



**Gimnazjalna  
Olimpiada  
Przedsiębiorczości**

# **GIMNAZJALNA OLIMPIADA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI**

**[Z]**

## **TEST Z KLUCZEM ODPOWIEDZI**

edycja I  
eliminacje centralne

14 maja 2015 r.

Organizator:

**Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych**

Patronat honorowy:

**Ministerstwo Edukacji Narodowej**

## Instrukcja rozwiązywania testu

**Na rozwiązanie testu przeznaczona jest 30 minut. Odliczanie czasu rozpoczyna się od momentu zakończenia czytania instrukcji.**

Zawody odbywają się w warunkach kontrolowanej samodzielności. Komisja Centralna może zdyskwalifikować zawodnika na skutek stwierdzenia niesamodzielności odpowiedzi lub niespełnienia warunków formalnych określonych w Regulaminie Olimpiady i niniejszej instrukcji. Podczas zawodów zabronione jest w szczególności:

- posiadanie i używanie jakichkolwiek pomocy (kalkulatora, urządzeń z wbudowaną pamięcią, urządzeń z dostępem do internetu, tablic matematycznych, włączonego telefonu, słowników, podręczników i innych);
- odpisywanie czy porozumiewanie się pomiędzy zawodnikami;
- zmienianie miejsca podczas pisania testu lub zamienianie testu z innymi osobami;
- rozwiązywanie testu ołówkiem.

Test składa się z 20 pytań. Należy wybrać jedną najlepszą odpowiedź lub pole „nie udzielam odpowiedzi” i zaznaczyć niebieskim lub czarnym długopisem lub piórem na dołączonym do testu arkuszu odpowiedzi.

**Odpowiedzi nieprzeniesione do arkusza odpowiedzi nie będą oceniane.** Maksymalnie można uzyskać 20 pkt.

Za udzielenie prawidłowej odpowiedzi zawodnik otrzymuje **+1 punkt**, za wskazanie nieprawidłowej odpowiedzi zawodnik otrzymuje **-0,5 pkt**. Za zaznaczenie pola „nie udzielam odpowiedzi” zawodnik uzyskuje **0 punktów**.

**Wszystkie poprawki w arkuszu odpowiedzi traktowane są jako odpowiedzi błędne. Zaznaczenie więcej niż jednego lub niezaznaczenie żadnego pola odpowiedzi traktowane jest jako odpowiedź błędna.**

Pola na pierwszej stronie testu należy wypełnić. Po zakończeniu pisania testu należy zwrócić zarówno arkusz odpowiedzi, jak i sam test.

*Powodzenia!*

## Test

1. Do podstawowych funkcji zarządzania zaliczamy:
  - a. planowanie, organizowanie, marketing, finanse,
  - b. planowanie, marketing, finanse, kontrolę,
  - c. **planowanie, organizowanie, motywowanie, kontrolę,**
  - d. planowanie, marketing, motywowanie, kontrolę.

**Komentarz:**

Podstawowymi funkcjami zarządzania są: planowanie, organizowanie, motywowanie i kontrola. Wynika to z typowych zadań menedżerów, które wiążą się zazwyczaj z planowaniem (np. poprzez przewidywanie przyszłych okoliczności dla prowadzonej działalności i wyznaczanie celów swoim pracownikom), organizowaniem (zapewnianiem dostępu do zasobów niezbędnych do osiągnięcia celów), motywowaniem pracowników do działań zgodnych z celem organizacji oraz kontrolą wykonania bieżących zadań oraz poziomu osiągnięcia postawionych celów. W przypadku pracy menedżerów marketingu lub finansów powyżej przedstawione funkcje również odgrywają kluczową rolę.

2. Decyzje obejmujące okres od kilku do kilkunastu miesięcy są zazwyczaj określane mianem decyzji:
  - a. strategicznych,
  - b. **taktycznych,**
  - c. operacyjnych,
  - d. kontrolnych.

**Komentarz:**

Identyfikuje się trzy perspektywy zarządzania: strategiczną, taktyczną i operacyjną. W każdej z nich znajdują się decyzje i działania różniące się przede wszystkim okresem, którego dotyczą, niepewnością, poziomem szczegółowości oraz poziomem zaangażowania zasobów. Decyzje strategiczne dotyczą długiego okresu (zależnie od sektora od kilku do kilkunastu lat), charakteryzują się wysoką niepewnością, dużym poziomem ogólności oraz wiążą się z zaangażowaniem dużych zasobów. Na poziomie taktycznym podejmowane są decyzje ze średniego okresu (kilka do kilkunastu miesięcy), o średniej niepewności, średnim poziomie ogólności oraz związane z zaangażowaniem średniej wielkości zasobów. Decyzje operacyjne dotyczą spraw codziennych, wiążą się z mniejszą niepewnością, są decyzjami szczegółowymi oraz dotyczą stosunkowo niewielkich zasobów.

