

EXEMPEL PÅ

Exempel 1

OPPOSITION

Uppsats: Bonniers - från konglomerat till mediekoncern. En studie av Bonniersfärens strategi mellan 1979 och 1994.

Författare: Peter Karlsson (fingerade namn)
Böje Olsson

Opponenterna:

Handledare: Björn Alarik

Datum: 1995-06-16

1. Allmänt

Vid en första anblick ger uppsatsen ett ambitiöst och gediget intryck. Vid närmare analys föranleder arbetet dock ett antal mindre kommentarer. En separat lista på förslag till ändringar och rättelser överlämnas till respondenterna vid oppositionstillfället.

2. Oppositionens uppläggning

Oppositionen följer ett upplägg där synpunkter på arbetets principiella uppläggning inleder. Därefter studeras källbehandlingen, varefter en detaljgranskning av metodkapitlet tar vid. Oppositionen avslutas med ett slutomdöme om uppsatsen beträffande dess vetenskapliga värde.

3. Arbetets principiella uppläggning

I detta avsnitt granskas rapportens delar. Upplägget följer till stora delar innehållsförteckningen med undantag av metodkapitlet. Vi fann det nämligen värt att göra en detaljgranskning av metodkapitlet, och även visa på förslag eller tankar om hur det kan förbättras.

Det inledande kapitlet är i sin helhet bra och genomarbetat. Det finns dock en hel del påståenden i problemdiskussionen som man inte vet om de är författarnas tankar eller om de bygger på någon källa. Detta drar ner känslan av det vetenskapliga värdet på problemdiskussionen.

Det är svårt att se om, och i så fall hur, syftet har utarbetats utifrån problemdefinitionen. Problemdefinitionens två punkter kan istället med fördel placeras efter den mening som definierar uppsatsens syfte.

Det övergripande omdömet av den teoretiska referensramen är att den är bra, intresseväckande och rolig att läsa. Teorin passar väldigt bra till den tidigare utformade problemdefinitionen. För det första är den teoretiska referensramen en bra utgångspunkt för den kommande fallstudien och analysen och för det andra ger den en lättförståelig översikt utav managementteoriens utveckling i tiden. Modellen som beskrivs i referensramen finner vi dock nära besläktade med den positivism som författarna tar avstånd från i metodkapitlet.

Fallbeskrivningen är trevlig att läsa och den är även bra, men den borde nog utökas med vissa delar som just nu ligger i kapitlet Analys. I kapitlet Analys finner vi att de punkter som slutar på siffran ett, S.1, S.2.1 med flera, till sin karaktär har formen av en fallbeskrivning. Därpå

följer kapiteldelar, 5.2.2, 5.3.2 och så vidare, som mer är direkta analysavsnitt. Dessa olika typer av kapiteldelar borde kanske särskiljas för att stämma bättre med kapitelrubriceringarna.

Vi som opponenter finner ingen förståelse för urvalet av företagen som används i de olika beskrivande modellerna. Vi anser att detta användande bör motiveras för att läsaren inte skall känna att slutsatserna är konstruerade.

Den första frågan i Problemdefinitionen besvaras i analyskapitlet och svaret upprepas sedan åter i kapitlet Slutsatser. Denna del av slutsatserna finner vi mer lik en slutdiskussion än logiska slutledningar. Vidare besvaras även frågeställning två från Problemdefinitionen med hjälp av en figur som gör det hela lättförståeligt. Vi ställer oss dock tveksamma inför påståendet att slutsatserna "... i stort karaktäriserar den utveckling som kännetecknar företagens strategiska utveckling". Denna generalisering finner vi motsäggande till det påstående som framkommer på föregående sida (s.55), "Att Bonniers tidigare logat flera år efter den allmänna strategitrenden i näringslivet". Här omnämns även att Bonniers skiljer sig från börsnoterade företag i egenskap att vara familjeägt.

4. Källbehandling

Det är en allmän känsla från opponenternas sida att källorna över lag inte behandlas med vederbörlig respekt. Källförteckningen uppvisar ett stort antal källor som inte hänvisats till i texten. Förhoppningsvis beror detta på ett missförstånd hos författarna (eller opponenterna) och inte på deras försumlighet.

5. Detaljgranskning

Metodkapitlet

2.1 En inledande beskrivning som är värdefull, men aningen komplex i sitt behandlande av begreppet "dimensioner". En bild hade kanske underlättat. Det är olyckligt att författarna talar om Burell och Morgans andra dimension (Regulation - Radical change) utan att först ha förklarat den. Vi tror att en läsare utan förkunskaper om denna modell lätt blandar ihop *objektivitet - subjektivitet med stabilitet - förändring*.

2.2 För det första så tar författarna här avstånd från systematiserande tekniker, något som faller innanför ramen för en kvantitativ metod. Detta finner vi dock motsäggelsefullt då det i analyskapitlet uppvisas ett flertal modeller som används just på ett systematiserande sätt. För ~~det andra säger författarna att de hade utvalja mellan antingen en fallstudie eller fallstudier. Direkt på det beskriver författarna att en fallstudie mycket väl kan innebära en "utveckling av teorier".~~ Detta finner vi något motsäggelsefullt.

2.3 Det andra stycket verifierar att denna uppsats är en litteraturstudie. Detta borde belysts i metodvalet av två anledningar, för det första är detta ett metodval och för det andra för att inte skapa missförstånd hos läsaren om att uppsatsen är en fallstudie med intervjuer och dylikt. Det var denna bild som skapades hos oss opponenter när vi första gången läste punkt 2.2.

