

---

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

---

Περιεχόμενα.....	1
Περιεχόμενα Πινάκων.....	10
Περιεχόμενα Σχημάτων.....	14
Εισαγωγή.....	17

### **1ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΡΙΣΜΟΙ, ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ**

1.1 Ορισμοί της κουλτούρας.....	20
1.2 Γενικές έννοιες της κουλτούρας.....	25
1.3 Τα στοιχεία της κουλτούρας και του πολιτιστικού περιβάλλοντος.....	30
1.3.1 Η Κοινωνική Οργάνωση.....	31
1.3.2 Οι Κοινωνικές Ομάδες Αναφοράς.....	32
1.3.3 Η Χρονική Ακρίβεια.....	33
1.3.4 Οι Εθνικές Ομάδες ή Φυλές.....	35
1.3.5 Το Φαγητό και ο Τρόπος Προετοιμασίας του.....	36
1.3.6 Οι Αισθητικές Αντιλήψεις (Aesthetics).....	37
1.3.7 Τα Έθιμα και οι Παραδόσεις.....	41
1.3.8 Η Επικοινωνία.....	43
1.3.9 Το Εκπαιδευτικό Σύστημα.....	46
1.3.10 Η Κοινωνική Τάξη και Δομή.....	51
1.3.11 Οι Κανόνες Ηθικής.....	54

1.3.12 Η Γλώσσα.....	54
1.3.13 Η Θρησκεία.....	68
1.3.14 Οι Αξίες και η Συμπεριφορά.....	89
<b>ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ.....</b>	<b>92</b>

## **2ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ** **Η ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΩΝ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΤΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ**

2.1 Προσεγγίσεις στη διοίκηση των διαφορών της κουλτούρας.....	95
2.2 Στρατηγικές διοίκησης των διαφορών της κουλτούρας.....	100
2.2.1 Χτίσιμο μιας Διεθνώς Ισχυρής Οργανωσιακής Κουλτούρας.....	101
2.2.2 Ανάπτυξη μιας κοινής τεχνικής ή επαγγελματικής κουλτούρας παγκοσμίως.....	107
2.2.3 Στήριξη σε ισχυρά χρηματοοικονομικά (ή σχεδιαστικά) συστήματα.....	110
2.2.4 Οι κουλτούρες θα πρέπει να αφήνονται ήσυχες.....	114
<b>ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ.....</b>	<b>116</b>

## **3ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ** **ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ, ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΠΟΥ ΑΣΚΕΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ**

3.1 Εισαγωγή.....	119
3.2 Η φύση της Διοίκησης Ανθρωπίνων Πόρων (ΔΑΠ).....	120
3.3 Η στρατηγική σημασία της ΔΑΠ.....	121
3.4 Οι ανάγκες για προσωπικό, μιας επιχείρησης που ασκεί διεθνείς επιχειρηματικές δραστηριότητες.....	124

3.5 Η φιλοσοφία των προσλήψεων.....	125
3.6 Η στρατολόγηση και η επιλογή του προσωπικού.....	128
3.6.1 Η στρατολόγηση στελεχών.....	130
3.6.2 Η επιλογή στελεχών.....	131
3.6.3 Η επίδραση της κουλτούρας στα στελέχη που εργάζονται σε μία ξένη χώρα.....	132
3.7 Η εκπαίδευση και η ανάπτυξη του προσωπικού.....	135
3.8 Η αξιολόγηση της απόδοσης του προσωπικού.....	138
3.9 Η αμοιβή του προσωπικού.....	140
3.10 Η διατήρηση των στελεχών της επιχείρησης.....	142
3.11 Οι εργασιακές σχέσεις.....	143
<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ.....</b>	<b>146</b>

**4ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ**  
**ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ, ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΠΟΥ**  
**ΑΣΚΕΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ**

4.1 Τα χρηματοοικονομικά ζητήματα στο διεθνές εμπόριο.....	148
4.2 Η επιλογή του κατάλληλου νομίσματος.....	148
4.3 Ο έλεγχος της φερεγγυότητας του αγοραστή.....	149
4.4 Η μέθοδος πληρωμής των συναλλαγών.....	150
4.5 Οι όροι χρηματοδότησης.....	156
4.6 Η διοίκηση του κεφαλαίου κίνησης.....	157
4.7 Τρόποι αξιολόγησης των επενδύσεων.....	158
4.8 Πηγές κεφαλαίου για τις διεθνείς επενδύσεις.....	159
4.9 Κάλυψη του συναλλαγματικού κινδύνου.....	161
<b>ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ.....</b>	<b>162</b>

**5ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ**  
**ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ, ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΠΟΥ ΑΣΚΕΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ**  
**ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ**