3. Metoda PEST służy do:
- tworzenia nowych produktów,
  - badania czynników makrootoczenia,**
  - tworzenia planu marketingowego,
  - badania profilu konsumenckiego.

**Komentarz:**

Nazwa metody PEST pochodzi od czterech sfer czynników z makrootoczenia przedsiębiorstw: politycznej, ekonomicznej, społecznej i technologicznej. Zgodnie z zaleceniami zarządzania strategicznego przedsiębiorstwo powinno badać i analizować zmiany na wyżej wymienionych polach, identyfikując szanse i zagrożenia dla swojej działalności. Często w analizie makrootoczenia bada się dodatkowo zmiany demograficznej, prawne i międzynarodowe.

4. Sytuacja, w której przedsiębiorstwo przejmuje swojego dostawcę, jest przykładem:
- integracji pionowej wstecz,**
  - integracji pionowej w przód,
  - integracji poziomej,
  - integracji równoległej.

**Komentarz:**

Integracja to działanie polegające na przejmowaniu przez przedsiębiorstwo obszarów, które do tej pory były wykonywane na zewnątrz. Najczęściej do integracji dochodzi w układzie pionowym – to znaczy, że przedsiębiorstwa decydują się na przejęcie swoich dostawców (integracja pionowa wstecz) lub odbiorców, dystrybutorów (integracja pionowa w przód). Integracja pozioma jest działaniem, w którym przedsiębiorstwo przejmuje inne o podobnym technologicznie profilu działalności. Integracja równoległa jest terminem niewystępującym w literaturze przedmiotu.

5. System odpowiedzialny za stałe monitorowanie otoczenia i wnętrza organizacji w celu wykorzystania informacji do korekty planów działania organizacji to:
- system operacyjny,
  - system zarządzania informacją,
  - controlling finansowy,
  - controlling strategiczny.**

**Komentarz:**

Zmieniające się otoczenie organizacji utrudnia realizację planów strategicznych oraz coraz częściej uniemożliwia osiągnięcie założonych celów przy realizacji takich planów. Z tego względu przedsiębiorstwa coraz częściej budują systemy controllingu strategicznego, które odpowiadają za monitorowanie zmian w otoczeniu i wnętrzu organizacji. To pozwala na dokonywanie bieżących korekt w planach strategicznych.

6. „Błękitnym oceanem” w zarządzaniu strategicznym określa się:
- produkty przynoszące bardzo wysokie zyski,
  - marki zapewniające przewagę konkurencyjną,
  - rynk, na których nikt jeszcze nie działa,**
  - zasoby wiedzy.

**Komentarz:**

Zgodnie z koncepcjami błękitnego i czerwonego oceanu przedsiębiorstwa w poszukiwaniu trwałej przewagi konkurencyjnej powinny uciekać z rozwiniętych branż i skupiać się na tworzeniu nowych sektorów. Takie obszary, w których nikt jeszcze nie działa nazywane są błękitnymi oceanami. Ich przeciwieństwem są czerwone oceany, które symbolizują sektory charakteryzujące się wysokim stopniem rywalizacji.

7. Technika aktywnego słuchania nie jest:
- odzwierciedlenie,
  - parafrazowanie,
  - klaryfikacja,
  - konformizm.**

**Komentarz:**

Aktywne słuchanie jest działaniem ukierunkowanym na usprawnienie procesu komunikacji. Podstawowymi przejawami aktywnego słuchania są kontakt wzrokowy oraz okazywanie zainteresowania rozmową i rozmówcą. Podstawowymi technikami aktywnego słuchania są: zadawanie pytań otwartych, odzwierciedlanie (czyli formułowanie emocji, które przekazuje partner, np. „Widzę, że jesteś zdenerwowany”), parafrazowanie (czyli powtarzanie informacji, które przekazał rozmówca w zmodyfikowanej formie, np. „Jeśli dobrze rozumiem, to ...”), klaryfikacja (czyli prośba o wyjaśnienie kwestii, które przekazuje rozmówca, a które nie są dla nas zrozumiałe), dzielenie się własnymi uczuciami oraz zachęcanie do dalszej wypowiedzi.

