

## Wereld

---

### Opgave 2 – Buitenlandse investeringen in China en India

---

*Gebruik de bronnen 3 tot en met 6 van het bronnenboekje.*

- 2p **7** De spreiding van de fabrieken en verkooppunten van de meeste multinationale ondernemingen (MNO's) past binnen het mondiale centrum-periferiemodel. Beargumenteer dat het spreidingspatroon van de verschillende soorten Nike-vestigingen in het centrum-periferiemodel past.

De Chinese overheid stimuleert en reguleert de komst van MNO's naar China. Bij de keuze van de plaats waar Nike zijn fabrieken kan laten bouwen, spelen veel verschillende factoren een rol. Eén van die factoren is het Chinese overheidsbeleid.

- 2p **8** Maak met behulp van een kaart uit de atlas aannemelijk dat het Chinese overheidsbeleid van invloed is op het spreidingspatroon van fabrieken waar Nike zijn producten laat fabriceren. Geef in je antwoord ook de atlaskaart.

Los van het overheidsbeleid zou Nike waarschijnlijk in dezelfde provincies geïnvesteerd hebben.

- 2p **9** Welke twee gebiedskenmerken maken die provincies zo geschikt voor de vestiging van MNO's?

*Gebruik kaartblad 138 (53e druk: 155).*

- 2p **10** Geef twee effecten van de komst van MNO's in China waardoor de regionale ongelijkheid in dat land groter wordt.

*Gebruik de bronnen 7 tot en met 9 van het bronnenboekje.*

- 2p **11** Beredeneer waarom de software-industrie eerder in India dan in bijvoorbeeld China of Brazilië tot ontwikkeling is gekomen.

De Indiase regering heeft de Software Technology Parks (STP's) uitgeroepen tot speerpunten van de ontwikkeling van de Indiase economie.

- 2p **12** Geef aan de hand van de bronnen twee kenmerken van het spreidingspatroon van deze parken.

In een land als India is veel sprake van fragmentarische modernisering.

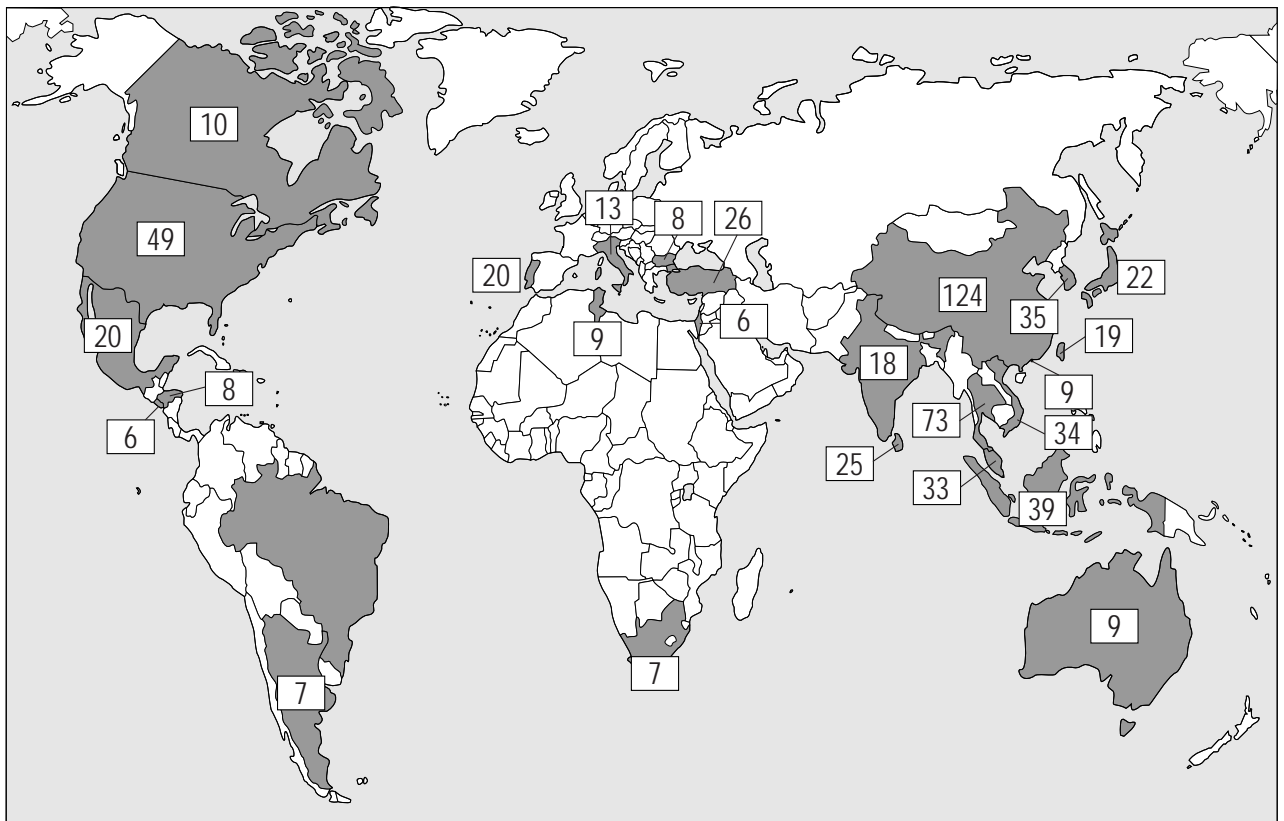
- 2p **13** Geef een voorbeeld van fragmentarische modernisering in de dienstensector in India.

