

Företagsstrategi – (1130)

Tentamen 3.5.2014. Tid: 4 h. Inga hjälpmedel tillåtna.

Examinator: Patrick Furu

Svara på alla frågor. Skriv konkist och använd tydlig handstil.

OBS: Skriv varje fråga (1, 2 och 3) på separata svarsapper!

Fråga 1 (max 30 poäng) (Högst 1 sida per delfråga!)

Svara kortfattat på följande frågor. OBS! Ge konkreta exempel.

- a) Vad är skillnaden mellan internationaliseringstrategi och multinationell/global strategi? Illustrera med ett exempel.
- b) Vad är en produktlivscykel och vad ger den för implikationer för företagets strategiska planering? Illustrera med ett exempel.
- c) Vad är skillnaden mellan strukturell och rollbaserad makt? Illustrera med exempel.
- d) Diskutera i vilken mån som den stegvisa internationaliseringsträningen (den s.k. Uppsala-modellen) fortfarande gäller? Illustrera med exempel.
- e) Vad är skillnaderna mellan koncernstrategi, affärstrategi och funktionell strategi? Ge ett exempel.

Fråga 2 (max 10 poäng) (Ditt svar får max vara 2 sidor långt!)

Förklara kort de centrala elementen i Porters 5 konkurrenskrafter (Five Forces of Competition). Identifiera ett till två element per konkurrenskraft beträffande hur de påverkar flygbranschen. Med andra ord, din uppgift är att förklara lönsamheten i flygbranschen med hjälp av Porters modell.

Fråga 3 (max 20 poäng) (Ditt svar får max vara 3 sidor långt!)

Chocolate making is an art!

Every single detail counts when it comes to creating the finest chocolate. The LINDT's Maîtres Chocolatiers, real masters of their craft, are always striving to offer you a chocolate that melts tenderly in your mouth and gently caresses all your senses.



Lindt & Sprüngli is recognized as a leader in the market for premium quality chocolate, offering a large selection of products in more than 100 countries around the world. During more than 160 years of Lindt & Sprüngli's existence, it has become known as one of the most innovative and creative companies making premium chocolate, with six production sites in Europe, two in the USA and distribution and sales companies on four continents. (www.lindt.com)

Konkurrensen på chokladmarknaden är hård. Lindt kommenterar den på följande sätt:

Vårt mål är att tillverka kvalitetschoklad för massorna. Genom åren har vi märkt att folk är villiga att betala lite mera för kvalitetsprodukter. Vår choklad är lite dyrare än våra konkurrenters choklad, men folk känner skillnaden i våra produkter; vår choklad är alltid av högsta kvalitet. För att hållas konkurrenskraftig är även alla aspekter av produktionen viktig, vi har hundra procentig kontroll över hela produktionsprocessen från kakaoböna till slutprodukt. Vi är en av de få chokladtillverkare som har total kontroll över varje steg av produktionsprocessen.

Vad är det som gör Lindt till ett konkurrenskraftigt företag?

Använd två olika strategiska analysmodeller som du bedömer vara lämpliga för situationen i fråga. Redogör sedan, på basis av dina analyser, vilka faktorer det är som gör Lindt till ett konkurrenskraftigt företag. Dela in ditt svar i a-d enligt anvisningarna nedan. Kom ihåg att skriva så att även någon som inte har studerat ekonomi skulle förstå dina svar.

- a) Beskriv på ett lättfattligt sätt de två olika strategiska analysmodellerna.
- b) Argumentera för varför just dessa två analyser är ändamålsenliga i denna situation.
- c) Presentera analysmetodernas begränsningar i situationen ifråga.
- d) Utför båda analyserna. Redogör sedan, på basis av dina analyser, vad det är som gör Lindt till ett konkurrenskraftigt företag.

Du kan göra antaganden om Lindt samt dess konkurrenter eller marknaden i fråga om du anser att detta behövs för din analys.

Lycka till!