8. Alians, w którym współpracę nawiązują dwaj konkurenci o różnych profilach konkurencyjnych, opiera się na:
- logice transakcyjnej,**
  - logice konkurencyjnej,
  - logice sieciowej,
  - logice klasycznej.

**Komentarz:**

W literaturze zarządzania wyróżnia się dwa typy sytuacji, w której przedsiębiorstwa zawiązują alians strategiczny. W pierwszej dążą do wzmocnienia swojej pozycji konkurencyjnej poprzez współpracę z przedsiębiorstwem, które posiada silne strony w odmiennych obszarach (oba partnerzy mają różne profile konkurencyjne). W tej sytuacji przedsiębiorstwa kierują się logiką transakcyjną. W innym przypadku aliansy mogą być zawiązywane przez przedsiębiorstwa o podobnych silnych stronach (posiadających zbliżone profile konkurencyjne) – w takiej sytuacji za ich działaniami stoi logika konkurencyjna.

9. Teoria motywacji F. Herzberga:

- a. dzieli czynniki wpływające na zadowolenie z pracy na czynniki motywujące i czynniki higieny,
- b. dzieli ludzi na typ X i na typ Y,
- c. dzieli ludzi zgodnie z różnymi generacjami (np. generacja X i generacja Y),
- d. porządkuje potrzeby ludzkie zgodnie z hierarchią potrzeb.

**Komentarz:**

Jedna z najbardziej znanych teorii motywacji została sformułowana przez F. Herzberga. Zgodnie z tą koncepcją na zadowolenie z wykonywanych zadań mają wpływ dwie grupy czynników. Pierwsza z nich jest określana mianem czynników higieny. Charakteryzuje się one tym, że ich brak powoduje demotywację, ale zwiększanie ich poziomu ponad poziom podstawowy nie wpływa na zwiększenie motywacji (np. dobre oświetlenie w miejscu pracy, dostęp do narzędzi). Druga grupa to czynniki motywujące, których wpływ na motywację jest liniowy – im większe oddziaływanie czynnika, tym wyższa motywacja (np. uznanie, możliwość rozwoju).

10. Wysmukła struktura organizacyjna charakteryzuje się:

- a. małą rozpiętością kierowania i dużą liczbą szczebli,
- b. dużą rozpiętością kierowania i dużą liczbą szczebli,
- c. małą rozpiętością kierowania i małą liczbą szczebli,
- d. dużą rozpiętością kierowania i małą liczbą szczebli.

**Komentarz:**

Literatura przedmiotu wyróżnia struktury organizacyjne płaskie i wysmukłe. Struktury płaskie odznaczają się niewielką liczbą kierowników w stosunku do podwładnych (co oznacza, że rozpiętość kierowania jest duża) oraz niewielką liczbą szczebli. Ich przeciwieństwem są struktury wysmukłe.

**Polecenie do pytań 11-20:**

*Przeczytaj opis przedsiębiorstwa Sukces FM i zapoznaj się z tabelami prezentującymi jego finanse w ostatnich 12 miesiącach. Odpowiedz na pytania 11-20, bazując na informacjach podanych w tekście i tabelach.*

Przedsiębiorstwo Sukces FM prowadzi portal internetowy, w którym prezentowane są informacje gospodarcze oraz komentarze, w szczególności dotyczące mikroprzedsiębiorców. Dodatkowo na portalu dostępne są poradnik oraz baza przydatnych wzorów dokumentów. Istotną funkcją serwisu jest również łączenie młodych przedsiębiorców oraz osób myślących o prowadzeniu własnej działalności gospodarczej poprzez platformę społecznościową.

W przedsiębiorstwie poza prezesem (który jest też właścicielem firmy) pracuje 5 osób:

- dwójce redaktorów odpowiedzialnych za publikację wiadomości oraz pisanie komentarzy do najważniejszych wydarzeń gospodarczych;
- moderator aktywizujący społeczność zarejestrowanych użytkowników i dbający o porządek oraz odpowiedni poziom wypowiedzi na forum portalu;
- informatyk zajmujący się bieżącą obsługą portalu oraz programowaniem zmian w jego funkcjonowaniu;
- sekretarz zarządzający korespondencją i prowadzący rutynowe działania przedsiębiorstwa wraz z dokumentacją.

