
| 3      | $\delta$   |
| 4      | $\gamma$   |
| 5      | $\gamma$   |
| 6      | $\delta$   |
| 7      | $\gamma$   |
| 8      | $\gamma$   |
| 9      | $\beta$    |
| 10     | $\beta$    |
| 11     | $\gamma$   |
| 12     | $\delta$   |
| 13     | $\alpha$   |
| 14     | $\beta$    |
| 15     | $\alpha$   |
| 16     | $\beta$    |
| 17     | $\alpha$   |
| 18     | $\delta$   |
| 19     | $\beta$    |
| 20     | $\epsilon$ |
| 21     | $\beta$    |
| 22     | $\gamma$   |
| 23     | $\delta$   |
| 24     | $\beta$    |