

דגם תשובות לשאלון מינהל וכלכלה – מוגבר, סמל 839282, אביב תשפ"ד

השאלה	ניקוד בנק'	פתרון	ניקוד ב-%	הנחיות להערכה
1	25	<p>תשובה מלאה על שאלה מזכה ב-25 נקודות. מותר לנבחן לענות, באופן מלא או חלקי, על מספר שאלות כרצונו, אך סך הנקודות שיוכל לצבור בשאלון לא יעלה על 100 נקודות.</p> <p>משאבי אנוש</p>		
	13	<p>א. שם החוק: חוק שוויון הזדמנויות בעבודה התשמ"ח – 1988</p> <p>החוק אוסר על מעסיק להפלות עובד או מועמד לעבודה מחמת מאפיינים שונים המפורטים בחוק: מין, נטייה מינית, מעמד אישי, היריון, טיפולי פוריות, טיפולי הפריה חוץ-גופית, הורות, גיל, גזע, דת, לאום, ארץ מוצא, מקום מגורים, השקפה, חברות במפלגה ושירות במילואים. איסור ההפליה חל על כל תקופת קיומם של יחסי עובד-מעביד וכולל את הקבלה לעבודה.</p> <p>שתי דוגמאות מהפתיח להפרת החוק מצד החברה:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. בפרסום המודעה בנוסח שפונה לנשים בלבד; 2. כלפי דוד, על רקע מגדרי; 3. כלפי אירית, על רקע היריון והורות. 	100	<p>30% לשם החוק; 30% להסבר; 20% לכל הפרה מהפתיח</p>
	12	<p>ב. פנסיה על פי צו הרחבה: בינואר 2008 נכנס לתוקף הסכם פנסיה חובה לשכירים במגזר הפרטי. כל עובד שצבר שישה חודשי ותק בעבודה זכאי באופן מיידי לביטוח פנסיוני. בחוק נקבע כי עובד לא יוכל לוותר על זכויותיו לביטוח פנסיוני או להפסיק את ניכוי חלקו ממשכורתו.</p>	100	<p>20% לתשובה; 80% לנימוק</p>

