

**ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΜΕΣΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
ΛΕΥΚΩΣΙΑ**

**ΠΑΓΚΥΠΡΙΕΣ
ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ
2011
(ΓΙΑ ΑΠΟΛΥΣΗ)**

Α΄ ΣΕΙΡΑ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ

ΜΑΘΗΜΑ	:	ΤΕΧΝΙΚΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
ΧΡΟΝΟΣ	:	2 ώρες
ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	:	10 Μαΐου 2011
ΩΡΑ	:	10:15 – 12.15

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

Ερώτηση Α΄

1. α) Αναφορά τεσσάρων δικαιωμάτων των καταναλωτών από τα πιο κάτω:

- i. Το δικαίωμα της ασφάλειας
- ii. Το δικαίωμα της ενημέρωσης
- iii. Το δικαίωμα της εκλογής
- iv. Το δικαίωμα της εκπροσώπησης
- v. Το δικαίωμα της αποζημίωσης
- vi. Το δικαίωμα της συνεχούς εκπαίδευσης.
- vii. Το δικαίωμα του υγιούς περιβάλλοντος.

(4X1) = 4 Μονάδες

Εξήγηση δύο από τα πιο κάτω:

(2X2) = 2 Μονάδες

Σύνολο: 6 Μονάδες

β) Αναφορά δύο χαρακτηριστικών του ΚΣΚ από τα πιο κάτω:

Ο ΚΣΚ χαρακτηρίζεται ως μη κερδοσκοπικός, μη κυβερνητικός και ακομμάτιστος.

(2X1) = 2 Μονάδες

Κεφ. 17, σελ. 253

2 α) Η φράση είναι ορθή,

(1 Μονάδα)

γιατί πολλοί άλλοι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί χρησιμοποιούν τη διαφήμιση ως μέσο διασποράς πληροφοριών

(1 Μονάδα)

π.χ. δημόσιες επιχειρήσεις, πολιτικά κόμματα, κ.ά.

(1 Μονάδα)

Σύνολο 3 Μονάδες

Κεφάλαιο 12, σελίδα 165

β) Αναφορά δύο βασικών στοιχείων της διαφήμισης (από τα πιο κάτω):

- i. Η απρόσωπη επικοινωνία
- ii. Το κόστος του μηνύματος
- iii. Η ταύτιση της διαφήμισης με ένα συγκεκριμένο πρόσωπο ή επιχείρηση (Sponsor)
- iv. Η παρουσίαση και προβολή αγαθών, ιδεών και υπηρεσιών με σκοπό τον επηρεασμό των καταναλωτών

(2X1) = 2 Μονάδες

Εξήγηση δύο από τα πιο πάνω.

(2X1) = 2 Μονάδες

Σύνολο 4 Μονάδες

Κεφ. 12. σελ.165

γ) Εφημερίδες:

i. Ένα πλεονέκτημα και εξήγηση ενός από τα πιο κάτω:

- Τις διαβάζουν σχεδόν όλοι καθημερινά,
- έχουν χαμηλό κόστος.

Ένα μειονέκτημα και εξήγηση: Η διαφήμιση μέσω των εφημερίδων έχει σύντομη ζωή.

2 Μονάδες

Τηλεόραση:

Ένα πλεονέκτημα και εξήγηση: Ο συνδυασμός της εικόνας, της κίνησης, του ήχου και των χρωμάτων.

Ένα μειονέκτημα και εξήγηση: Το ψηλό συνολικό κόστος ή το μήνυμα φεύγει γρήγορα ή ο χρόνος είναι περιορισμένος.

2 Μονάδες

ii. Αναφορά δύο άλλων μέσων διαφήμισης από τα πιο κάτω:

Τα περιοδικά, το ραδιόφωνο, οι αφίσες.

2 Μονάδες

Σύνολο 6 Μονάδες

Κεφ. 12.σελ.167

Σύνολο Ερώτησης Α': 21 Μονάδες

Ερώτηση Β'

1. Αναφορά τεσσάρων λόγων από τους πιο κάτω:

Σήμερα η τεράστια πλειοψηφία των Κυπρίων προτιμά να ψωνίζει από τις υπεραγορές για τους πιο κάτω λόγους:

- i. Εφαρμόζουν σύστημα αυτοεξυπηρέτησης και αυτοεκλογής.
- ii. Εκθέτουν μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων για επιλογή.
- iii. Συγκεντρώνουν πολλές υπηρεσίες εξυπηρέτησης του καταναλωτή στον ίδιο χώρο και στο ταμείο.
- iv. Τεράστιες κτιριακές εγκαταστάσεις και χώρους στάθμευσης.
- v. Έμφαση στις χαμηλές τιμές.

(4X1) = 4 Μονάδες

Κεφ. 2 σελ. 23-24

2. α) Περιορισμοί της πώλησης μέσω τηλεφώνου σε σχέση με την προσωπική πώληση :

- i. Το μέσο που χρησιμοποιείται είναι απρόσωπο.
- ii. Χρησιμοποιεί μόνο την αίσθηση της ακοής, ενώ οι άλλες αισθήσεις δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν, πράγμα που στερεί την παρατήρηση στις φυσικές αντιδράσεις των ατόμων.