2.4 Vi ställer oss frågande till diskussionen kring reliabilitet och dess definition när uppsatsen syftar till att vara kvalitativ. Vad finns det för syfte med denna diskussion? Genomgående i 2.4 talas det om att mäta. Mäta förknippas vi med kvantitativa metoder. För att avgöra det vetenskapliga värdet på en kvalitativ uppsats hade det kanske varit bättre att använda sig av andra begrepp. Problemet ligger dock djupare än så vilket utvecklas nedan.

2.5 Återigen förs en diskussion kring begrepp passande i en kvantitativ undersökning. Då det redan klargjorts att uppsatsen kommer att behandla endast ett enskilt fall så finner vi första delen av 2.5 mindre värdefull (stycke 1 och 2). Det är bra att läsaren får en uppfattning om varför författarna valt att behandla Bonniersfärcan. Vi ställer oss dock frågande inför valet att inte behandla Tidnings AB Stampen vilket enligt författarna grundar sig på bristande extern information. Senare i uppsatsen framgår det att nästan all hänvisad litteratur har en anknytning, direkt eller indirekt, till Bonniersfären.

Då problematiken i ert arbete kretsar mycket kring kvantitativ eller kvalitativ metod så vill vi hjälpa er genom att delge er vår syn på dessa begrepp (bilaga 1).

6. Slutomdöme

Slutligen kan sägas att författarna angripit ett ämnesområde de finner mycket intressant. Föreliggande uppsats kan sägas vara något ojämn i sitt nuvarande utformande. Författarna visar prov på en ambitiös inställning och har uppenbarligen lagt ner en hel del arbete på uppsatsen. Presentationen av de kunskaper författarna inhämtat under sitt arbete är även presenterade på ett sätt som gör dem intressanta för oss som läsare. Den bristande metodmedvetenheten och ovarsamma källhanteringen drar dock ned helhetsintrycket. Vidare gör detta att uppsatsens vetenskapliga värde blir mindre bra, eller i alla fall svårt att avgöra. Det praktiska värdet finner vi dock vara betydligt bättre.

FÖRSLAG TILL ÄNDRINGAR OCH RÄTTELSE

Uppsats: Bonniers - från konglomerat till mediekoncern. En studie av Bonniersfärens strategi mellan 1979 och 1994.

Författare: Martin Andersson

Henrik Ekdahl

Handledare: Björn Alarik

Datum: 1995-06-16

Opponent:

Över lag är språkhanteringen bra. Vi har endast upptäckt ett fåtal stavfel, som förmodligen är skrivfel, vilket är mycket bra! Listan nedan är endast förslag till ändringar från vår sida.

- S. 4 Konstig mening: *...ett sätt är att söka finna kopplingar...* bör vara *...ett sätt är att söka och finna kopplingar...* (4:e stycket)
- S. 6 Otydlig uppräknig (6:e stycket)
- S. 7 Konstig mening: *...att erbjuda dessa sina gamla kunder...* bör vara *...att erbjuda dessa till sina gamla kunder...* (1:a stycket)
- S. 8f Konstig mening: *...sättet dotterbolagen styrts med...* bör vara *...sättet dotterbolagen styrts på...* (8:e stycket)
- S. 9 *...förändringarna...* bör vara *...förändringar...* (4:e stycket)
- S. 9 *...verkligheten...* bör vara *...i verkligheten...* eller *...verkligen...* (4:e stycket)
- S. 10 *...sådana...* kommatecknet bör tas bort (6:e stycket)
- S. 10 *...vägval...* kommatecknet bör tas bort (7:e stycket)
- S. 11 *...verksamheter*, kommatecken bör tas bort (8:e stycket) Felet kommenteras inte vidare.
- S. 19 *...produkt positionering...* är detta verkligen inte ett ord på svenska trots att det härstammar ur engelskans *produkt positioning*? (1:a stycket)
- S. 23 Upprepning av *flertal* som kan undvikas (6:e stycket)
- S. 23 *...behållit kvar...* bör vara *...hållit kvar...* eller *...behållit...* (6:e stycket)
- S. 24 *...föregående...* bör vara *...föregående...* (1:a stycket)
- S. 24 *...varit utformat för...* bör vara *...varit utformad för...* (4:e stycket)
- S. 26 *För att kunna slutligen...* bör vara *För att slutligen kunna...* (4:e stycket)
- S. 27 *...möjliggör den...* två mellanslag, ett skall bort (2:a stycket)
- S. 28 *...till dina dotterbolag...* skall förmodligen vara *...till sina dotterbolag...* (9:e stycket)
- S. 31 (*< 33% av rösterna*). Skall det verkligen inte vara större än? (2:a stycket)
- S. 31 *...mera...* bör vara *...mer...* (8:e stycket)
- S. 47 *...denna svenska marknaden...* bör vara *...den svenska marknaden...* (4:e stycket)
- S. 51 *Att en koncentration...* bör vara *Att en koncentration...* eller *Att koncentrationen...* (2:a stycket)
- S. 54 Två raders mellanrum mellan 2:a och 3:e stycket
- S. 56 Två raders mellanrum mellan 1:a och 2:e stycket
- S. 58ff Källorna borde ordnas i bokstavsordning

OPPOSITION

Uppsats: Internationaliserings processen – en studie av två västsvenska textil företag i England.