Prezes firmy jest bezpośrednim przełożonym pracowników. Poza tym zajmuje się kontaktami z reklamodawcami, przygotowaniem rozwoju portalu oraz jego promocją. Na bieżąco włącza się również w prace redakcji oraz moderuje społeczność serwisu.

Rachunkowość przedsiębiorstwa prowadzi biuro zewnętrzne.

Firma wynajmuje niewielkie biuro, w którym znajdują się trzy pomieszczenia. W jednym swoje biurka mają redaktorzy, moderator, sekretarz i informatyk. Drugie pełni przede wszystkim funkcję gabinetu prezesa, ale służy również do prowadzenia spotkań z zewnętrznymi partnerami. Dodatkowo w biurze znajduje się pomieszczenie socjalne z aneksem kuchennym. Redaktorzy, moderator i informatyk mogą pracować z domu i bardzo często z tego korzystają. Sekretarz jest jedyną osobą, która pracuje w stałych godzinach (9-17).

Główne źródła utrzymania firmy to wpływy z reklam i opłat za dostęp do treści oraz abonamentów kont premium. Wśród reklamodawców dominują duże agencje sprzedaży reklamy. Klienci bezpośredni (przedsiębiorstwa, które bezpośrednio zgłaszają się do firmy Sukces FM w celu wykupienia reklamy) generują mniej przychodów.

Inne źródło to sprzedaż dostępu do treści dodatkowych (jak np. wzory dokumentów, porady podatkowe). Użytkownicy mogą w wygodny sposób (SMS, przelew, płatności internetowe) zapłacić za skorzystanie z wybranego dokumentu lub wykupić abonament umożliwiający nieograniczony dostęp do wszystkich treści. W celu zwiększenia liczby osób korzystających z tych usług w marcu i kwietniu 2015 r. przeprowadzono kampanię promującą treści płatne i abonament w portalu Sukces FM. Była ona oparta na reklamach w wyszukiwarkach internetowych. Dodatkowym elementem promocji była czasowe obniżenie ceny dostępu jednorazowego oraz abonamentu w portalu.

**Tabela 1. Przychody – ostatnie 12 miesięcy**

	kwi-15	mar-15	lut-15	sty-15	gru-14	lis-14	paź-14	wrz-14	sie-14	lip-14	cze-14	maj-14
Liczba abonentów	1795	1670	1425	1398	1489	1378	1389	1309	1231	1211	1210	1100
Średnia cena abonamentu	8,31	8,1	9,19	9,21	9,12	9,14	9,14	9,13	9,25	9,26	9,23	9,15
Przychody z abonamentu	14916,45	13527	13095,75	12875,58	13579,68	12594,92	12695,46	11951,17	11386,75	11213,86	11168,3	10065
Liczba sprzedanych jednostek dostępu do treści	1071	1064	1056	989	1107	1032	1078	1048	956	987	1068	1054
Średnia cena jednostki	4,92	4,46	4,93	4,95	4,98	4,92	4,93	4,95	4,93	4,94	4,93	4,95
Przychody ze sprzedaży jednostek	5269,32	4745,44	5206,08	4895,55	5512,86	5077,44	5314,54	5187,6	4713,08	4875,78	5265,24	5217,3
Przychody z agencji reklamy	11001	10781	10689	9981	11784	10867	11087	11054	9102	8998	9878	10950
Przychody z reklamy klientów bezpośrednich	6852	6691	6705	6681	7210	6545	6654	6687	6295	6245	6348	6480
<b>Przychody łącznie</b>	<b>38038,77</b>	<b>35744,44</b>	<b>35695,83</b>	<b>34433,13</b>	<b>38086,54</b>	<b>35084,36</b>	<b>35751</b>	<b>34879,77</b>	<b>31496,83</b>	<b>31332,64</b>	<b>32659,54</b>	<b>32712,3</b>



**Tabela 2. Koszty ponoszone co miesiąc**

Wynajęcie biura z wyposażeniem	5 000 zł
Materiały biurowe	300 zł
Wynagrodzenia redaktorów (2 osoby)	8 000 zł
Wynagrodzenie informatyka	6 000 zł
Wynagrodzenie sekretarza	3 000 zł
Wynagrodzenie prezesa	9 000 zł
Koszt obsługi księgowej	1 000 zł
Amortyzacja sprzętu komputerowego i licencje oprogramowania	600 zł
Wynajem i obsługa serwera dedykowanego przez firmę zewnętrzną	1 000 zł
<b>Razem</b>	<b>33 900 zł</b>