דגם תשובות לשאלון מינהל וכלכלה – מוגבר, סמל 839282, אביב תשפ"ד

השאלה	ניקוד בנק'	פתרון	ניקוד ב-%	הנחיות להערכה																																								
2	25	הארגון וסביבות הארגון																																										
	13	א. סיווג של חמישה ארגונים מהפתיח:	100	$25 \times 4\%$ לכל תא בטבלה																																								
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>שם הארגון</th> <th>תחום הפעילות</th> <th>מגזר הפעילות</th> <th>מטרת הפעילות</th> <th>מרחב פעילות גאוגרפי</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 צה"ל</td> <td>שירותים (ביטחון)</td> <td>ציבורי (המגזר הראשון)</td> <td>ביטחון הגבולות</td> <td>מקומי (לוקלי)</td> </tr> <tr> <td>2 משטרת ישראל</td> <td>שירותים (ביטחון)</td> <td>ציבורי (המגזר הראשון)</td> <td>ביטחון הפנים</td> <td>מקומי</td> </tr> <tr> <td>3 משרד עו"ד "ישראלי בע"מ"</td> <td>שירותים (ייעוץ משפטי)</td> <td>עסקי (המגזר השני)</td> <td>הפקת רווחים</td> <td>מקומי וייתכן גם עולמי (גלובלי)</td> </tr> <tr> <td>4 חברת "אואזיס"</td> <td>שירותי סייבר</td> <td>עסקי (המגזר השני)</td> <td>הפקת רווחים</td> <td>עולמי</td> </tr> <tr> <td>5 עמותת "סיוע לחיים"</td> <td>שירותים ומוצרים לנזקקים</td> <td>המגזר השלישי</td> <td>מלכ"ר (פעילות חברתית)</td> <td>מקומי</td> </tr> <tr> <td>6 בי"ס תיכון ממלכתי</td> <td>ידע</td> <td>ציבורי (המגזר הראשון)</td> <td>מוסד חינוכי</td> <td>מקומי</td> </tr> <tr> <td>7 חברת "המשפץ"</td> <td>שירותי שיפוצים</td> <td>עסקי (המגזר השני)</td> <td>הפקת רווחים</td> <td>מקומי</td> </tr> </tbody> </table>	שם הארגון	תחום הפעילות	מגזר הפעילות	מטרת הפעילות	מרחב פעילות גאוגרפי	1 צה"ל	שירותים (ביטחון)	ציבורי (המגזר הראשון)	ביטחון הגבולות	מקומי (לוקלי)	2 משטרת ישראל	שירותים (ביטחון)	ציבורי (המגזר הראשון)	ביטחון הפנים	מקומי	3 משרד עו"ד "ישראלי בע"מ"	שירותים (ייעוץ משפטי)	עסקי (המגזר השני)	הפקת רווחים	מקומי וייתכן גם עולמי (גלובלי)	4 חברת "אואזיס"	שירותי סייבר	עסקי (המגזר השני)	הפקת רווחים	עולמי	5 עמותת "סיוע לחיים"	שירותים ומוצרים לנזקקים	המגזר השלישי	מלכ"ר (פעילות חברתית)	מקומי	6 בי"ס תיכון ממלכתי	ידע	ציבורי (המגזר הראשון)	מוסד חינוכי	מקומי	7 חברת "המשפץ"	שירותי שיפוצים	עסקי (המגזר השני)	הפקת רווחים	מקומי		
שם הארגון	תחום הפעילות	מגזר הפעילות	מטרת הפעילות	מרחב פעילות גאוגרפי																																								
1 צה"ל	שירותים (ביטחון)	ציבורי (המגזר הראשון)	ביטחון הגבולות	מקומי (לוקלי)																																								
2 משטרת ישראל	שירותים (ביטחון)	ציבורי (המגזר הראשון)	ביטחון הפנים	מקומי																																								
3 משרד עו"ד "ישראלי בע"מ"	שירותים (ייעוץ משפטי)	עסקי (המגזר השני)	הפקת רווחים	מקומי וייתכן גם עולמי (גלובלי)																																								
4 חברת "אואזיס"	שירותי סייבר	עסקי (המגזר השני)	הפקת רווחים	עולמי																																								
5 עמותת "סיוע לחיים"	שירותים ומוצרים לנזקקים	המגזר השלישי	מלכ"ר (פעילות חברתית)	מקומי																																								
6 בי"ס תיכון ממלכתי	ידע	ציבורי (המגזר הראשון)	מוסד חינוכי	מקומי																																								
7 חברת "המשפץ"	שירותי שיפוצים	עסקי (המגזר השני)	הפקת רווחים	מקומי																																								
	12	ב. שתי סביבות מיקרו המשפיעות על פעילות העמותה, ומרכיביהן:	100	$2 \times 25\%$ לכל סביבת מיקרו; $2 \times 25\%$ למרכיבי כל סביבה																																								
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>סביבת המיקרו</th> <th>מרכיבי הסביבה</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 סביבה אוהדת</td> <td>משרד הרווחה, מוסדות פיננסיים וחברות מזון גדולות</td> </tr> <tr> <td>2 סביבה פנים-ארגונית</td> <td>עובדי העמותה</td> </tr> </tbody> </table>	סביבת המיקרו	מרכיבי הסביבה	1 סביבה אוהדת	משרד הרווחה, מוסדות פיננסיים וחברות מזון גדולות	2 סביבה פנים-ארגונית	עובדי העמותה																																				
סביבת המיקרו	מרכיבי הסביבה																																											
1 סביבה אוהדת	משרד הרווחה, מוסדות פיננסיים וחברות מזון גדולות																																											
2 סביבה פנים-ארגונית	עובדי העמותה																																											

