

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΑΤΟΣ

ΖΗΤΗΜΑ Α

A.1

A.1.1 Σωστό

A.1.2 Λάθος

A.1.3 Λάθος

A.1.4 Σωστό

A.1.5 Λάθος

A.2

A.2.1 γ.

A.2.2 α.

A.2.2 β.

ΖΗΤΗΜΑ Β

B.1 Οι καθηγητές R. Cyert και S. March έχουν υποστηρίξει ότι μόνον τα άτομα ή οι ομάδες ατόμων έχουν στόχους και όχι οι επιχειρήσεις. Έτσι, οι γενικοί στόχοι της επιχείρησης προσδιορίζονται από επιμέρους στόχους, συμφέροντα και αξίες των ομάδων που λειτουργούν μέσα σ' αυτή, αλλά και ομάδων που λειτουργούν στο περιβάλλον της και επιδρούν σ' αυτή. Αυτό σημαίνει ότι σε κάθε επιχείρηση υπάρχουν περισσότεροι στόχοι που συχνά μπορεί να είναι και αλληλοσυγκρουόμενοι με την έννοια ότι η επίτευξη του ενός στόχου επιδρά αρνητικά στην επίτευξη ενός άλλου. Τέτοιοι στόχοι, για παράδειγμα, μπορεί να υπάρχουν μεταξύ των διαφορετικών τμημάτων της επιχείρησης. Η εναρμόνιση και η σύνθεσή τους, που επιδιώκει να πραγματοποιήσει η επιχείρηση, εκφράζει το συσχετισμό δύναμης των διάφορων ομάδων και επιτυγχάνεται με διαδικασίες διαπραγμάτευσης, συναίνεσης, συμβιβασμού και άσκησης εξουσίας. Έτσι, τελικά, για κάθε επιχείρηση διαμορφώνεται μια ιεράρχηση στόχων, ανάλογα με το συσχετισμό δύναμης των ομάδων που ασκούν επίδραση σ' αυτήν. Αναμφισβήτητα κατά τη διαδικασία διαμόρφωσης της εν λόγω ιεραρχίας λαμβάνονται υπόψη οι πιέσεις του περιβάλλοντος, οι περιορισμοί, οι ευκαιρίες και οι απειλές. Με αυτές τις παρατηρήσεις, καταλήγουμε στα εξής:

Πρώτο, η ιεράρχηση των στόχων, ο αριθμός, το είδος και η σπουδαιότητά τους, διαφέρει από επιχείρηση σε επιχείρηση.

Δεύτερο, σε ό,τι αφορά τις κερδοσκοπικές επιχειρήσεις, τα κέρδη ή καλύτερα η αποδοτικότητα των κεφαλαίων σε μακροπρόθεσμη βάση αποτελεί, αν όχι τον σπουδαιότερο, έναν από τους πιο σημαντικούς στόχους, που όμως δεν είναι ο μοναδικός.

B.2 Οι επιχειρηματίες, οι προμηθευτές, οι πελάτες, τα διοικητικά στελέχη, οι διάφορες υπηρεσίες κτλ. Αποτελούν ομάδες συμφερόντων, οι οποίες επιδρούν σημαντικά στον τρόπο λειτουργίας και ανάπτυξης της επιχείρησης, με στόχο την ικανοποίηση δικών τους συμφερόντων. Οι επιχειρηματίες επιδιώκουν υψηλά κέρδη και κοινωνική προβολή μέσα από την κερδοφόρα πορεία και την καλή φήμη της επιχείρησής τους. Οι χρηματοδότες επιζητούν ασφάλεια των κεφαλαίων τους και υψηλά κέρδη. Οι προμηθευτές επιζητούν καλή συνεργασία, φερέγγυες και διαρκείς συναλλαγές. Οι πελάτες επιζητούν ποιότητα, καλές τιμές και εξυπηρέτηση. Το κράτος απαιτεί την είσπραξη φόρων και εισφορών καθώς και την συμμόρφωση στους νόμους.

B.3 Έρευνα και Ανάπτυξη. Η λειτουργία αυτή έχει αντικείμενο την ανεύρεση νέων τρόπων παραγωγής και βελτίωσης των υπαρχόντων, με αξιοποίηση της σύγχρονης τεχνολογίας και κάθε καινοτομίας που βοηθάει στη δημιουργία νέων αγαθών και υπηρεσιών, ικανών να καλύψουν τις ανάγκες της αγοράς και να αναδεικνύουν νέες. Για παράδειγμα, οι ενέργειες που γίνονται για το σχεδιασμό ενός νέου τύπου φρένων αυτοκινήτου είναι ενέργειες έρευνας και ανάπτυξης. Οι ενέργειες που γίνονται για τη βελτίωση της συσκευασίας των αναψυκτικών είναι επίσης ενέργειες έρευνας και ανάπτυξης.

