

## Διάλεξη 6: Διεθνής στρατηγική

### Ερωτήσεις αξιολόγησης

1. Τι αναλύει το διαμάντι του Porter;
  - α. Το ανταγωνιστικό πεδίο σε επίπεδο αγοράς ή κλάδου.
  - β. Εκείνες τις ομάδες επιχειρήσεων που διαθέτουν παρόμοια χαρακτηριστικά που ακολουθούν παρόμοιες στρατηγικές.
  - γ. Τους λόγους για τους οποίους κάποιες εθνικές οικονομίες είναι πιο ανταγωνιστικές από κάποιες άλλες.
  - δ. Την αλυσίδα αξίας ενός οργανισμού.
  - ε. Τους βασικούς παράγοντες αλλαγής.
2. Ποιο από τα παρακάτω αποτελεί μειονέκτημα των εξαγωγών, όταν αυτές χρησιμοποιούνται για εισόδο σε μια ξένη αγορά;
  - α. Το διαδίκτυο μπορεί βοηθήσει στην «εξαγωγή» ικανοτήτων μάρκετινγκ.
  - β. Δεν υπάρχει ανάγκη για παραγωγικές εγκαταστάσεις στη χώρα υποδοχής.
  - γ. Δημιουργούνται οικονομίες κλίμακας στη χώρα προέλευσης.
  - δ. Υπάρχει έκθεση στα εμπόδια του διεθνούς εμπορίου.
3. Ποιος από τους παρακάτω δεν αποτελεί τρόπο εισόδου σε μια ξένη αγορά;
  - α. Εξαγωγές.
  - β. Επέκταση με τη βοήθεια των προμηθευτών.
  - γ. Άδειες χρήσης ή αδειοδοτήσεις (licensing).
  - δ. Παραχωρήσεις δικαιωμάτων ή δικαιοχρησίες (franchising).
  - ε. Κοινοπραξίες (joint ventures).
  - στ. Απόκτηση του αποκλειστικού ελέγχου σε επιχειρηματικές μονάδες.
4. Ποιο από τα παρακάτω αποτελεί πλεονέκτημα των αδειών χρήσης (licensing);
  - α. Περιορισμένη οικονομική έκθεση.
  - β. Διαμοιρασμός επενδυτικού κινδύνου.
  - γ. Πλήρης έλεγχος.
  - δ. Εκμετάλλευση οικονομικών κλίμακας.
5. Ποια από τις παρακάτω δηλώσεις είναι σωστή;
  - α. Η εφαρμογή στρατηγικής διεθνοποίησης απαιτεί από τα στελέχη να μάθουν νέους τρόπους επιχειρηματικής δραστηριοποίησης.
  - β. Οι μεγάλες και επιτυχημένες επιχειρήσεις δεν χρειάζεται να εξετάζουν τους παράγοντες της διεθνοποίησης (π.χ. παράγοντες αγοράς, παράγοντες κόστους, κτλ).
  - γ. Η σταδιακή μείωση των εμποδίων στο διεθνές εμπόριο και την κίνηση κεφαλαίων έχει ελαττώσει την τάση για διεθνοποίηση.
  - δ. Η παρουσία αρκετών παγκόσμιων ανταγωνιστών μειώνει την πίεση για υιοθέτηση παγκόσμιας στρατηγικής.
6. Η διεθνής στρατηγική εξαρτάται, σε τεράστιο βαθμό, από το εξωτερικό περιβάλλον και όχι τόσο πολύ από τις εσωτερικές, οργανωσιακές ικανότητες.
  - α. Λάθος.
  - β. Σωστό.