דגם תשובות לשאלון מינהל וכלכלה – מוגבר, סמל 839282, אביב תשפ"ד

השאלה	ניקוד בנק'	פתרון	ניקוד ב-%	הנחיות להערכה
3	25	תורת השיווק		
	10	<p>א. 1. החברה זיהתה חוסר היענות טיפולית אצל רבים, במיוחד אצל נשים הרות, שמתקשים ליטול ויטמינים בשל צורת הנטילה שלהם, או בשל ריחם או טעמם, ומכאן הקושי להתמיד בצריכתם. הפתרון עונה על הצורך לצרוך תוספי מזון שהם גם טעימים, שנטילתם פשוטה ולכן קל להתמיד בצריכתם.</p> <p>2. במיצוב המוצר מנהל השיווק צריך לשאוף שהמוצר ייתפס בעיני הלקוחות הפוטנציאליים כחדשני ועליו להציגו כייחודי מבחינת חוויית הנטילה (הצריכה), וגם מבחינת מרכיביו, וכמו כן מותג שרשום כפטנט, עובדה שמקנה לו מעמד מיוחד. יצירת תדמית של חדשנות בתודעת הצרכנים יחסית למתחרים, בהדגשת התועלת שיש בצריכת המוצר.</p>	100	2 × 50% לכל תת-סעיף
	15	<p>ב. 1. שתי מטרות:</p> <ul style="list-style-type: none"> - התמקדות בפלחי השוק של נשים הרות ושלה המבוגרים בארץ, ולאחר מכן בילדים. - חדירה לשוק תוספי המזון בספרד, בגרמניה ובבלגיה. <p>שני יעדים:</p> <ul style="list-style-type: none"> - היקף ההכנסות ממכירת המוצר בארץ יהיה 500,000 ש"ח בשנה הראשונה, ובשנה השנייה והשלישית הוא יגדל בשיעור 5% בשנה. - במדינות אירופה, היקף ההכנסות ממכירת המוצר יסתכם ב-100,000 אירו החל בשנה השנייה. <p>2. המהלך השיווקי המומלץ להגברת המודעות למוצר ולהגדלת הביקוש אליו בטווח המידי הוא קידום מכירות.</p> <p>שתי פעולות שהחברה יכולה לקיים במסגרת קידום מכירות:</p> <ul style="list-style-type: none"> - פעילות שיווקית בנקודות המכירה, כמו הצגת המוצר ועידוד להתנסות בו, "דוגמיות". - מתן חסויות, כמו פעילויות לקראת לידה ברשויות המקומיות. 	100	<p>2 × 12.5% לכל מטרה;</p> <p>2 × 12.5% לכל יעד;</p> <p>20% למהלך השיווקי;</p> <p>2 × 15% לכל פעולה שיווקית</p>
		<ul style="list-style-type: none"> - העברת מסרים שיווקיים באמצעות מובילי דעה וידוענים, למשל ברשתות החברתיות. 		

דגם תשובות לשאלון מינהל וכלכלה – מוגבר, סמל 839282, אביב תשפ"ד

השאלה	ניקוד בנק'	פתרון	ניקוד ב" %	הנחיות להערכה
4	25	<p>- השתתפות בכנסים ובאירועים מקצועיים של דיאטנים, רופאי נשים וכו', כדי לחשוף לאנשי מקצועות הבריאות את המוצר ואת יתרונותיו.</p> <p>- פרסום ומכירת המוצר דרך אתר החברה, מתן אפשרות קנייה בקופונים.</p> <p>- פנייה ללקוחות בטלפון או בדוא"ל.</p>		
	13	<p>הארגון וסביבות הארגון</p> <p>א. <u>חזון</u> הוא דימוי מנטלי עתידי של מצב רצוי ואפשרי של הארגון, והוא התמצית של סיבת (או זכות) קיומו של הארגון. החזון מגדיר את הזהות הארגונית ואת המשמעות המיוחדת לעשייה הארגונית. הוא מציג את המציאות שהארגון שואף ליצור. מן החזון נגזרים מטרות וערכים. <u>הערכים</u> מסייעים בקבלת החלטות והם כללי ההתנהגות או עקרונות הפעולה שעל פיהם מצפה הארגון שעובדיו ומנהליו יפעלו בעודם חותרים להשגת המטרות. <u>המטרות</u> באות לממש את החזון, ויש להגדירן באופן מוחשי ובר-השגה באמצעות מונחים של משאבים ויכולות. אם יוגדרו נכון, יגבר הסיכוי שהמציאות שתיוולד ממימושן היא המציאות שבעלי הארגון התכוונו ליצור. ומכאן, למשקיעים שבאים להשקיע כסף בחברה כלשהי חשוב לדעת מהו חזון החברה ובאיזה אופן היא מתכוונת לממשו. חשוב להם לדעת שערכי החברה תואמים את הערכים שהם מאמינים בהם, במיוחד משקיעים "אידאולוגיים", שמחליטים להשקיע בקידום של ערכים ולא תמיד לפי שורת הרווח. כמו כן חשוב להם שהמטרות יהיו ברורות ובנות השגה על מנת לוודא שאינם משקיעים את כספם על קרן הצבי.</p>	100	
	12	<p>ב. 1. <u>שתי</u> סביבות שמשפיעות על תהליך גיוס המשקיעים בחברה של דורון: סביבות המאקרו, מסוג:</p> <p>- הסביבה הכלכלית בארץ, שנתונה במיתון.</p> <p>- הסביבה הפוליטית במדינת ישראל, שנתונה החל ב-7 באוקטובר במלחמה.</p> <p>2. מיתון הוא מצב של האטה בפעילות הכלכלית במשק. <u>בתקופת מיתון</u> חלה ירידה בתוצר לעומת התקופה שלפניו. יש ירידה בביקושים ולכן היצרנים במשק מייצרים פחות, חברות נסגרות ומפטרים עובדים.</p>	100	<p>2 × 20% לציון כל סביבה;</p> <p>2 × 30% להסבר השפעתה של כל סביבה</p>