Η λειτουργία αυτή γίνεται όλο και περισσότερο σημαντική, αφού η ανταγωνιστικότητα και η ανάπτυξη των επιχειρήσεων εξαρτάται όλο και περισσότερο από τις καινοτομίες που αφορούν νέα προϊόντα και μεθόδους παραγωγής ή βελτιώσεις όσων υπάρχουν.

Ακόμη για τις μικρές επιχειρήσεις που δεν έχουν να επενδύσουν αρκετά κεφάλαια στην έρευνα και ανάπτυξη, η λειτουργία αυτή αναπτύσσεται σε απλές μορφές και υποστηρίζεται από δημόσιους ή ιδιωτικούς οργανισμούς, όπως από ερευνητικά κέντρα, οργανισμούς μικρομεσαίων επιχειρήσεων, το κράτος.

B.4 Αν εκτιμάται σωστά η σημασία της εργασίας για τον άνθρωπο καθώς και των αγαθών που παράγονται και καλύπτουν τις ανάγκες του, τότε βγαίνει το συμπέρασμα ότι η επιχείρηση είναι ένας πολύ σημαντικός κοινωνικός θεσμός, όπως η οικογένεια, το σχολείο κτλ.

Η ύπαρξή της και η ανάπτυξή της έχουν πολύ μεγάλη σημασία για το κοινωνικό σύνολο. Γι' αυτό η λειτουργία της και οι αποφάσεις της δεν πρέπει να έρχονται σε αντίθεση με το συμφέρον των μελών του. Προκύπτει έτσι μια νέα διάσταση του ρόλου της επιχείρησης, αυτή της ευθύνης της απέναντι στο κοινωνικό σύνολο. Οι ιδιοκτήτες, τα στελέχη και οι εργαζόμενοι οφείλουν να κατανοούν το βαθμό ευθύνης της απέναντι στην κοινωνία και να προσαρμόζουν τη συμπεριφορά τους. Είναι ανάγκη λοιπόν να υπάρχει επαρκής νομοθεσία και κυρίως ένας κώδικας εθιμικών κανόνων ή "Κώδικας Επιχειρησιακής Ηθικής", όπως αλλιώς ονομάζεται.

Ορισμένες ευθύνες της επιχείρησης απέναντι στο κοινωνικό σύνολο είναι:

Η προσφορά αγαθών, προϊόντων και υπηρεσιών με μέριμνα για την διασφάλιση της υγείας και ασφάλειας του καταναλωτή.

Η τήρηση της κείμενης νομοθεσίας και η αποφυγή αθέμιτων ενεργειών.

Η κοινωνική και πολιτισμική συνεισφορά προς όφελος των εργαζομένων και γενικότερα του κοινωνικού συνόλου.

Η συμβολή της στην ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας.

Η συνεισφορά στην προστασία του περιβάλλοντος.

B.5 Μια επιχείρηση, για να επιβιώσει και να αναπτυχθεί, πρέπει ασφαλώς να είναι ανταγωνιστική. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες της να προτιμώνται από τους καταναλωτές έναντι άλλων ανταγωνιστικών. Για να συμβεί αυτό, πρέπει η επιχείρηση να προσφέρει προϊόντα ή υπηρεσίες, των οποίων ο συνδυασμός ποιότητας και τιμής να είναι καλύτερος από αυτόν που προσφέρουν οι ανταγωνιστές της ή να φαίνεται καλύτερος λόγω διαφήμισης, επωνυμίας κτλ.

Συνεπώς, η έννοια της ανταγωνιστικότητας εκφράζει αυτήν τη δυνατότητα της επιχείρησης, δηλαδή να προσφέρει καλύτερη ποιότητα και τιμή από τους ανταγωνιστές της.

Εδώ γίνεται βέβαια εμφανές πώς συνδέεται η παραγωγικότητα σ' ένα βαθμό με την ανταγωνιστικότητα. Αν μια επιχείρηση έχει υψηλή παραγωγικότητα, αυτό σημαίνει ότι θα έχει χαμηλό κόστος που θα της επιτρέπει να προσφέρει προϊόντα ή υπηρεσίες σε χαμηλότερες τιμές. Επίσης, αν έχει υψηλή παραγωγικότητα, θα έχει περιθώριο να δαπανήσει χρήματα για την ποιότητα και τη διαφήμιση, ώστε να κάνει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της περισσότερο ανταγωνιστικά.