7. Ποιοί από τους παρακάτω δεν ανήκουν στους παράγοντες διεθνοποίησης του Υίρ;
- α. Παράγοντες αγοράς.
  - β. Παράγοντες κόστους.
  - γ. Ανταγωνιστικοί παράγοντες.
  - δ. Πολιτιστικοί παράγοντες.
  - ε. Κυβερνητικοί παράγοντες.
8. Ποιος από τους παράγοντες διεθνοποίησης του Υίρ αναφέρεται στις οικονομίες κλίμακας και την ευνοϊκή εφοδιαστική αλυσίδα;
- α. Παράγοντες αγοράς.
  - β. Παράγοντες κόστους.
  - γ. Ανταγωνιστικοί παράγοντες.
  - δ. Πολιτιστικοί παράγοντες.
  - ε. Κυβερνητικοί παράγοντες.
9. Η δυνατότητα μεταφοράς του μάρκετινγκ σημαίνει ότι επιχειρήσεις, όπως η Coca-Cola, πρέπει να αναπτύσσουν ανεξάρτητες διαφημιστικές καμπάνιες σε κάθε χώρα δραστηριοποίησης.
- α. Σωστό.
  - β. Λάθος.
10. Ποιος από τους παρακάτω δεν αποτελεί παράγοντα διαμόρφωσης τοπικών πλεονεκτημάτων, σύμφωνα με το διαμάντι του Porter;
- α. Κυβερνητική πολιτική.
  - β. Τοπικοί συντελεστές ζήτησης.
  - γ. Τοπικοί συντελεστές παραγωγής.
  - δ. Στρατηγική τοπικών επιχειρήσεων, δομή κλάδου και ανταγωνισμός.
  - ε. Τοπικοί σχετιζόμενοι και υποστηρικτικοί κλάδοι.
11. Ποιος από τους παράγοντες διαμόρφωσης τοπικών πλεονεκτημάτων του Porter σχετίζεται με τις συστάδες επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας που βρίσκονται στη Silicon Valley;
- α. Κυβερνητική πολιτική.
  - β. Τοπικοί συντελεστές ζήτησης.
  - γ. Τοπικοί συντελεστές παραγωγής.
  - δ. Στρατηγική τοπικών επιχειρήσεων, δομή κλάδου και ανταγωνισμός.
  - ε. Τοπικοί σχετιζόμενοι και υποστηρικτικοί κλάδοι.
12. Ποιος από τους παράγοντες διαμόρφωσης τοπικών πλεονεκτημάτων του Porter σχετίζεται με τη στρατηγική των Γερμανικών επιχειρήσεων να επενδύουν έντονα στις βιομηχανικές επιχειρήσεις και να δημιουργούν μεγάλες δεξαμενές δεξιοτήτων;
- α. Κυβερνητική πολιτική.
  - β. Τοπικοί συντελεστές ζήτησης.
  - γ. Τοπικοί συντελεστές παραγωγής.
  - δ. Στρατηγική τοπικών επιχειρήσεων, δομή κλάδου και ανταγωνισμός.
  - ε. Τοπικοί σχετιζόμενοι και υποστηρικτικοί κλάδοι.

13. Ποιο είδος διεθνούς στρατηγικής παρέχει πλεονέκτημα όταν η πίεση για τοπική ανταπόκριση και παγκόσμια ολοκλήρωση είναι χαμηλή;
- α. Στρατηγική εξαγωγών.
  - β. Πολυτοπική στρατηγική.
  - γ. Διεθνική Στρατηγική.
  - δ. Παγκόσμια στρατηγική.
  - ε. Περιφερειακή στρατηγική.
14. Μια εταιρεία πουλά γεωργικά υλικά και διαθέτει μια ισχυρή βάση στη Γαλλία. Από την άλλη, έχει λίγες διοικητικές δεξιότητες διεθνούς δραστηριοποίησης. Ποιο είδος διεθνούς στρατηγικής θα πρέπει να εφαρμόσει αν επιθυμεί να επεκταθεί;
- α. Στρατηγική εξαγωγών.
  - β. Πολυτοπική στρατηγική.
  - γ. Διεθνική Στρατηγική.
  - δ. Παγκόσμια στρατηγική.
  - ε. Περιφερειακή στρατηγική.
15. Μια βιομηχανική επιχείρηση αντιλαμβάνεται ότι τα προϊόντα της μπορούν να κατασκευαστούν πιο φθηνά σε μια σειρά ξένων χωρών. Από την άλλη, τα τελικά της προϊόντα χρειάζεται να προσαρμόζονται στις προτιμήσεις των καταναλωτών σε κάθε ξένη αγορά. Ποιο είδος διεθνούς στρατηγικής θα πρέπει να εφαρμόσει;
- α. Στρατηγική εξαγωγών.
  - β. Πολυτοπική στρατηγική.
  - γ. Διεθνική Στρατηγική.
  - δ. Παγκόσμια στρατηγική.
  - ε. Περιφερειακή στρατηγική.
16. Μια διαφημιστική εταιρεία κατανοεί ότι οι εθνικές προδιαγραφές και οι διάφοροι κανονισμοί διαφέρουν έντονα ανάμεσα στις διεθνείς αγορές. Ποιο είδος διεθνούς στρατηγικής θα πρέπει να εφαρμόσει;
- α. Στρατηγική εξαγωγών.
  - β. Πολυτοπική στρατηγική.
  - γ. Διεθνική Στρατηγική.
  - δ. Παγκόσμια στρατηγική.
  - ε. Περιφερειακή στρατηγική.
17. Τι εκφράζει ο όρος «πολιτισμική απόσταση» στο «μοντέλο CAGE» του Ghemawat;
- α. Την απόσταση ανάμεσα στην πολιτική που εφαρμόζουν δύο χώρες.
  - β. Την χιλιομετρική απόσταση που χωρίζει δύο οικονομίες.
  - γ. Την απόσταση που σχετίζεται με διάφορες ασύμβατες διοικητικές πρακτικές, πολιτικές ή νομικές παραδόσεις.
  - δ. Την απόσταση στη γλώσσα, την εθνικότητα, τη θρησκεία και τις κοινωνικές συμπεριφορές.