דגם תשובות לשאלון מינהל וכלכלה – מוגבר, סמל 839282, אביב תשפ"ד

השאלה	ניקוד בנק'	פתרון	ניקוד ב-%	הנחיות להערכה
5	25	<p>במצב של מיתון, כספי המשקיעים נשחקים. לפיכך, משקיעים רבים יחששו ממצב שבו החברה לא תצליח להשיג את מטרתיה ולכן הם יימנעו מלהשקיע בחברה. חוסר היציבות הפוליטית, מצב מלחמה, עלול גם הוא להשפיע לרעה על מצב המשק ועל מצב המדינה ובכלל זה שינויים במדיניות (רגולציה, ואפילו סוג המשטר). גורמים אלו עלולים להרתיע את המשקיעים ודורון יתקשה בתהליך הגיוס.</p> <p style="text-align: center;">סביבות הארגון ותורת השיווק</p>		
	12	<p>א. 1. בשנים הראשונות לפעילותו, "קור אלון בע"מ" פעל בסביבה יציבה, סביבה שלאורך זמן אין בה שינויים גדולים ולא צופים שיהיו כאלה; סביבה שקטה שיש בה ודאות ושבה מידת האיום לארגון שואפת לאפס. קיימת תחרותיות בסביבה אבל הלקוחות נאמנים לשירותי החברה. בסביבה יציבה הארגון יכול לבנות תוכנית עבודה לטווח ארוך, ואכן, "קור אלון בע"מ" נהג בתקופה זו לכתוב תוכניות שיווק ומכירה לשלוש שנים.</p> <p>2. משנת 2023 הסביבה נהפכה לסוערת, סביבה שבה חל שינוי יסודי ומהותי שדורש מהארגונים בענף להתאים את פעילותם לשינויים, ובמקרה זה הרגולציה והתקינה. הדבר יכול להשפיע על המלאים של החברה (מלאי מזוגנים ישנים שלא תוכל למכור) ואף מחייב את החברה להכשיר את עובדיה לטכנולוגיה החדשה ולהיערך לתחרות בעיקר במחירים.</p> <p>הצעה אחת לחברה:</p> <ul style="list-style-type: none"> - התמקדות במתן שירותי תיקון ותחזוקה, בעיקר של מזוגנים מהטכנולוגיה הישנה שעוד ימשיכו לפעול בבתים רבים, ולצד זה הכשרת העובדים או חלקם בידע על טכנולוגיית אינוורטר החדשה והתמחות בה. - חיפוש אחר ספקים אמינים ובמחירים נוחים שיאפשרו לחברה למכור מזוגנים חדשים במחיר תחרותי. - פנייה לקהל הלקוחות הקיים בהצעה לשדרוג המזגן שלהם. 	100	<p>35% להסבר סביבה יציבה; 35% להסבר סביבה סוערת; 30% להצעה</p>