Wereld

Opgave 2 – Buitenlandse investeringen in China en India

bron 3

Aantal fabrieken waarin Nike-sportartikelen worden geproduceerd\*



Legenda:

9 aantal vestigingen waarin Nike-goederen worden geproduceerd

\*Alleen als een land meer dan vijf fabrieken telt, is het aantal vestigingen weergegeven.

vrij naar: [www.nike.com](http://www.nike.com)

bron 4

Inkomsten uit verkoop Nike-sportartikelen per regio in 2005 (in miljoen \$)

Verenigde Staten	\$ 1.400	44,2%
Europa / Midden-Oosten en Afrika	\$ 1.200	37,9%
Amerika (anders dan VS)	\$ 406	12,8%
Azië	\$ 162	5,1%
Totaal	\$ 3.168	100%

bron: <http://www.nike.com>

**bron 5**

**Nike-towns**

**Nike-town: alles rondom het merk**

Sportwinkel op vijf verdiepingen

Natuurlijk kan men Nike-artikelen bijna overal ter wereld kopen: in sportwinkels, in warenhuizen, in boetiekjes. Maar een Nike-town zoals die in New York aan de Fifth Avenue is wel iets bijzonders: op vijf verdiepingen vind je hier alles, maar dan ook werkelijk alles van en over Nike. Sportschoenen, trainingspakken, mutsen, basketballen, merchandising, tennisspullen, ski-, snowboard- en bergsportuitrusting. Ook de talrijke bekroonde Nike-reclamefilms, die allemaal 20 minuten op een megaprojectiewand draaien. Voor wie niets wil kopen: alleen al de futuristische architectuur van het gebouw is een bezoek waard.

*bron: Praxis Geographie, nummer 1, 2006*

**Nike-towns in 2005**

De Nike-towns verkooppunten in de Verenigde Staten (Atlanta, Boston, Chicago, Denver, Honolulu, Las Vegas, Los Angeles, Miami, New York, Orange County Portland, San Francisco, Seattle).

De Nike-towns verkooppunten in het Verenigd Koninkrijk (Londen), Canada (Toronto) en Australië (Melbourne).

*bron: <http://www.nike.com>*

**bron 6**

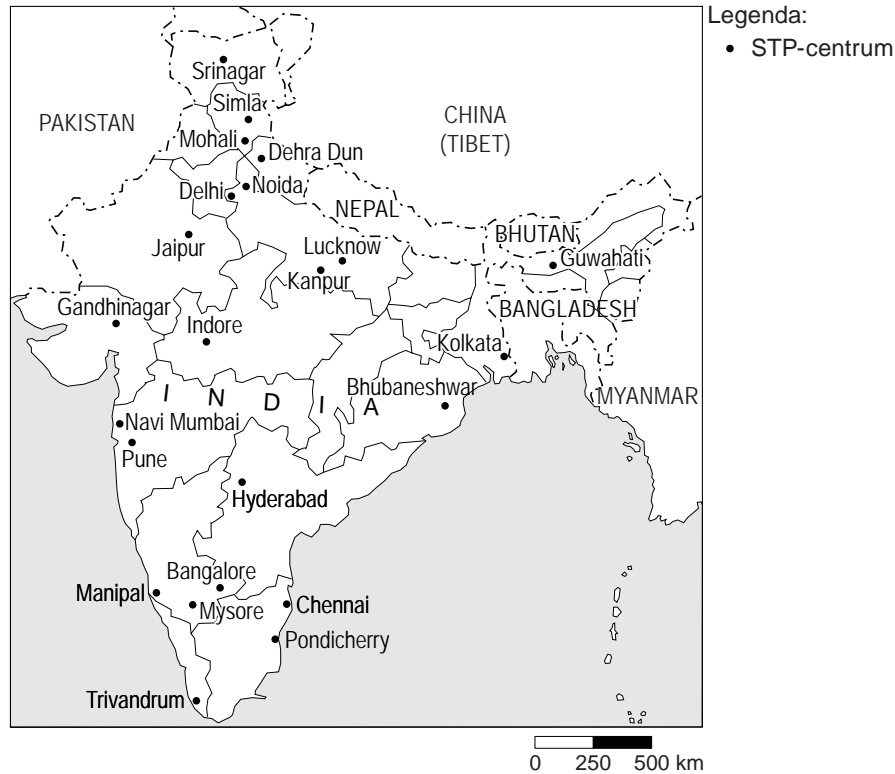
**Fabrieken in China waarin Nike-sportartikelen worden geproduceerd, per provincie, per 1 april 2005**

Guangdong	62
Jiangsu	16
Fujian	15
Binnen-Mongolië	1
Zhejiang	5
Shanghai-Shi	11
Shandong	14