Författare:

Handledare:

Opponent:

Datum: 1997-09-18

1. ARBETETS PRINCIPIELLA UPPLÄGGNING

Eftersom vi som opponenter själva skrivit vår kandidatuppsats inom internationell marknadsföring, måste vi säga att vi tycker att det är ett intressant ämnesval.

Vi kommer i detta avsnitt att granska uppsatsens olika delar. Inledningsvis kan vi poängtera att nivån på uppsatsen inte finns angiven på framsidan. Titeln motsvarar visserligen det uppgivna syftet, vi anser dock att uppsatsen mer är en beskrivning av två textilt företags befintliga exportverksamhet i England än hur internationaliseringsprocessen fungerar.

1.1 Bakgrund och syfte

I inledningen undrar vi om det är författarens egna åsikter och antaganden eller om det finns källor som hon kan stödja sitt resonemang med. Författaren skriver i inledningen att "många författare inom marknadsföring hävdar att ett företags internationalisering sker enligt ett speciellt mönster", dvs att företag börjar med att exportera till närbelägna marknader för att därefter utvidga området successivt. Det hade varit på sin plats att hänvisa till några källor för att styrka detta påstående, exempelvis Molnár (1992, sidan 30). Speciellt med tanke på att författaren inte utvecklar ämnet i teorin, men ändå drar slutsatser utifrån påståendet.

Vad avser syftet anser vi att författaren snarare beskriver de undersökta företagens exportverksamhet i England än deras internationalisering. Vi anser därmed att syftet exempelvis kan ändras till: Syftet med denna uppsats är att beskriva två västsvenska textilt företags exportverksamhet i England. För övrigt bör inte metodåttar behandlas i syftet. I metodavsnittet på sidan 27 under "Min målpopulation" säger författaren dessutom att företagen skall ha varit etablerade på den engelska marknaden under en längre period. Det sistnämnda går enligt vår mening stick i stäv med syftet.

Vi saknar i kapitlet en uttömmande problemdiskussion och en problemformulering som förklarar varför författaren vill fokusera undersökningen på motiv, tillvägagångssätt och marknadsföring. Vi tycker också att kapitlet kan innehålla ett avsnitt med perspektiv och relevans där författaren, till exempel talar om att uppsatsen skrivs utifrån ett företagsekonomiskt och speciellt marknadsföringsinriktat perspektiv samt för vem uppsatsen är avsedd för och på vilket sätt den är relevant.

Uppsatsens avgränsningar är enligt vår mening något torftiga. Det borde finnas fler avgränsningar eftersom det finns ett antal intressanta infallsvinklar som inte berörs. Författaren berör till exempel inte handelsrestriktioner såsom politiska och legala aspekter, kulturella faktorer inverkan eller företagets finansiella situation. Ytterligare en avgränsning som saknas är att författaren endast studerar företag med textila produkter. Det saknas även en förklaring till varför författaren väljer att endast studera två företag. Lekvall & Wahlbin (1987) beskriver att det finns två olika typer av avgränsningar, sådana som avser det sakliga innehållet i undersökningen och sådana som görs av tids- och kostnadsskäl. Avgränsningar för att allokera fältinsatserna och sakliga avgränsningar för att välja bort ett antal frågeställningar som skulle kunna tas med.

1.2 Referensram, undersökningsmodell och problemanalys

Det här kapitlet upplever vi, som läsare och opponenter som rörigt och ologiskt i sin struktur. Till att börja med bör rubrik 2.1 lämpligen byta namn till ingress eller helt tas bort eftersom vi antar att de efterföljande teorierna tillhör referensramen. Beträffande undersökningsmodellen som presenteras under 2.2 kommer den något abrupt och vi förstår inte vad som ligger till grund för den eller det efterföljande teoriavsnittet. Det här kan böttna i att det inte finns någon problemdiskussion och problemformulering som ger uppsatsen en struktur och motiverar valet av litteratur och teoretiska innehåll. Vi undrar också vad som menas med effekter, varför pilarna i modellen går som de gör och vad "tillvägagång" innebär. Pilarna i denna modell skiljer sig även mot de modeller som tas upp på ett senare stadie i arbetet.

Kapitlets källbehandling tar vi inte upp här, utan behandlar ämnet i en separat punkt nedan. Nämnas bör dock att vi finner källhanteringen något undermålig, vilket får till följd att referensramen tappar i substans och trovärdighet. Vi finner det även något förvirrande att författaren tar upp segmentering, distribution och produktlivscykeln på olika ställen. På sidan 17 finns en underrubrik som heter internationaliseringsprocessen, vilket vi tycker är något underligt eftersom hela arbetet går ut på det enligt uppsatsens titel. Det specifika avsnittet handlar snarare om olika distributionsformer. Vi anser dessutom att författaren kunde inta en mer kritisk hållning till källmaterialet och i större grad jämföra olika författares ståndpunkter.

Vi är något undrande inför varför författaren inte tagit upp att det finns flera olika sätt att beräkna marknadspotentialen på, sidan 14 till 16 uppvisar endast produktlivscykeln för att beräkna efterfrågan. Whittingtons (1992) som författaren själv använder som grund tar upp ett flertal metoder

I enlighet med författaren anser vi att det är viktigt med strategier vid utlandsetablering, men vi förstår inte varför författaren har valt att hänvisa till Whittingtons (1996) modell "generiska perspektiv på strategi", varför hon satt den under "tillvägagång" eller vad hon vill få ut av det. Vi har dessutom en annan syn på syftet med Whittingtons (Ib.) modell än författaren, vilket vi går närmare in på under punkten för källbehandling.

