

ΑΠΟΛΥΤΗΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ
ΕΣΠΕΡΙΝΟΥ ΕΝΙΑΙΟΥ ΛΥΚΕΙΟΥ
ΤΕΤΑΡΤΗ 13 ΙΟΥΝΙΟΥ 2001
ΑΡΧΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΟΜΑΔΑ Α

- A.1** Σωστό **A.2** Σωστό **A.3** Λάθος **A.4** Σωστό **A.5** Λάθος
A.6 δ
A.7 γ
A.8 $\alpha - 2, \beta - 1, \gamma - 5$

A.9 Οι ενέργειες αυτές συνήθως είναι:

- η έρευνα των αναγκών των καταναλωτών,
- ο σχεδιασμός προϊόντων ή υπηρεσιών που ικανοποιούν τις ανάγκες των καταναλωτών,
- η προβολή και η προώθηση των προϊόντων ή υπηρεσιών,
- η πώληση και η διανομή.

A.10 Στο ειδικό (εσωτερικό) περιβάλλον της επιχείρησης εντάσσονται:

Οι Προμηθευτές υλικών ή υπηρεσιών.

Οι Καταναλωτές και οι πελάτες.

Οι Εργαζόμενοι και η συνδικαλιστική τους ένωση.

Οι πιστωτές, χρηματοδότες, μέτοχοι.

Επιχειρήσεις που συνεργάζονται με την επιχείρηση ή την ανταγωνίζονται, Οικονομικοί Οργανισμοί και Τράπεζες με τους οποίους συναλλάσσεται και όποιο στοιχείο σχετίζεται και ως ένα βαθμό την επηρεάζει.

ΟΜΑΔΑ Β

B.1 • Αποτελεσματικός συντονισμός όλων των πληροφοριών, αποφάσεων και ενεργειών, που αφορούν το ίδιο προϊόν ή υπηρεσία, αφού όλες αυτές βρίσκονται στο ίδιο τμήμα και κάτω από τον ίδιο μάνατζερ.

- Ταχύτητα και αποτελεσματικότητα στη διαδικασία λήψης αποφάσεων.
- Ελαχιστοποίηση των συγκρούσεων μεταξύ των τμημάτων ή των στελεχών διάφορων ειδικοτήτων, λόγω της κοινής επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Καλύτερη μελέτη, γνώση, παρακολούθηση και προσαρμογή στις εξελίξεις της αγοράς.
- Καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών.

B.2 • Στα συνολικά μεγέθη της επιχείρησης, όπως είναι τα κέρδη, το εισόδημα ή ο κύκλος εργασιών, οι ρυθμοί αύξησης ή ανάπτυξης της, η αποδοτικότητα των επενδυμένων κεφαλαίων, η φήμη, δύναμη κτλ.

- Στην αγορά, όπως είναι η κατάκτηση συγκεκριμένου μεριδίου αγοράς, η δημιουργία δικτύου πωλήσεων ή διανομής, η δημιουργία εμποδίων εισόδου ανταγωνιστών, κτλ.

- Στην παραγωγή, όπως είναι η παραγωγικότητα της εργασίας, η ποιότητα των προϊόντων, τα κόστη, κτλ.
- Στους ανθρώπους, όπως είναι η ικανοποίηση των εργαζομένων, η απασχόληση, η εκπαίδευση, η ανάπτυξη κτλ.
- Στις καινοτομίες, που αφορούν την ανάπτυξη νέων προϊόντων, νέων μεθόδων και τεχνικών παραγωγής και διανομής, νέων διοικητικών συστημάτων, κτλ., με σκοπό την ανάπτυξη και την προσαρμογή της επιχείρησης στις εξελίξεις του περιβάλλοντος.

B.3 • Η δύναμη της ανταμοιβής και της τιμωρίας. Αυτή δίνει τη δυνατότητα στον ηγέτη να ικανοποιεί τις ανάγκες ενός ατόμου ή μιας ομάδας ή να επιβάλλει ποινές. Για παράδειγμα ο υπάλληλος Α έχει δύναμη απέναντι στον υπάλληλο Β, αν ο δεύτερος γνωρίζει ότι η προαγωγή του εξαρτάται από τον πρώτο, αφού ο διευθυντής τους τον συμβουλεύεται και παίρνει υπόψη τη γνώμη του για τις προαγωγές. Αυτό τον κάνει να συμμορφώνεται λίγο-πολύ στις επιθυμίες του Α, ο οποίος γι' αυτό αποκτά ηγετικό ρόλο-συμπεριφορά.

Αλλά και όταν κάποιος έχει τη δύναμη να επιβάλλει κάθε είδους ποινή, μπορεί να επηρεάζει τη συμπεριφορά των άλλων, οι οποίοι φοβούνται την τιμωρία.

- Η δύναμη της αναφοράς (πρότυπου). Είναι γνωστό ότι τα άτομα, κυρίως οι έφηβοι, έχουν κάποιο άλλο άτομο ως πρότυπο ή σημείο αναφοράς (είδωλο) και θέλουν να ταυτιστούν μαζί του, γιατί έχει χαρίσματα που τους εντυπωσιάζουν. Επηρεάζονται λοιπόν από αυτό (π.χ. η επιρροή που ασκούν ηθοποιοί, τραγουδιστές, αθλητές κλπ.) και το αναγορεύουν αρχηγό.

- Η δύναμη των ειδικών. Αυτή προέρχεται από τις ειδικές γνώσεις και την πείρα που έχει ή κατά τη γνώμη των οπαδών έχει ο ηγέτης σε ένα ειδικό θέμα. Για παράδειγμα, στο Διοικητικό Συμβούλιο μιας εταιρείας ο μηχανικός έχει μεγαλύτερη δύναμη, όταν συζητούνται προβλήματα της ειδικότητάς του και, κατά συνέπεια, επηρεάζει τα υπόλοιπα μέλη.

- Η δύναμη των πληροφοριών. Μια ακόμη πηγή δύναμης για τους ηγέτες είναι η κατοχή των πληροφοριών ή ο έλεγχος των μηχανισμών με τους οποίους αυτές μεταβιβάζονται.

Οι ηγέτες διαλέγουν και χρησιμοποιούν περισσότερο τη δύναμη της αναφοράς και του ειδικού και της ανταμοιβής και λιγότερο τη δύναμη της τιμωρίας.