18. Οι Κινέζικες επιχειρήσεις μπορούν ολοένα και πιο εύκολα να δραστηριοποιούνται σε χώρες στις οποίες οι Αμερικάνικες επιχειρήσεις δυσκολεύονται (π.χ. Αφρική, Μέση Ανατολή). Με ποια διάσταση του «μοντέλου CAGE» του Ghemawat σχετίζεται το παραπάνω;
- α. Διοικητική και πολιτική απόσταση.
  - β. Γεωγραφική απόσταση.
  - γ. Πολιτισμική απόσταση.
  - δ. Οικονομική απόσταση.
  - ε. Πολιτική απόσταση.
19. Έχετε αξιολογήσει τη σχετική ελκυστικότητα μιας χώρας με τη χρήση των αναλύσεων PESTEL και CAGE και καταλήξατε ότι οι συνθήκες είναι πιθανότατα ευνοϊκές. Παρόλα αυτά, έχετε παρατηρήσει ότι υπάρχουν πολλοί υφιστάμενοι ανταγωνιστές και τα εμπόδια εισόδου για νέες επιχειρήσεις είναι χαμηλά. Σε ποια ενέργεια θα προχωρούσατε;
- α. Απόρριψη της χώρας ως κατάλληλης τοποθεσίας.
  - β. Αναθεώρηση της ανάλυσης PESTEL.
  - γ. Αποδοχή της χώρας ως κατάλληλης τοποθεσίας.
  - δ. Περαιτέρω διερεύνηση.
  - ε. Αναθεώρηση της ανάλυσης CAGE.
20. Ποιος όρος χρησιμοποιείται για να περιγράψει μια διαδικασία επέκτασης που λαμβάνει χώρα μέσα από διάφορα βήματα, στη διάρκεια των οποίων οι επιχειρήσεις αυξάνουν σταδιακά τον βαθμό της δέσμευσής τους απέναντι στις νέες αγορές, καθώς αναπτύσσουν νέες ικανότητες και αποκτούν επιπλέον γνώσεις;
- α. Εξαγωγές.
  - β. Άδειες χρήσης ή αδειοδοτήσεις (licensing).
  - γ. Σταδιακή διεθνής επέκταση.
  - δ. Παραχωρήσεις δικαιωμάτων ή δικαιοχρησίες (franchising).
  - ε. Κοινοπραξίες (joint ventures).
  - στ. Επιχειρηματικές μονάδες αποκλειστικού ελέγχου.
21. Ποια ονομασία αποδίδεται σε μικρές επιχειρήσεις που καταφέρνουν να διεθνοποιηθούν έντονα στα πρώτα στάδια της ανάπτυξής τους;
- α. Εξαιρετικά καινοτόμες επιχειρήσεις.
  - β. Κοινοπραξίες (joint ventures).
  - γ. Γεννημένες επιτυχημένες επιχειρήσεις.
  - δ. Γεννημένες παγκόσμιες επιχειρήσεις.
  - ε. Επιχειρηματικές μονάδες αποκλειστικού ελέγχου.
22. Μια βρετανική επιχείρηση επέλεξε να δραστηριοποιηθεί σε διεθνή κλίμακα: διατήρησε όλες τις δραστηριότητες στο Ηνωμένο Βασίλειο και συνεργάστηκε με εξειδικευμένες εταιρείες ώστε να προωθήσει τα προϊόντα της στις διεθνείς αγορές. Ποια διεθνή στρατηγική ακολούθησε;
- α. Στρατηγική εξαγωγών.
  - β. Πολυτοπική στρατηγική.
  - γ. Διεθνική Στρατηγική.
  - δ. Παγκόσμια στρατηγική.
  - ε. Περιφερειακή στρατηγική.

23. Ποιος όρος χρησιμοποιείται για να περιγράψει την αγορά εξαρτημάτων και υπηρεσιών από τον πλέον κατάλληλο προμηθευτή σε παγκόσμια κλίμακα;
- α. Τοπική στρατηγική διεθνούς στόχευσης.
  - β. Στρατηγική έντονης επέκτασης.
  - γ. Πολυτοπική στρατηγική.
  - δ. Στρατηγική μαζικής επέκτασης.
  - ε. Πολυμορφική στρατηγική.
  - στ. Παγκόσμιος εφοδιασμός.

**Διάλεξη 6: Διεθνής στρατηγική**  
Ερωτήσεις αξιολόγησης

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