Kapitlet skall även innehålla en problemanalys enligt författaren, men vi kan inte se att det finns någon eller att författaren på objektivi sätt analyserar sin referensram. Författaren presenterar dessutom inte några tidigare studier inom området, trots att vi själva vet att det förekommer ett antal liknande studier som kunde varit relevanta i sammanhanget.

1.3 Metod

Författaren skriver att hon har en hermeneutisk forskarsyn eftersom hon främst har för avsikt att öka sin förståelse inom problemområdet. Hon avser att studera problemet som en helhet samt de ingående delarna för att få en så bra förståelse som möjligt av problemområdet. För det första har vi svårt att identifiera vari problemet består, eftersom det inte är klart definierat. När det gäller helheten och de ingående delarna i helheten undrar vi om författaren verkligen intar en helhetsbild över internationaliseringsprocessen för de två svenska textilföretag på den engelska marknaden hon valt att undersöka. Enligt vår mening har hon snarare undersökt ett relativt smalt område, där hon valt ut vissa specifika delar att studera närmare.

Författaren menar att hon använder sig av en induktiv ansats, genom att studera olika teorbildningar som tillsammans med undersökningsobjekten ligger till grund för hennes förståelse. Hur författaren kommer fram till detta förstår vi inte speciellt med tanke på att det inte finns någon redogörelse för vad som karakteriserar induktiv ansats och alternativa ansatser. Vi anser dock att det är mer troligt att använder sig av en deduktiv ansats, eftersom författaren enligt vår uppfattning utgår från teorin när hon närmar sig empirin. Hon sätter upp sin modell, bygger sin referensram och håller sig fortsättningsvis relativt strikt till den struktur hon bygger upp, även i intervjuguiden. Deduktiv ansats stämmer även bättre överens med det Robert M. Pirsig (1988) illustrativt beskriver på sidan 98 i sin bok "Zen och konsten att sköta en motorcykel", om skillnaderna i vad som är induktivt och deduktivt resonemang.

"De induktiva resonemangen börjar med observationer av motorcykeln och leder fram till allmänna slutsatser. Till exempel - om motorcykeln gör ett skutt i ett gupp och motorn hackar till, och sedan hoppar till i ett annat gupp och motorn hackar till, och sedan hoppar till i ett annat gupp och motorn hackar till igen, och man sedan kör en lång sträcka på slät och bra väg och motorn spinner som en katt och man sedan hoppar till i ett fjärde gupp och motorn hackar till igen, då kan man logiskt sluta sig till att feltändningarna beror på guppen. Detta är induktiv logik, att resonera sig fram till allmänna sanningar utifrån speciella erfarenheter.

Det deduktiva resonemanget går i rakt motsatt riktning. Här börjar man med en allmän kunskap och förutsäger en speciell iakttagelse. Om man till exempel, efter att ha studerat den faktahierarki som gäller för motorcykeln, vet att signalhornet drivs av elektriciteten från batteriet, då kan man härav dra den logiska slutsatsen att om batteriet är slut, så fungerar inte heller signalhornet. Deduktiv logik."

Författaren hävdar också att hennes forskningsansats för undersökningen är explorativ fram till fallbeskrivningen och därefter deskriptiv. Vi som opponenter anser dock att författaren möjligtvis har en explorativ undersökningsansats i inledningsskedet men att den övergår i till deskriptiv karaktär när författaren beskriver teorierna som sedan ligger till grund för undersökningen. Det hade dessutom varit trevligt om vi kunnat spåra den omfattande litteraturstudien i teorikapitlet.

På sidan 25 nedersta stycket står det att läsa att författaren använder sig av både primär- och sekundär data för att utarbeta en teoretisk modell över problemområdet. Vi kan dock inte finna att författaren utarbetat någon teoretisk modell, eller är det uppsummeringen av den teoretiska referensramen på sidan 22 som avses.

Vidare menar författaren att kvalitativa data samlas in när man är intresserad av att "gå på djupet" i en undersökning, osv. Är det inte så att kvalitativa undersökningar innebär att den som gör undersökningen samlar in, analyserar och tolkar data som inte kan kvantifieras på ett meningstutt sätt. Författaren påstår också att hon inte har möjlighet att utgå från någon färdig

mall eller modell, vilket skulle behövas för kvantitativa studier. Vi anser dock att författaren har en relativt färdig modell till grund för sin undersökning, den dyker till och med upp före den teoretiska referensramen i uppsatsen.

Efter avsnittet om kvantitativ och kvalitativ data hamnar rakt in i Figur 3.1 som handlar om urvalsprocessen. Visserligen skulle det vara trevligt med en liten inledning till figuren, men samtidigt är den relativt onödig att ta med eftersom författaren använt sig av bedömningsurval. Kanske är det mer försvarbart att ha med figuren om man väljer att göra en kvantitativ studie. Vi anser det även onödigt att över huvudtaget ta upp att det fanns en övertäckning vid urvalet. Författaren kunde lätt motiverat urvalet genom att sätta upp vissa kriterier och slutat att söka när hon funnit det antal hon ville och hade möjlighet att undersöka.