5.1 Εισαγωγή.....	165
5.2 Το στρατηγικό περιεχόμενο της διοίκησης παραγωγής.....	167
5.3 Πολυπλοκότητες στη διοίκηση παραγωγής μιας διεθνούς επιχείρησης.....	168
5.4 Η διοίκηση της παραγωγής προϊόντων.....	170
5.5 Οι πόροι μιας διεθνούς επιχείρησης.....	170
5.6 Η επιλογή της τοποθεσίας των εγκαταστάσεων μιας διεθνούς επιχείρησης.....	174
5.7 Τάσεις σχετικά με την επιλογή της τοποθεσίας των εγκαταστάσεων μιας διεθνούς επιχείρησης.....	177
5.8 Τα logistics μιας διεθνούς επιχείρησης.....	178
5.9 Η παραγωγή υπηρεσιών μιας διεθνούς επιχείρησης.....	180
5.10 Τα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών που προσφέρει μια διεθνής επιχείρηση.....	180
5.11 Ο ρόλος της κυβέρνησης στο διεθνές εμπόριο υπηρεσιών.....	182
5.12 Η διοίκηση της παραγωγής των υπηρεσιών μιας διεθνούς επιχείρησης.....	183
ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ.....	185

**6ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ**  
**ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΠΟΥ ΑΣΚΕΙ**  
**ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ**

6.1 Εισαγωγή.....	189
-------------------	-----

6.2 Η πολιτική προϊόντος μιας διεθνούς επιχείρησης.....	189
6.2.1 Το προϊόν μέσα στα πλαίσια του γενικότερου προγράμματος μάρκετινγκ μιας διεθνούς εταιρείας.....	190
6.2.2 Το προϊόν μέσα σε ένα διεθνές περιβάλλον.....	192
6.2.3 Εναλλακτικές στρατηγικές προϊόντος.....	193
6.2.4 Προϊόν και αλλαγές ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες της κάθε αγοράς.....	195
6.2.5 Κριτήρια τμηματοποίησης των αγορών του εξωτερικού.....	197
6.2.6 Η αντιγραφή προϊόντων.....	198
6.3 Η πολιτική διαφήμισης/επικοινωνίας μιας διεθνούς επιχείρησης.....	201
6.3.1 Ο σχεδιασμός της διαφημιστικής εκστρατείας μιας διεθνούς επιχείρησης.....	204
6.3.2 Περιληπτική παρουσίαση των σημαντικότερων στοιχείων της πολιτικής προώθησης μιας διεθνούς επιχείρησης.....	204
6.4 Η τιμολογιακή πολιτική μιας διεθνούς επιχείρησης.....	208
6.4.1 Η σημασία της τιμολογιακής πολιτικής μιας διεθνούς επιχείρησης.....	208
6.4.2 Οι μέθοδοι τιμολογιακής πολιτικής μιας διεθνούς επιχείρησης και οι παράγοντες που την καθορίζουν.....	211
6.4.3 Περιληπτική παρουσίαση των σημαντικών στοιχείων της τιμολογιακής πολιτικής μιας διεθνούς επιχείρησης.....	212
6.5 Η πολιτική διανομής μιας διεθνούς επιχείρησης.....	213
6.5.1 Τα κανάλια διανομής μιας διεθνούς επιχείρησης, στη σημερινή πραγματικότητα.....	213
6.5.2 Τα στάδια επιλογής ενός καναλιού διανομής.....	214

6.5.3 Οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του καναλιού διανομής.....	217
6.5.4 Οι δωροδοκίες και τα δώρα.....	218
6.5.5 Νέες τάσεις και νεωτερισμοί στα κανάλια διανομής μιας διεθνούς επιχείρησης.....	218
6.5.6 Περιληπτική παρουσίαση των σημαντικότερων στοιχείων της πολιτικής διανομής μιας διεθνούς επιχείρησης.....	219
<b>ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ.....</b>	<b>220</b>

**7ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ**  
**Η ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ ΜΕ ΑΤΟΜΑ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ**  
**ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ**

7.1 Εισαγωγή.....	223
7.2 Περιγραφή των χαρακτηριστικών που έχουν ή πρέπει να έχουν οι αποτελεσματικοί διαπραγματευτές.....	223
7.3 Οι εκθέσεις των διαπραγματευτών προς την επιχείρηση.....	226
7.4 Ένα μοντέλο διεθνών διαπραγματεύσεων.....	228
7.5 Μία συγκριτική μελέτη με θέμα τις διαπραγματεύσεις.....	229
7.6 Η εικόνα της εξαγωγικής χώρας και των διαπραγματευτών της.....	231
7.7 Βελτίωση και ενίσχυση της εθνικής εικόνας μιας χώρας.....	233
7.8 Οι διαπραγματεύσεις: μια πολιτιστική πρόκληση για τις Ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις.....	233
7.9 Πρακτικοί κανόνες για τις διεθνείς διαπραγματεύσεις.....	237
<b>ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ.....</b>	<b>239</b>