**Tabela 3. Koszty kampanii promocyjnej**

Marzec 2015	2 500 zł
Kwiecień 2015	3 000 zł

11. Jeśli przedsiębiorstwo Sukces FM zatrudni 5 nowych pracowników, będzie mogło zostać zakwalifikowane do kategorii:
- mikroprzedsiębiorstw,
  - małych przedsiębiorstw,**
  - średnich przedsiębiorstw,
  - dużych przedsiębiorstw.

**Komentarz:**

Mikroprzedsiębiorstwami określane są przedsiębiorstwa, których przychody nie przekraczają równowartości 2 mln euro rocznie oraz poziom zatrudnienia jest mniejszy niż 10 osób. W Sukces FM zatrudnionych jest 5 osób i prezes, po zatrudnieniu dodatkowych 5 byłoby ich w sumie 11, co oznacza, że ze względu na kryterium zatrudnienia firma zostałaby zakwalifikowana jako małe przedsiębiorstwo.

12. W modelu outsourcingowym Sukces FM prowadzi:
- księgowość,

- b. obsługę serwerów,
- c. obie powyższe odpowiedzi są prawidłowe,**
- d. nie można tego stwierdzić, bazując na podanych informacjach.

**Komentarz:**

*Outsourcingiem określa się rezygnację z prowadzenia części działalności przez przedsiębiorstwo na rzecz zlecenia ich firmą zewnętrzną. Analiza kosztów firmy Sukces FM pozwala stwierdzić, że w tym modelu realizowane są obsługa księgową oraz obsługa serwerów.*

13. Do zewnętrznych interesariuszy przedsiębiorstwa nie zaliczamy:
- a. czytelników portalu, abonentów, agencji reklamy,
  - b. biura księgowego, abonentów, agencji reklamy,
  - c. pracowników, czytelników portalu, agencji reklamy,**
  - d. dwie z powyższych odpowiedzi są poprawne.

**Komentarz:**

*Interesariuszami (ang. stakeholders) określa się jednostki, organizacje i inne podmioty, które mogą wpływać na przedsiębiorstwo bądź też przedsiębiorstwo wpływa na nie. Interesariuszy dzieli się na wewnętrznych, czyli tych którzy są częścią organizacji i zewnętrznych. Pracownicy są zaliczanie do interesariuszy wewnętrznych.*

14. Kampania promocyjna z marca i kwietnia 2015 r. w długim okresie:
- a. przyniosła znaczne zyski,
  - b. przyniosła umiarkowane zyski,
  - c. przyniosła straty,
  - d. nie można tego stwierdzić, bazując na podanych informacjach.**

**Komentarz:**

Na pierwszy rzut oka kampania promocyjna przyczyniła się do wzrostu sprzedaży abonamentów w marcu i kwietniu w porównaniu do miesięcy wcześniejszych, a nie miała wpływu na sprzedaż jednostek dostępu do treści płatnych. Jednak właściwa ocena tego wzrostu powinna uwzględniać dodatkowo inne czynniki, jak np. sezonowość sprzedaży abonamentów (do tego porównania potrzebne byłyby dane z marca i kwietnia 2014 r.), wpływ zmian ceny oraz występowanie istotnych wydarzeń politycznych (np. zmiany prawa), które mogłyby mieć wpływ na sprzedaż. Nawet gdyby okazało się, że wzrost sprzedaży w marcu i kwietniu wynika z kampanii promocyjnej, to jest za wcześnie, żeby ocenić jej wpływ w długim okresie.

15. W pierwszych czterech miesiącach 2015 r. największą część przychodów przedsiębiorstwo uzyskało w modelu:
- a. subskrypcyjnym,

- b. opłat za usługę,
- c. reklamowym,**
- d. nie można tego stwierdzić, bazując na podanych informacjach.

**Komentarz:**

*Jak pokazują dane z Tabeli 1. W czterech pierwszych miesiącach 2015 r. Przedsiębiorstwo osiągnęło przychody:*

- 54 414,78 zł ze sprzedaży abonamentów (model subskrypcyjny),
- 20 116,39 zł ze sprzedaży jednostek dostępu (model opłata za usługę),
- 69 381 zł ze sprzedaży reklamy (model reklamowy).