1.4 Fallstudie

Kapitlet följer i stort sett samma indelning som teoriavsnittet, vilket är bra eftersom det underlättar för läsaren. Rubrik 4.1.2 "Marknadskommunikation" sidan 35 bör dock byta namn till "Marknadsföring", rubrik "Påverkan" på sidan 37 bör heta "Marknadskommunikation" och rubrik "Pris" på sidan 38 bör heta "Prissättning" för att följa uppsatsens övriga rubrikuppläggnig.

Författaren skriver mycket om anpassning av produkten och produkterbjudandet i teoriavsnittet, trots det framgår det inte klart i fallbeskrivningen huruvida Eton anpassar sina produkter. Vi tänker då på mått, färger och design. Av tidigare erfarenheter vet vi att till exempel klädstorlekar skiljer sig mellan Sverige och Storbritannien, får detta några följder i de undersökta företagen. Det framgår inte heller om och i så fall hur företagen anpassar sortiment efter marknad.

Vi frågar oss också vad författaren menar med påståendet "Eton vill att företaget skall upprätthålla en hälsosam utveckling och skall därför försöka medverka till att denna livscykel blir inte blir så omfattande som tidigare". Har Etons produkter en ohälsosamt lång livscykel och varför är det ohälsosamt i så fall? Motivera!

Första stycket under rubriken "Marknads- potentialen och efterfrågan" på sidan 38 hör snarare hemma under rubriken "Positionering" på sidan 39.

Under rubriken "Segmentering" på sidan 39 skriver författaren att Eton antar en exklusiv segmenteringsstrategi eftersom de bara säljer till exklusiva försäljningsställen. Vi känner inte igen exklusiv segmenteringsstrategi från teorin, avses möjligen det som kallas för koncentrerad marknadsföringsstrategi på sidan 7. (I så fall borde det enligt vår mening ha diskuterats under marknadsföringsavsnittet för att vara konsekvent.) Denna strategi går ut på att marknadsföringen anpassas efter ett utvalt segment, vilket verkar vara fallet med Eton.

Författaren skriver att Tenson inte haft förtjänst och vinstfördelar som motiv för export till England. Vi ställer oss något frågande inför att helt okritiskt skriva att företaget inte har förtjänst och vinstsyfte, eftersom författaren samtidigt skriver att företaget har outnyttjad produktionskapacitet och kan uppnå skalfördelar genom att exportera till fler länder. Företaget har också ett starkt behov av tillväxt enligt författaren. Tillsammans borde det här mynna ut i vinst och förtjänstintresse. I teorin saknar vi en diskussion kring just behovet av tillväxt som

motiv för export, Ansoffs fyrfältsmatris som belyser typstrategier för tillväxt kunde t.ex. ha använts.

Slutligen förstår vi inte varför författaren tar upp just de effekter som hon gör i sina sammanfattningar över respektive företag på sidorna 40 och 46. Varför väljer författaren att skriva att effekten för Eton är "tydlig produkt och klar positionering", medan Tensons effekt är "10 procent avsättning i England av den totala exporten, svårt att växa p.g.a. förutsättningar på den engelska marknaden"?

1.5 Komparativ analys

Den komparativa analysen är också indelad efter samma mönster som resten av uppsatsen, men rubrik Påverkan/Promotion bör heta Marknadskommunikation för att vara konsekvent. Författaren gör här ett ambitiöst försök att verkligen jämföra teori med empiri. Tyvärr dras intrycket ner beroende på dålig referensram och källhantering. Analysen innehåller flera påståenden från olika författare, påståenden som vi inte kan finna i teorikapitlet. Exempelvis på sidan 48 andra stycket där Chinkota & Ronkainen (1990) säger att de europeiska länderna i stort sett automatiskt påbörjar sin export till grannländerna p.g.a. den geografiska lättillgängligheten. På sidan 49 andra stycket skriver författaren att Eton inte följer gängse marknadsföringslitteratur då de har sin största marknad i England och inte på hemmamarknaden. Vi kan inte finna resonemanget i det avsnitt som författaren menar ligger till grund för analysen, sidorna 7-9.

Vi undrar också vad som avses på sidan 50 första stycket med Rita Mårtenssons resonemang som leder fram till att Eton upplever att deras främsta uppgift på marknaden är att bevara det unika i sina produkter? Det vi kan finna av Rita Mårtensson i teorikapitlet är endast två figurer, Figur 2.3 "Avgörande faktorer vid produkt differentiering" och Figur 2.5 "Faktorer som påverkar promotion anpassningen". Det här är endast några exempel eftersom det skulle ta alltför stort utrymme i oppositionen att redogöra för alla oklarheter. Därför anser vi att författaren bör se över sina referenser i teorikapitlet så att läsaren kan få klarhet i ursprunget till alla påståenden i analysen. Författaren bör även vara noga med att alla resonemang i analysen är väl grundade i teorin, som det nu är hänger alltför mycket i luften.

På samma sätt förekommer det beskrivningar över företagen som inte finns nämnda i fallstudien. Exempelvis på sidan 50 första stycket där Tensons försäljningsrepresentants bakgrund beskrivs.

På sidan 50 i analysen refereras till författaren Paliwolda (1994) för första gången i hela uppsatsen. Enligt vår mening är det helt fel att ta in författare i analysen som inte finns med i teorikapitlet.