*bron: <http://www.nike.com>*

**bron 7**

**STP's in India (2004-2005)**



*vrij naar: [www.mapsofindia.com](http://www.mapsofindia.com)*

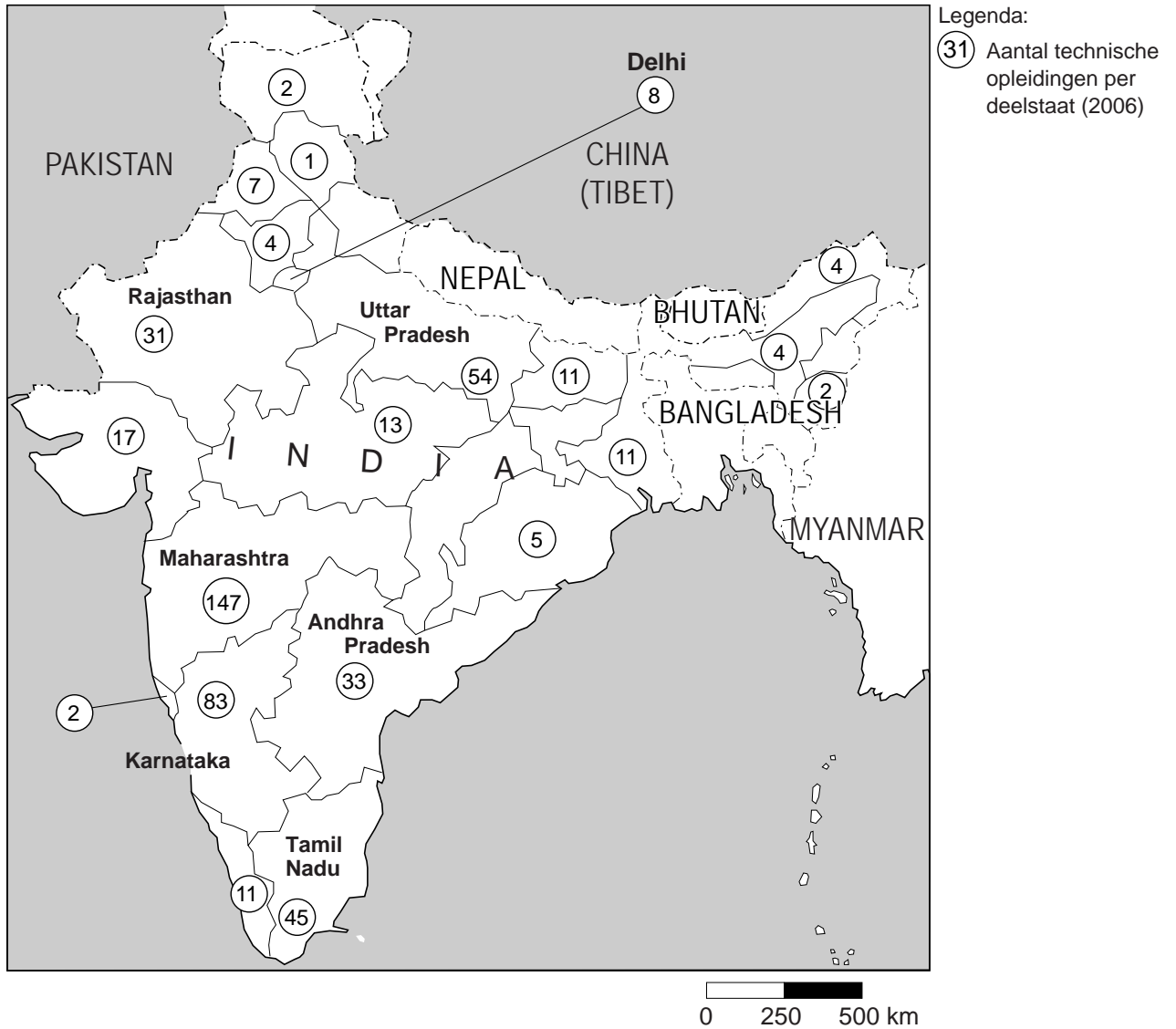
**bron 8**

De Indiase regering stimuleert de ontwikkeling van de softwaresector in India sterk. Hiertoe richt ze Software Technology Parks (STP's) in India in, waar softwarebedrijven zich goed kunnen ontwikkelen. Het zijn bedrijventerreinen die voldoen aan de eisen van moderne bedrijven, inclusief voorzieningen voor het personeel, zoals winkels en eetgelegenheden. De softwaresector doet het goed in India en levert veel werkgelegenheid en inkomsten op. De sector groeide tussen 1994 en 2004 met gemiddeld 38 procent per jaar. 75 procent van de groei vond plaats in STP's. Veel buitenlandse IT-ondernemingen hebben (delen van) hun bedrijf overgebracht naar India.

*vrij naar: <http://www.sed.manchester.ac.uk>*

bron 9

Aantal technische opleidingen per deelstaat, 2006



vrij naar: [www.educationinfoindia.com](http://www.educationinfoindia.com), 2006