

ΑΡΧΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠ.Λ. ΟΜΑΔΑ Α'

10/6/2017 ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ Α

A1.

α. Λάθος β. Σωστό γ. Σωστό δ. Σωστό ε. Λάθος

A2.

1. γ 2. β

ΘΕΜΑ Β

B1. (Σελ 62-63 σχολικού βιβλίου)

Οι μεταβλητές του μίγματος μάρκετινγκ (marketing mix) είναι το προϊόν (product), η τιμή (price), η διανομή ή διακίνηση (place) και η προώθηση (promotion).

Κάθε προϊόν συνδέεται στενά με τα άλλα συστατικά του μίγματος marketing. Αυτό συμβαίνει, διότι και τα 4-P συμβάλλουν στη διαμόρφωση της “εικόνας του προϊόντος” και κατ’ επέκταση της “εικόνας της επιχείρησης”. Έτσι, οι αποφάσεις για τη δημιουργία και την ανάπτυξη ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας συνδέονται άμεσα με τις αντίστοιχες αποφάσεις που αφορούν την τιμολογιακή πολιτική, τη διανομή και την πολιτική προώθησης του προϊόντος. Για παράδειγμα, ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία που πρόκειται να κυκλοφορήσει στην αγορά δεν αρκεί μόνο να είναι καλής ποιότητας, αλλά θα πρέπει να συνοδεύεται από μια ανταγωνιστική τιμή, ένα κατάλληλο δίκτυο διανομής που να διασφαλίζει την έγκαιρη και σε επαρκείς ποσότητες μεταφορά και αποθήκευση στα σημεία πώλησης, καθώς και από μια αποτελεσματική πολιτική προώθησης που θα το καταστήσει γνωστό στους καταναλωτές.

ΘΕΜΑ Γ

Γ1. (Σελ 149-150 σχολικού βιβλίου)

Η επιτυχημένη παθητική ακρόαση απαιτεί τις παρακάτω βασικές ενέργειες:

- Εξάλειψη των θορύβων με την ευρεία έννοια και των ενοχλήσεων που εμποδίζουν τον πομπό να εκφραστεί και προκαλούν αλλοιώσεις και παρερμηνείες στο μήνυμα.
- Συγκέντρωση της προσοχής του δέκτη, για να συλλάβει συνολικά το μήνυμα και να αποφύγει τα βιαστικά συμπεράσματα, πριν ακόμη ολοκληρωθεί το μήνυμα.

- Οπτική επαφή και νεύματα, ώστε να αντιλαμβάνεται ο πομπός ότι ο δέκτης τον παρακολουθεί και ότι έχει συγκεντρωμένη την προσοχή του σ' αυτόν (τον πομπό).
- Έλεγχο των προκαταλήψεων του δέκτη και της πιθανής ευαισθησίας του στις λέξεις ή τα χαρακτηριστικά του πομπού, ώστε να γίνεται κατανοητό το πραγματικό νόημα του μηνύματος.

Οι βασικές ενέργειες της ενεργητικής ακρόασης είναι:

- **Ερωτήσεις.** Με τις ερωτήσεις ο δέκτης μπορεί να βοηθήσει τον πομπό να γίνει σαφής, κατανοητός και πλήρης.
- **Ενθάρρυνση** του πομπού να εκφράσει άνετα αυτό που επιθυμεί. Αυτή επιτυγχάνεται με το καλό κλίμα επικοινωνίας που μπορεί να δημιουργήσει ο δέκτης.
- **Έλεγχο** από το δέκτη αν έχει συλλάβει και κατανοήσει σωστά το μήνυμα, ο οποίος γίνεται με ερωτήσεις που εκφράζουν με άλλα λόγια το μήνυμα.
- **Ενσυναίσθηση**, που σημαίνει ότι ο δέκτης ακούει και κατανοεί από τη θέση του πομπού όσα ο τελευταίος του μεταβιβάζει, δηλαδή, μπαίνει ο ίδιος στη θέση του πομπού. Ταυτόχρονα δείχνει στον τελευταίο ότι ακούει από τη θέση του. Ενσυναίσθηση δε σημαίνει ούτε συμπαθώ ούτε συμπάσχω. Είναι όμως ενέργεια ιδιαίτερα σημαντική για την αποτελεσματικότητα της ακρόασης, αφού ο δέκτης μπαίνοντας στη θέση του πομπού μπορεί να κατανοεί καλύτερα όσα ο τελευταίος θέλει να του μεταβιβάσει.

ΘΕΜΑ Δ

Δ1.

α) παραγωγικότητα εργασίας = ποσότητα παραγωγής / αριθμός εργαζομένων

$$\text{παραγωγικότητα εργασίας} = \frac{40.000}{100} = 400 \text{ μονάδες}$$

β) οικονομική αποδοτικότητα = καθαρό κέρδος / χρησιμοποιηθέντα κεφάλαια

$$0,4 = \frac{x}{5.000.000} \Leftrightarrow x = 0,4 \cdot 5.000.000 \Leftrightarrow x = 2.000.000$$

καθαρό κέρδος = 2.000.000 ευρώ

γ) παραγωγικότητα εργασίας = ποσότητα παραγωγής / αριθμός εργαζομένων

$$\text{νέα παραγωγικότητα εργασίας} = \frac{40.000}{80} = 500 \text{ μονάδες}$$

Η παραγωγικότητα εργασίας θα ήταν καλύτερη, αφού η ποσότητα του παραγόμενου προϊόντος θα παρέμενε αμετάβλητη (αριθμητής) και ο αριθμός των εργαζομένων μειώθηκε σε 80 (παρονομαστής). Αυτό σημαίνει ότι η επιχείρηση θα παρήγαγε ίδια ποσότητα προϊόντων με λιγότερους εργαζομένους, άρα η μέση απόδοση του κάθε εργαζόμενου (παραγωγικότητα εργασίας) θα ήταν καλύτερη.

Επιμέλεια Απαντήσεων για το Ρόμβο
Μυλωνάς Λευτέρης