**8ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ**  
**ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΙΑΠΩΝΙΑΣ ΚΑΙ Η ΠΑΡΟΥΣΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ**  
**ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ**

8.1 Συνοπτική παρουσίαση των κυριότερων στοιχείων της Ιαπωνίας.....	242
8.1.1 Ο χάρτης και η σημαία της Ιαπωνίας.....	242
8.1.2 Γεωγραφικά στοιχεία.....	243
8.1.3 Πληθυσμιακά στοιχεία.....	243
8.1.4 Κυβερνητικά στοιχεία.....	244
8.1.5 Στοιχεία αναφορικά με τις επικοινωνίες.....	246
8.1.6 Στοιχεία αναφορικά με τις μεταφορές.....	246
8.1.7 Στοιχεία αναφορικά με το στρατό.....	247
8.1.8 Στοιχεία που αφορούν διεθνή ζητήματα της χώρας.....	248
8.2 Γενικά οικονομικά στοιχεία της χώρας.....	248
8.3 Συνοπτική παρουσίαση της παρούσας οικονομικής κατάστασης της Ιαπωνίας.....	251
8.4 Δράσεις της Ιαπωνικής κυβέρνησης για τη βελτίωση της οικονομικής κατάστασης της χώρας.....	253
8.5 Οι οικονομικοί στόχοι της Ιαπωνικής κυβέρνησης για το οικονομικό έτος 1998/1999.....	255
8.6 Τα μέτρα έκτακτης ανάγκης της Ιαπωνικής κυβέρνησης όσον αφορά την ανατίμηση του γιέν και την ανάκαμψη της Ιαπωνικής οικονομίας.....	258
ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ.....	259


**9ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ**  
**ΤΑ ΚΥΡΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΙΑΠΩΝΙΚΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ**

9.1 Εισαγωγή.....	261
9.2 Τα κύρια στοιχεία της Ιαπωνικής κουλτούρας.....	262
9.2.1 Οι σύγχρονες παραστατικές τέχνες.....	262
9.2.2 Η μουσική.....	267
9.2.3 Η θρησκεία.....	271
9.2.4 Οι παραδοσιακές τέχνες.....	273
9.3 Μερικά επιπρόσθετα στοιχεία της Ιαπωνικής κουλτούρας.....	277
9.4 Παράθεση των σημαντικότερων πολιτιστικών γεγονότων της Ιαπωνίας.....	281
ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ.....	283

**10ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ**  
**Η ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΙΑΠΩΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ**  
**ΙΑΠΩΝΙΚΗΣ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑΣ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ**  
**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ**

10.1 Εισαγωγή.....	286
10.2 Περιγραφή της Ιαπωνικής αγοράς.....	286
10.2.1 Τάσεις και ευκαιρίες στην Ιαπωνική αγορά.....	286
10.2.2 Ιδιαιτερότητες της Ιαπωνικής αγοράς.....	288
10.2.3 Απαιτητικοί καταναλωτές.....	289
10.2.4 Το υψηλό κόστος διείσδυσης.....	291
10.2.5 Η επιχειρηματική πρακτική - Νοοτροπία.....	293
10.2.6 Εναπομένοντες περιορισμοί στις εισαγωγές.....	295
10.3 Οι συνθήκες διείσδυσης στην Ιαπωνική αγορά.....	296



10.3.1 Τρόποι διείσδυσης.....	296
10.3.2 Δίκτυα διανομής.....	297
10.4 Παρεχόμενες διευκολύνσεις από την Ιαπωνία.....	298
10.5 Διαπιστώσεις των Ελλήνων εξαγωγέων.....	300
10.6 Η επίδραση της Ιαπωνικής κουλτούρας στις διεθνείς επιχειρηματικές δραστηριότητες.....	303
10.7 Προσαρμογή στις ιδιαιτερότητες της Ιαπωνικής αγοράς.....	306
10.8 Μερικές πρακτικές και χρήσιμες συμβουλές για μια επιτυχημένη συνεργασία στην Ιαπωνία.....	307
<b>ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ.....</b>	<b>308</b>
	
<b>ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....</b>	<b>310</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>313</b>
<b>ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>319</b>
<b>ΠΗΓΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ INTERNET.....</b>	<b>326</b>