Sidan 47 längst ner talar författaren om pull- och pushstrategier samtidigt som hon går in på proaktiva och reaktiva motiv. För det första förknippar vi pull- och pushstrategier med hur företag marknadsför sina produkter och tjänster, dvs om de skapar ett "efterfrågesug" eller trycker ut produkterna genom kanalen. För det andra har vi i teorikapitlet uppfattat det som att pull- och pushfaktorer snarare drar ut respektive trycker på företaget att börja exportera. Vi anser att författarens hantering av dessa uttryck är något förvirrande. Författaren skriver även

på sidan 49 tredje stycket att Eton använder pullstrategier när de segmenterar marknaden, hur gör de då?

Vi undrar vad författaren menar när hon överst på sidan 49 skriver att Eton inte differentierar sin prissättning i och med att de tillämpar fast prissättning i handeln mellan Sverige och England? Fast prissättning för att underlätta valutahantering och differentierad prissättning har inget samband enligt vårt sätt att se på saken.

Under rubrik "Produkten" på sidan 49 säger författaren att 30 procent av Etons totala export går till England vilket motsvarar 30-35 miljoner kronor. Vi undrar om allt Eton omsätter går på export eftersom beloppet grundas på hela omsättningen. Författaren skriver här att 10 procent av Tensons totala produktion exporteras till England medan det på sidan 41 i fallstudien anges att det är 10 procent av exporten.

På sidan 52 handlar hela andra stycket om Tenson, men i sista meningen kommer helt plötsligt Eton in i sammanhanget. Därför undrar vi om författaren egentligen avser Tenson i meningen eller om den skall höra till stycket nedanför som berör Eton. Samma fenomen finns på sidan 55 fjärde stycket där första meningen handlar om Eton, men resten av stycket om Tenson. Skall den meningen tillhöra stycket ovanför eller är det en felskrivning?

Till sist anser vi att författaren med fördel kan ta bort citatet på sidan 53 andra stycket eftersom det inte tillför uppsatsen något utan bara misskrediterar Tensons marknadsansvarige.

1.6 Slutsatser

Det första vi reagerar på i kapitlet är att författaren försöker sig på att generalisera slutsatserna trots att hon i metodkapitlet uttryckligen säger att hon inte har för avsikt att göra det. För övrigt är fallstudier ingen lämplig undersökningsmetod om författaren är ute efter att dra generella slutsatser. Vi förstår inte vad slutsatsen sist på sidan 56 blev egentligen.

Under rubrik 6.2 "Marknadsföring på internationella marknader" drar författaren slutsatsen att företag inte finner det motiverat att göra marknadsundersökningar inför nyetablering på en exportmarknad. Vi förstår inte hur författaren kom fram till denna slutsats eftersom det inte har talats ett ord om marknadsundersökningar tidigare i uppsatsen. Vidare finner vi det märkligt att hon inte kan dra en enda slutsats om anpassning av marknadsföringsmix till en lokal produkt, distribution, prissättning och marknadskommunikation som hon tar upp i teori, fallstudie och analys under detta avsnitt.

Vi har också några funderingar kring slutsatserna under punkt 6.3 "Tillvägagång". Det har enligt vår mening inte klart framgått i fallstudien att Tenson anser att England är en marknad med låg lönsamhet, bara att de måste ta ut ett lägre pris på sina produkter och att de har begränsade distributionsmöjligheter. Vi menar att det inte automatiskt behöver betyda låg lönsamhet. På vilket sätt innebär valet av distributionskanal ett lågt risktagande för Tenson? Författaren har till exempel inte gått in på hur betalningar hanteras. Vi tänker då på om mellanhanden har fullt betalningsansvar eller om slutkunden faktureras direkt av Tenson. Dessutom undrar vi om Tenson verkligen har svårt att finna andra lämpliga exportmarknader eftersom de idag bara är koncentrerade till några få länder i Europa.

Författaren drar slutsatsen att Eton har en stark position på den engelska marknaden, men att positionen kan uppfattas som ganska känslig och sårbar. Vi tycker att författaren bör motivera denna slutsats och tala om var denna sårbarhet består.

Till sist undrar vi vilken tes som författaren talar om i slutet på sidan 58. På vilket sätt framgår tesen klarare i generell strategilitteratur som den av Whittington (1996).

2. FORMELLA SYNPUNKTER

Under formella punkter kommer vi ta upp språklig bedömning, bedömning av innehållsförteckning, layout, disposition och övrigt.

2.1 Språklig bedömning

Språkligt är uppsatsen ojämn i kvaliteten, stundtals flyter språket bra men allt för ofta förekommer meningsbyggnadsfel och stavfel. Vi ämnar inte att ta upp alla stavfel och meningsbyggnadsfel utan nöjer oss med att ge några exempel och råda författaren att språkgranska uppsatsen grundligt.

Exempel på meningsbyggnadsfel och dylikt finns i: sista meningen i 3:e stycket på sammanfattningens första sida; första meningen på andra sidan i sammanfattningen; första meningen 3:e stycket sidan 7; tredje meningen stycke 3 sidan 17; andra meningen 1:a stycket sidan 30.

Exempel på stavfel: ordet driterier 6:e raden första stycket, 5:e raden 2:a stycket ordet företget och ordet so på 7:e raden i tredje stycket på sammanfattningens första sida. Det finns ett antal fler stavfel, men ett av de allvarigare är det som förekommer i citatet på sidan 54. Stavfelet *ulandsmarknad* ger en helt annan betydelse än det korrekta ordet *utlandsmarknad*, vilket finns på sidan 47 Molnár (1992).

