

άνοδος

το φροντιστήριο των επιτυχιών

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΑΡΧΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ (ΑΟΔ) ΕΠΑ.Λ.
9/6/26

Θέμα Α

A1.

α. Λάθος

β. Λάθος

γ. Σωστό

δ. Σωστό

ε. Σωστό

A2.

1.β

2.γ

Θέμα Β

B1.

α. Αντικείμενο της λειτουργίας των πωλήσεων είναι: Να προσελκύσουν και να πείσουν τους καταναλωτές να αγοράσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της επιχείρησης.

Με τον τρόπο αυτό η αξία του προϊόντος ή της υπηρεσίας μετατρέπεται σε χρήμα. Αυτό εισρέει στην επιχείρηση βελτιώνοντας την οικονομική της θέση και τελικά επαναχρησιμοποιείται απ' αυτήν σε διάφορες δραστηριότητες.

β. Το προϊόν διανέμεται στους καταναλωτές με άμεσο ή έμμεσο τρόπο. Συγκεκριμένα:

- Άμεση πώληση: Είναι εκείνη σύμφωνα με την οποία ο καταναλωτής προμηθεύεται το προϊόν απ' ευθείας από τον παραγωγό.

- Έμμεση πώληση: Εκείνη που πραγματοποιείται με την βοήθεια ενδιάμεσων, όπως οι χονδρέμποροι, οι λιανοπωλητές, οι εμπορικοί αντιπρόσωποι, οι παραγγελιοδόχοι.

γ. Η διοικητική διαδικασία στις πωλήσεις περιλαμβάνει τρία βασικά στάδια. Συγκεκριμένα:

1. Τον προγραμματισμό, ο οποίος περιλαμβάνει την πρόβλεψη των πωλήσεων και τον καθορισμό στόχων, το σχεδιασμό των περιοχών πώλησης και τον προσδιορισμό του απαιτούμενου αριθμού πωλητών.
2. Την υλοποίηση του προγράμματος που περιλαμβάνει την επιλογή, την πρόσληψη και την κατάρτιση των πωλητών, την παρακίνηση και τα συστήματα αμοιβών τους.
3. Την αξιολόγηση του αποτελέσματος του προγράμματος, που περιλαμβάνει διάφορες διαδικασίες αξιολόγησης, όπως π.χ. της επίδοσης των πωλητών.

Μπορεί να παρατηρήσει κανείς ότι η αξιολόγηση συνδέει τις ενέργειες του σχεδιασμού και τους στόχους που είχαν τεθεί στον προγραμματισμό με τα αποτελέσματα. Η παρεχόμενη επαναπληροφόρηση συντελεί στον καθορισμό των μελλοντικών αντικειμενικών στόχων της επιχείρησης.

δ. Η επιτυχής πώληση εξαρτάται, σε μεγάλο βαθμό, από την αποτελεσματική επικοινωνία μεταξύ πωλητή και καταναλωτή. Οι προσωπικές πωλήσεις είναι συνήθως ο πλέον κατάλληλος τρόπος για να επιτύχει η επικοινωνία μιας και υπάρχει άμεση επικοινωνία μεταξύ πωλητή και καταναλωτή. Αντίθετα στη μαζική πώληση έχουμε την προώθηση των πωλήσεων χωρίς την άμεση επικοινωνία μεταξύ πωλητή και καταναλωτή, γιατί υπάρχει συνεργασία των πωλήσεων με τη γενικότερη λειτουργία του marketing, καθώς και με τις άλλες λειτουργίες της επιχείρησης, όπως της παραγωγής, των χρηματοοικονομικών κ.α..

Επομένως, για να αναπτυχθούν οι πωλήσεις, θα πρέπει να προσδιορισθούν: οι δραστηριότητες που αναπτύσσονται, οι σχέσεις συνεργασίας που δημιουργούνται με τις άλλες λειτουργίες της επιχείρησης, η κατανομή αρμοδιοτήτων στα στελέχη, η επιλογή και η κατάρτιση των πωλητών κ.τ.λ.

Θέμα Γ

α. Η ανάλυση συνίσταται στην εξέταση των δυνατών και αδύνατων σημείων της κάθε πρότασης, στον εντοπισμό δηλαδή των μειονεκτημάτων που περικλείει και των πλεονεκτημάτων που προσφέρει η κάθε λύση.

Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι τα μειονεκτήματα ή τα πλεονεκτήματα αντίστοιχα, μπορούν να είναι ποσοτικής (λιγότερες μονάδες προϊόντος, π.χ. 400 προϊόντα λιγότερα την ημέρα) ή ποιοτικής φύσεως (π.χ. γενικές γνώσεις κι όχι ειδικές). Η διαφορετική φύση των μειονεκτημάτων καθιστά δύσκολη τη σύγκριση των εναλλακτικών λύσεων μεταξύ τους.

β. Η Υλοποίηση της Απόφασης αποτελεί το τελευταίο βήμα κατά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Είναι ένα πάρα πολύ σημαντικό βήμα, γιατί μας θυμίζει ότι δεν αρκεί να πάρουμε μία απόφαση, αλλά και να διαπιστώσουμε στην πράξη πόσο υλοποιήσιμη και αποτελεσματική είναι. Για να εφαρμοστεί η λύση που επιλέξαμε στο προηγούμενο βήμα,

χρειάζεται να καταστρώσουμε ένα σχέδιο δράσης. Στο βήμα λοιπόν αυτό, περιλαμβάνεται μεταξύ άλλων, και η ανάπτυξη του κατάλληλου σχεδίου δράσης.

Στην περίπτωση του παραδείγματος μας, αν επιλέξουμε τη λύση της αυστηρής καθοδήγησης από επόπτες, τότε στο σχέδιο δράσης θα πρέπει να περιλαμβάνεται κάθε λεπτομέρεια αναφορικά με την εποπτεία. Δηλαδή, το όνομα του επόπτη για κάθε ομάδα εργασίας, τι ακριβώς εποπτεύει, πότε επεμβαίνει, πότε σταματά την παραγωγή, τι οδηγίες δίνει (γραπτές, προφορικές, σχηματικές, διαγραμματικές), πόσους ελέγχους κάνει, κ.τ.λ.

Θέμα Δ

Δ1. Ο πίνακας συμπληρωμένος είναι:

	2023	2024
Τελικά Προϊόντα	840	900
Αριθμός Εργαζομένων	40	45
Καθαρά Κέρδη	250.000	300.000
Χρησιμοποιηθέντα Κεφάλαια	1.000.000	1.500.000
Επιδιωκόμενες Μονάδες	1.200	1.500
Αποτελεσματικότητα	60	60
Παραγωγικότητα Εργασίας	21	20
Οικονομική Αποδοτικότητα	0,25	0,20

Δ2. Η ποσοστιαία μεταβολή των κερδών είναι:

$$\text{Ποσοστιαία Μεταβολή} = \left(\frac{300.000 - 250.000}{250.000} \right) \times 100 = \mathbf{20\%}$$

Δ3.

$$\text{Αριθμός Εργαζομένων (2025)} = 45 + \left(45 \times \frac{20}{100} \right) = \mathbf{54}$$

$$\text{Παραγωγικότητα Εργασίας (2025)} = \frac{1.080}{54} = \mathbf{20} \text{ μονάδες ανά εργαζόμενο}$$