16. Rozpiętość kierowania w strukturze organizacyjnej przedsiębiorstwa wynosi:

- a. 6,
- b. 5,**
- c. 4,
- d. nie można tego stwierdzić, bazując na podanych informacjach.

**Komentarz:**

Rozpiętość kierowania jest miarą pokazującą, jak wielu podwładnych ma średnio jeden kierownik w danej organizacji. W przypadku Sukces FM mamy do czynienia z bardzo prostą strukturą organizacyjną, w której pięciu pracowników podlega jednej osobie, właścicielowi. Stąd wskaźnik rozpiętości kierowania wynosi 5.

17. Możliwość pracy na odległość, którą mają pracownicy firmy Sukces FM, wpływa na proces rozwoju funkcjonalności portalu:

- a. stymulująco,
- b. hamująco,**
- c. nie wpływa na ten proces w żaden sposób,
- d. nie można tego stwierdzić, bazując na podanych informacjach.

**Komentarz:**

Możliwość pracy na odległość wpływa negatywnie na częstość i głębokość interakcji między pracownikami. Szczególnie interakcje dotyczące sfery zawodowej mają wpływ na procesy innowacji oraz doskonalenia produktów organizacji. W związku z tym możliwość pracy na odległość stanowi barierę rozwoju funkcjonalności portalu.

18. Do udoskonalenia funkcjonalności portalu można wykorzystać:

- a. technikę burzy mózgów,
- b. filozofię kaizen,

- c. prosumentów,
- d. **wszystkie powyższe elementy.**

**Komentarz:**

Technika burzy mózgów jest narzędziem sprzyjającym tworzeniu innowacji w grupie. Filozofia kaizen to wywodząca się z Japonii szkoła, której jednym z założeń jest ciągłe poszukiwanie usprawnień w działalności organizacji. Określenie prosument zostało spopularyzowane w kontekście konsumentów, którzy angażują się w proces współtworzenia i promocji produktów wybranego przedsiębiorstwa. Z uwagi na powyższe wszystkie wymienione elementy mogą być wykorzystane do udoskonalenia funkcjonalności portalu.

19. Barię wejścia dla potencjalnych konkurentów rozważających skopiowanie modelu działania przedsiębiorstwa Sukces FM nie będzie:
- a. liczba abonentów portalu Sukces FM,
  - b. baza artykułów oraz treści płatnych stworzona w portalu,
  - c. **konieczność uzyskania koncesji.**
  - d. wszystkie z powyższych elementów są barierami wejścia.

**Komentarz:**

Głównym rodzajami barier wejścia są bariery formalne, technologiczne i rynkowe. Do formalnych zaliczamy przede wszystkim koncesje i pozwolenia wymagane do prowadzenia określonej działalności przez prawo. Wśród technologicznych znajdują się bariery wynikające z konieczności posiadania technologii niezbędnych do prowadzenia wybranej działalności. Dostęp do technologii może być ograniczony przez ochronę patentową, koszty licencyjne oraz bariery we wdrożeniu w organizacji technik wypracowanych przez inne przedsiębiorstwo. Dodatkowo istnieją bariery rynkowe, do których należy zaliczyć przywiązanie klientów (poprzez abonament lub w wyniku lojalności), marka, penetracja rynku i efekt skali. Biorąc pod uwagę profil działalności Sukces FM można stwierdzić, iż dla potencjalnych konkurentów nie ma wymogu posiadania specjalnej koncesji.

20. Fakt, że prezes przedsiębiorstwa Sukces FM posiada osobny gabinet, może być interpretowany jako przejaw:
- a. **większego dystansu władzy,**
  - b. autorytarnego stylu kierowania,
  - c. przejaw wysokiej formalizacji organizacji,
  - d. wszystkie powyższe odpowiedzi są poprawne.

**Komentarz:**

Dystans władzy jest jednym z wymiarów kultur narodowych i organizacyjnych. Społeczności o dużym dystansie władzy akceptują wyższe nierówności społeczne. Typowymi przejawami większego dystansu władzy są materialne i niematerialne oznaki miejsca w hierarchii oraz skłonność do podkreślania prestiżu. Osobny gabinet prezesa może być interpretowany jako przejaw większego dystansu władzy. Jednocześnie osobny gabinet prezesa nie musi oznaczać autorytarnego stylu kierowania, ani wysokiej formalizacji organizacji.