Utöver det finns det dubbla mellanslag, saknade mellanslag och punkter och kommateringar som är ute och flyger. Det förekommer även felaktig hantering av ord som skall vara sammansatta och ord som inte skall vara sammansatta. Författaren använder även stor och liten

bokstäver på ett felaktigt sätt. Exempelvis på sidan 39 fjärde stycket "skandinaviska" och "västeuropa" skall stavas med stort S och V och "Skandinaviska", "Västeuropeiska", "Holländska" och "Tyska" på sidorna 47 och 48 skall ha små bokstäver.

Det förekommer också inkonsekvent och ibland felaktig hantering av förkortningar. Exempelvis pga, sidan 5 och 58, och p g a, sidan 36, och dessutom är pga felaktigt och skall vara p.g.a. eller p g a. Författaren har även förkortat bland annat som b la, sidan 1 och 35 och till exempel som tex och t ex på sidan 11, osv.

Konstiga uttryck som inte är förklarade är exempelvis minimalism sidan 36, A-nationerna sidan 35. På sidan 3 (och 58) säger författaren att teorierna i referensramen grundar sig på nominativa antaganden, nominativ betyder ordklass, menar författaren möjligen normativa? Dessutom undrar vi vad författaren menar på sidan 5 andra stycket med en voluntär grund? Svenska Akademiens ordlista kan vi endast finna voluntarism som betyder läran om viljan

såsom tillvarons grundval och volontär som betyder frivillig, oavlönad nybörjare. Ett annat ord som används fel är tillvägagång, denna böjning finns inte utan bör skrivas att gå tillväga, tillvägagående eller tillvägagångssätt.

I övrigt bör författaren undvika att använda sig av "man" om det inte gäller gemene man. Speciellt med tanke på att det är svårt att veta vem som är man när det förekommer fler gånger i en och samma mening och inte klart framgår av sammanhanget. Exempel sidan 7 tredje stycket "Det är vanligt att man vid internationell marknadsföring väljer man att samordna denna mellan länderna och i så stor utsträckning som möjligt använder liknande marknadsföringsmetoder mellan länderna."

2.2 Bedömning av innehållsförteckning, layout och disposition

Innehållsförteckning är till huvuddelen föredömlig, men vi anser att källförteckningen kunde ha ett eget kapitelnummer med underrubriker. Dessutom borde tabellförteckning och figurförteckning presenteras i samma utformning som övrig innehållsförteckning. Vi saknar tabellformatering och källa för företagspresentationerna på sidan 34 och 41, vilket har till följd att tabellerna saknas i innehållsförteckningen. Det saknas även källa figurerna på sidan 2, 40 och 46.

Layouten och dispositionen får godkänt, förutom att rubrikformatering och styckehantering är inkonsekvent genom hela uppsatsen, författaren använder exempelvis både mellanslag och radbrytning för nytt stycke. De flesta ordbehandlingsprogram har formateringsmall som med fördel kan användas för att undvika den här typen av irritationsmoment.

2.3 Övrigt

Författaren använder genomgående England som målmarknad i uppsatsen. Vi undrar om företagen endast säljer sina produkter i provinsen England eller om författaren menar Storbritannien. Om det sistnämnda är fallet bör det framgå inledningsvis att England används synonymt med Storbritannien. För övrigt existerar inte Väst- och Östtyskland längre, varför kartan på framsidan med fördel borde uppdateras, även om den är väldigt snygg i färg.

~~För att få en ökad förståelse för England som marknad anser vi att författaren kunde lyfta fram~~
~~Englands särdrag mer, särskilt med tanke på att hon enbart behandlar det område. Det hade~~
också varit intressant att få en uppfattning om förhållandena på den svenska marknaden och hur mycket som totalt exporteras för bättre kunna ta ställning till det som framkommer om den engelska marknaden.

3. KÄLLBEHANDLING

Vårt avsnitt för källbehandling är något omfattande, men vi anser att det är nödvändigt då vi funnit ett antal allvarliga brister. Den källbehandling som förekommer är inkonsekvent, grovt bristande i hänsyn till källan och behandlas på ett inkorrekt sätt.

Om vi börjar med källförteckningen refereras källorna på olika sätt, vissa endast med efternamn, andra med både för- och efternamn och några med initialer. Vi vill i sammanhanget

även påpeka att Ronkainens första initial är I och inte A eftersom förnamnet är Ilkka. Vidare saknas förlag för flera av källorna. Sten Söderman är dessutom redaktör för *Exporthandboken – strategier för små och stora företag*, vilket bör framgå i källförteckningen. För alla artiklar saknas sidhänvisning och för ett antal saknas även titel. Vi kan för övrigt inte finna att författaren hänvisat till de upptagna artiklarna i uppsatsen.

Vid jämförelser mellan källhantering i uppsatsen och källförteckningen, finns det även här skiljaktigheter. Exempelvis hänvisar författaren på sidan 27 till Patel R, Davidsson B, 1991. "Forskningsmetodikens grunder" men i källförteckningen heter boken "Att planera, genomföra en undersökning". Forskningsmetodikens grunder. Vi råder författaren att grundligt se över sina referenser. Därutöver använder författaren sig av både fotnoter och referenser direkt i texten. Behandlingen av referenser är överlag inkonsekvent och stundtals saknas referenser över huvudtaget. Det blir genom en dålig källhantering svårt för läsare av uppsatsen att följa resonemanget och utvärdera analysen.

