



Høgskolen i Telemark

**SLUTTPRØVE**

**I**

**5207 DISTRIBUTJONSKANALAR**

**20. MAI 2009**

Tid:	9-12
Målform:	Bokmål/nynorsk
Sidetal:	2 sider + framsida
Hjelpemiddel:	Ingen (Men ordbok for fremmedspråklige)
Merknader:	Oppgave 1 teller 2/3 og oppgave 2 teller 1/3. <b>Husk å disponere tida deretter.</b>
Vedlegg:	Ingen

**Eksamensresultata blir offentliggjort på nettet, via Arena høgskole. I tillegg finn du eksamensresultatslister på utsiden av eksamenskontoret, men da trenger du kandidatnummeret ditt, så du bør notere dette på en lapp og legge den i lommeboka.**



Avdeling for allmennvitenskaplige fag.

## **NYNORSK**

### **Oppgåve 1. (Vekt 2/3)**

I varehandelen er det tilsynelatande sterk konkurranse mellom dei ulike aktørane. Omgrepet konkurranse kan ha ulike tydingar. Ein bruker omgrepet konkurranseformer for å skildre korleis konkurransen på detaljistnivå fungerer.

- a) Grei ut om dei ulike formene vi til vanleg deler konkurransen i varehandelen inn i.
- b) Gi konkrete døme på korleis konkurransen i norsk varehandel har utvikla seg over tid
- c) Konkurranse er på mange vis døme på konflikt mellom aktørar på same nivå i distribusjonskanalane. Det kan også vere konfliktar mellom aktørar på ulike nivå i ein og same distribusjonskanal.  
Grei ut om korleis slike konfliktar kan oppstå, kva som karakterisere dei (dimensjonar) og korleis ein kan søke å løyse slike konfliktar.

### **Oppgåve 2. (Vekt 1/3)**

Om ein reiser rundt i verda, er det meir og meir slik at ein finn att dei same butikkane i dei fleste land. Om ein er i finske småbyar, i Bø eller i Paris er det stor sjanse for å finne minst ein butikk felles. Det er fleire grunnar til at det er slik, og det er utvikla mange teoriar for bakgrunnen for den internasjonalisering vi ser døme på over heile verda.

- a) Grei ut om dei motiva som ligg bak ei slik utvikling mot internasjonalisering innan detaljhandelen.
- b) Når ein detaljist satsar internasjonalt, må dei vurdere om dei i hovudsak skal satse på globaliseringsstrategi eller multinasjonaliseringstrategi. Grei ut om kva som ligg bak disse omgrepa. Gi døme anten frå Noreg eller utlandet.
- c) Eit anna aspekt ved internasjonalisering er korleis ein skal gå inn på utanlandske marknader. Nokre norske detaljistar har valt franchising som inngangsstrategi. Grei ut om føremoner og ulemper ved eit slikt val. Gi døme anten frå Noreg eller utlandet på bruk av franchising som inngangsstrategi.

## **BOKMÅL**

### **Oppgave 1. (Vekt 2/3)**

I varehandelen er det tilsynelatende sterk konkurranse mellom de ulike aktørene. Omgrepet konkurranse kan ha ulike betydninger. En bruker begrepet konkurranseformer for å skildre hvordan konkurransen på detaljistnivå fungerer.

- a) Grei ut om de ulike formene vi vanligvis deler konkurransen i varehandelen inn i.
- b) Gi konkrete eksempler på hvordan konkurransen i norsk varehandel har utvikla seg over tid
- c) Konkurranse er på mange måter eksempel på konflikt mellom aktører på samme nivå i distribusjonskanalene. Det kan også være konflikter mellom aktører på ulike nivå i en og samme distribusjonskanal.  
Grei ut om hvordan slike konflikter kan oppstå, hva som karakteriserer dem (dimensjoner) og hvordan en kan prøve å løse slike konflikter

### **Oppgave 2. (Vekt 1/3)**

Om en reiser rundt i verden, er det mer og mer slik at en finner de samme butikkene i de fleste land. Om en er i finske småbyer, i Bø eller i Paris er det stor sjanse for å finne minst en butikk felles. Det er flere grunner til at det er slik, og det er utvikla mange teorier for bakgrunnen for den internasjonalisering vi ser eksempler på over hele verden.

- a) Grei ut om de motiv som ligger bak en slik utvikling mot internasjonalisering innen detaljhandelen. .
- b) Når en detaljist satser internasjonalt, må de vurdere om de i hovedsak skal satse på globaliseringsstrategi eller multinasjonaliseringsstrategi. Grei ut om hva ligger bak disse begrepa. Gi døme enten fra Norge eller utlandet.
- c) Et annet aspekt ved internasjonalisering er hvordan en skal gå inn på utenlandske markeder. Noen norske detaljister har valgt franchising som inngangsstrategi. Grei ut om fordeler og ulemper ved et slikt valg. Gi eksempler enten fra Norge eller utlandet på bruk av franchising som inngangsstrategi.