דגם תשובות לשאלון מינהל וכלכלה – מוגבר, סמל 839282, אביב תשפ"ד

השאלה	ניקוד בנק'	פתרון	ניקוד ב-%	הנחיות להערכה
	13	<p>1. ערך נוצר כאשר הלקוח מקבל יתרון מהבעלות על המוצר ומהשימוש בו, לעומת מחירו. הקונים יעדיפו לרכוש מוצר שעל-פי תפיסתם יעניק להם את "הערך האמיתי", מוצר בעל טכנולוגיה חסכונית בחשמל וידידותית לסביבה. נוסף על כך, ניתן יהיה להשיג את המזגנים במחירים תחרותיים עקב התחרות בענף. שביעות רצון מבטאת את תחושת ההנאה של הצרכן מהביצועים של המוצר ביחס לציפיותיו. כאשר תפיסתו של הלקוח הולמת את הציפיות, הלקוח שבע רצון. החיסכון בחשמל, שמירה על איכות הסביבה ומחיר הוגן יגבירו את שביעות רצונם של הצרכנים.</p> <p>2. שני מוצרים תחליפיים למזגן: מוצרים שמספקים אותו הצורך אך זולים יותר ואינם כפופים לרגולציה ולתקינה המתוארת לגבי מזגנים: בקיץ – מאווררי תקרה, מאווררי רצפה, מצנן אוויר, מזגן נייד; בחורף – חימום מרכזי בגז, אה, תנורים למיניהם.</p>	100	50% לתת-סעיף 1; 50% לתת-סעיף 2 (2 × 25% לכל מוצר תחליפי)

דגם תשובות לשאלון מינהל וכלכלה – מוגבר, סמל 839282, אביב תשפ"ד

השאלה	ניקוד בנק'	פתרון	ניקוד ב-%	הנחיות להערכה
6	25	משאבי אנוש		
	10	א. שרית נקטה שיטת גיוס של יריד תעסוקה וכנסים מקצועיים. בשיטה זו המגויסים משתתפים בכנסים המיועדים לאנשי המקצוע הרלוונטיים שהם מחפשים, ושם יש להם הזדמנות להציג את המשרה ולענות על שאלות, גם בשיחות אישיות. יתרון אחד של השיטה: היות שהעובדים הנקלטים הם בדרך כלל חסרי ניסיון, יש אפשרות לעצב את פעילותם על-פי רוח הארגון; יש סיכוי מוגבר שהעובדים המגויסים יפתחו מחויבות לארגון. חסרון אחד של השיטה: העובדים המגויסים הם בדרך כלל צעירים בהכשרתם (עם ניסיון מועט) ויש להשקיע משאבים רבים בהכשרתם.	100	25% לתשובה; 25% להסבר; 25% ליתרון; 25% לחיסרון
	15	ב. 1. שני מקורות לאיסוף מידע על העמותה: אתר האינטרנט של העמותה; רשם העמותות; כתבות שהתפרסמו בכלי התקשורת; רשתות חברתיות; שיחה עם אנשים שעובדים בעמותה. 2. שלושה פרטי מידע שרחל צריכה לאסוף כדי להחליט אם העבודה בעמותה מתאימה לה: האיתנות הכלכלית של העמותה ומקורות המימון שלה; חברי העמותה או העובדים – סביבה תומכת; המקום הגאוגרפי שיהיה בתחום טיפולה; סוג האוכלוסייה (חולים, נזקקים, בודדים וכו'); המפגש עם המטופלים – האם בביתם או בעמותה; סוגי תפקידים נוספים לעו"ס בעמותה; ועוד. בתהליך איסוף המידע חשוב שרחל תתייחס למידע בעין ביקורתית; שתבין מהו מקור המידע, האם הוא אמין, והאם הוא מציג עובדות או דעות. ככל שהמידע יהיה אמין יותר, כך היא תוכל להסתמך עליו ולקבל החלטה לפיו.	100	2 × 20% לכל מקור; 3 × 15% לכל פרט מידע; 15% לכיצד להתייחס למידע