Författaren har därutöver inte använt sig av ett formellt korrekt sätt vid citat- och figurreferenser. Majoriteten av figurerna och tabellerna är modifierade eller omarbetade och saknar liksom citat sidhänvisningar. Det bör i respekt till källan enligt vår mening framgå om en figur eller tabell på något sätt är modifierad. På sidan 53 i "första" stycket finns ett citat insprängt utan att det framgår vem som citeras.

Vi råder författaren att exempelvis använda Wiedersheim-Paul och Erikssons bok, *Att utreda, forska och rapportera* (1994), som på sidorna 112-117 på ett utmärkt sätt tar upp hur källor bör hanteras. Vidare har biblioteket vid Högskolan i Borås givit ut en formidabel "lathund" för hur källor kan hanteras.

I och med att författaren har mycket bristfällig källhänvisning i teoriavsnittet är det svårt för oss som opponenter att avgöra varifrån författaren hämtat materialet. Genom att vi är förtrogna med ämnet har vi dock kunnat identifiera en del av källmaterialet. Vi kan därför utöver ovanstående brister peka på att författaren enligt vår mening även misstolkat och förvrängt vissa källor. Exempelvis finns inte Figuren 2.2 på sidan 7 presenterad i Czinkota och Ronkainens bok *International Marketing* (1995) och vi är tveksamma till att de presenterat figuren i 1990-års upplaga. I bokens kapitel om "product adaption" finns produktlivscykeln inte nämnd över huvud taget, varför vi frågar oss om det är en synes med andra författares teorier eller egna antaganden. Vi kan inte heller finna att Czinkota och Ronkainen (Ib.) tar upp förlängning av produktlivscykeln som ett reaktivt motiv. Tabell 2.1 innehåller även den felaktigheter då de två sista punkterna erfarenhet och utbildning och internationalisering inte är medtagna i Czinkota och Ronkainens (Ib.) tabell på sidan 220, däremot finns likartade punkter presenterade i en annan tabell på sidan 221. Figur 2.4 saknar beteckningar för axlarna och rubriceringen är förvanskad.

På sidan 13 finns en modifierad modell av Molnárs modell för marknadsval och marknadsanalys, där författaren menar att modellen beskriver hur företag stegvis går till väga för att välja lämpliga målmarknader. Enligt Molnár sidan 30 är det snarare ett exempel på hur företag kan gå till väga och inte en generell sanning. Författaren borde även nämnt att syftet med modellen är att successivt, rationellt och kostnadseffektivt välja ut lämpliga exportmarknader när företag vill expandera på den internationella marknaden. Vi anser även att författaren använder modellen på ett felaktigt sätt i fallstudien och analysen, eftersom non

hanterar den som en fortlöpande process och mall för att beskriva företagens befintliga exportverksamhet.

Tabell 2.2 är ett sammandrag av de variabler Molnár (1992) tar upp under sitt segmenteringsavsnitt, sidorna 44-45, och bör därför inte hänvisas som en tabell utan att det framgår att det är ett sammandrag.

Slutligen anser vi att författaren totalt har misstolkat Whittingtons (1996) modell och dess syfte. För det första fattas det komponenter i Figur 2.10 såsom att den horisontella axeln representerar olika sätt för strategiprocessens tillkomst. Det författaren benämner "förtjänst" bör lämpligen kallas "resultat" och "andra icke ekonomiska faktorer" skall vara att det finns "pluralistiska" mål. Whittington (ib.) menar i det senare fallet att målet med strategier inte enbart behöver vara att uppnå vinstmaximering. Författaren av uppsatsen anser i sammanhanget att företag har fyra strategier att välja mellan medan Whittington (ib.) anser att det snarare är fyra perspektiv eller synsätt att hantera strategier utifrån. Det är med andra ord inte fråga om fyra olika strategier utan mer hur beslut fattas och i vilken grad företag anser sig kunna planera och genomföra strategier samt hur de ser på målet med sina strategier.

Om det inte varit så att vi sedan tidigare varit bekanta med delar av den litteratur författaren använt är det inte säkert att vi uppmärksammat den felaktiga hanteringen av dessa källor. Trots att med dessa brister ställer vi oss frågande inför hur den litteratur vi inte är bekanta med har behandlats.

4. SLUTOMDÖME

Författaren har säkert haft höga ambitioner och goda intentioner med uppsatsen. Vi tycker att författaren håller sig till de områden hon valt och inte svävar ut för mycket.

Tyvärr blir intrycket negativt eftersom uppsatsen innehåller flera allvarliga brister, vilket framgår av kritiken ovan. Det som är svårast för oss som opponenter att hantera är att problem och frågeställningar inte framgår tydligt. Genom denna avsaknad kan vi inte ta ställning till om hon svarat på det hon avsett. Vi kan därmed inte heller avgöra varför hon valt just dessa teorier och bedöma om det är ett relevant urval. För övrigt anser vi att det finns potential i uppsatsen om författaren till sig av kritiken och omarbetar delar av materialet. Vi bifogar en tänkvärd checklista utformad av Rubenowitz, (1980) i boken "Utrednings- och forskningsmetodik" som delvis kan vara till hjälp.

I den utformning uppsatsen presenteras idag är det svårt att finna något vetenskapligt värde, vissa brister visar dessutom att författaren inte till fullo behärskar generella marknadsföringsbegrepp, källhantering och undersökningsmetodik.