

**ΕΠΑΝΑΛΗΠΤΙΚΕΣ ΑΠΟΛΥΤΗΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ  
Δ' ΤΑΞΗΣ ΕΣΠΕΡΙΝΟΥ ΕΝΙΑΙΟΥ ΛΥΚΕΙΟΥ  
ΤΕΤΑΡΤΗ 5 ΙΟΥΛΙΟΥ 2006  
ΑΡΧΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ**

**ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ**

**ΟΜΑΔΑ Α**

**A.1** Σωστό      **A.2** Λάθος      **A.3** Σωστό      **A.4** Λάθος

**A.5**      γ

**A.6**      β

**A.7**      δ

**A.8** Η αποτελεσματική προώθηση στοχεύει:

- στην πληροφόρηση των καταναλωτών, σχετικά με το προϊόν ή την υπηρεσία που διατίθεται, και
- στην προσπάθεια να πειστούν οι καταναλωτές ότι αυτό το προϊόν ή αυτή η υπηρεσία είναι η καλύτερη εναλλακτική επιλογή για την ικανοποίηση των αναγκών τους.

**A.9** Το περιεχόμενο αυτής της λειτουργίας είναι:

- η εξεύρεση του κεφαλαίου που απαιτείται για την ίδρυση της οικονομικής μονάδας,
- η αξιοποίησή του με τις πλέον αποδοτικές επιλογές,
- όλες οι διαχειριστικές και λογιστικές διαδικασίες που βοηθούν στην έγκαιρη διεκπεραίωση και την καταγραφή συναλλαγών της,
- η αντιμετώπιση των νομικών και φορολογικών της υποχρεώσεων και ιδιαίτερα,
- η εξακρίβωση των αποτελεσμάτων της.

**A.10** Σκοπός της είναι να εξασφαλίζει σε κάθε στιγμή τους κατάλληλους ανθρώπους από άποψη ποιότητας και ποσότητας που έχει ανάγκη η επιχείρηση (ή ο οργανισμός) καθώς και την αποτελεσματική χρήση και αξιοποίηση αυτών.

**ΟΜΑΔΑ Β**

**B.1** 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 αναδείξουν 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.2**

### **ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΟΙ ΡΟΛΟΙ**

**ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΣ.**

Ο manager υπογράφει έγγραφα, δέχεται τους επισκέπτες κλπ.

**ΗΓΕΤΗΣ.**

Ο manager υποκινεί, ενθαρρύνει, εμπνυχώνει, καθοδηγεί τους υφιστάμενους του.

**ΣΥΝΔΕΤΙΚΟΣ ΚΡΙΚΟΣ.**

Ο manager αναπτύσσει και διατηρεί το δίκτυο ευνοϊκών σχέσεων μεταξύ ανθρώπων του περιβάλλοντος της οργάνωσης.

### **ΡΟΛΟΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ**

**ΔΕΚΤΗΣ.**

Ο manager αναζητά και δέχεται σημαντικές πληροφορίες

**ΠΟΜΠΟΣ.**

Ο manager στέλνει πληροφορίες σε άλλα πρόσωπα. Αυτό σε συνδυασμό με τον προηγούμενο ρόλο κάνει το manager ένα ιδιαίτερα σημαντικό κρίκο της αλυσίδας της επικοινωνίας.

**ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΣ «ΤΥΠΟΥ».**

Ο manager είναι αυτός που δίνει στο περιβάλλον τις πληροφορίες που αφορούν την οργάνωση.

### **ΡΟΛΟΙ ΑΠΟΦΑΣΗΣ**

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ.**

Ο manager εντοπίζει τις ευκαιρίες, εισηγείται, σχεδιάζει και ελέγχει τις αλλαγές στην οργάνωση.

**ΚΥΜΑΤΟΘΡΑΥΣΤΗΣ.**

Ο manager είναι αυτός που αντιμετωπίζει ξαφνικά και σημαντικά προβλήματα και καταστάσεις.

**ΚΑΤΑΝΟΜΕΑΣ ΠΟΡΩΝ.**

Ο manager κατανέμει τους οικονομικούς και μη οικονομικούς πόρους της οργάνωσης.

**ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΤΗΣ.**

Ο manager συχνά διαπραγματεύεται με φορείς του περιβάλλοντος για ζητήματα που αφορούν την οργάνωση.