(2X2) = 4 Μονάδες

Κεφ. 16 σελ. 230

β) Αναφορά τριών στοιχείων σωστής τηλεφωνικής τακτικής από τα πιο κάτω:

- i. Ο σωστός επαγγελματίας προγραμματίζει πάντοτε αυτό που πρόκειται να πει και έχει πάντοτε μπροστά του το σημειωματάριο του.
- ii. Είναι φιλικός και ευγενικός σε όλη την διάρκεια της επικοινωνίας, έστω και αν ο συνομιλητής του είναι αγενής.
- iii. Είναι πάντοτε σύντομος και παραμένει στο θέμα του.
- iv. Προσπαθεί να ξυπνήσει την περιέργεια του υποψηφίου πελάτη και ζητά σταθερά να τον δει.
- v. Χρησιμοποιεί πάντοτε την εναλλακτική λύση.

(3X1) = 3 Μονάδες

Κεφ. 16 σελ. 234

3. (α) Αναφορά τριών κριτηρίων κατανομής των πωλητών από τα πιο κάτω:

- i. Κατά γεωγραφική περιοχή
- ii. Κατά προϊόν
- iii. Κατά πελάτη
- iv. Κατά γεωγραφική περιοχή σε συνδυασμό με το προϊόν ή τον πελάτη.

(3X1) = 3 Μονάδες

(β) Σκοπός της κατανομής είναι να καλυφθεί όλη η αγορά έτσι που να μην υπάρχουν τμήματα που να μην τα επισκέπτεται κανένας και επιπλέον να αποφεύγεται ο ανταγωνισμός μεταξύ των πωλητών της επιχείρησης.

(1X3) = 3 Μονάδες

Κεφ. 12 σελ. 178

4. Αναφορά δύο ποσοτικών κριτηρίων από τα πιο κάτω:

- i. Ο όγκος πωλήσεων
- ii. Ο αριθμός των παραγγελιών
- iii. Ο αριθμός των νέων πελατών
- iv. Ο αριθμός των επισκέψεων που έγιναν
- v. Ο αριθμός των πελατών που έφυγαν
- vi. Τα έξοδα που πραγματοποιήθηκαν σε σχέση με τα προϋπολογισθέντα

(2X1) = 2 Μονάδες

Αναφορά δύο ποιοτικών κριτηρίων από τα πιο κάτω:

- i. Οι σχέσεις με τους πελάτες
- ii. Ο βαθμός γνώσης του προϊόντος, των πελατών και των ανταγωνιστών
- iii. Η βαθμολογία χαρακτηριστικών της προσωπικότητας, όπως η κρίση, η πρωτοβουλία, η πειστικότητα, η εμπιστοσύνη κ.ά.

(2X1) = 2 Μονάδες

Σύνολο 4 Μονάδες

Κεφ. 12 σελ. 179

Σύνολο Ερώτησης Β΄ 21 Μονάδες

Ερώτηση Γ΄

1. (α) Κυριότεροι λόγοι αποτυχίας νέων προϊόντων στην αγορά (3 από τους πιο κάτω):

- i. Το προϊόν δεν πέτυχε την αναμενόμενη αναγνώριση στην αγορά.
- ii. Το προϊόν είναι ελαττωματικό.
- iii. Το προϊόν ήλθε στην αγορά σε ακατάλληλο χρόνο.
- iv. Λανθασμένη κοστολόγηση.
- v. Λανθασμένη προβολή και διάθεση.
- vi. Υποτίμηση των δυνατοτήτων των ανταγωνιστών της επιχείρησης.

(3X1) = 3 Μονάδες

Εξήγηση τριών από τους πιο πάνω.

(3X1) = 3 Μονάδες

Σύνολο 6 Μονάδες

Κεφ. 11 σελ. 150

(β) Τρόποι αντιμετώπισης από τον πωλητή των ακόλουθων τύπων πελάτη:

Για τον συνεσταλμένο

Να τον ενθαρρύνει να εξετάσει το εμπόρευμα, εμπνέοντας του εμπιστοσύνη και δίνοντάς του συμβουλές με πολλή ευγένεια και λεπτότητα. Θέτοντας του ερωτήσεις τον διευκολύνει να εκφράσει την άποψή του.

Για τον φλύαρο

Να τον ακούει με υπομονή, να τον διακόπτει ευγενικά προσπαθώντας να τον πείσει.

Για τον αναποφάσιστο

Να του δώσει πληροφορίες έστω και αν δεν τις ζήτησε, αλλά ποτέ δεν πρέπει να τον θέσει μπροστά σε διλήμματα.

(3X2) = 6 Μονάδες

Κεφ. 15 σελ. 220

3. Τέσσερα παραδείγματα κινήτρων για ενθάρρυνση των εξαγωγών, από τα πιο κάτω:

- i. Μερική φορολογική απαλλαγή για εισοδήματα από εξαγωγές,
- ii. Απαλλαγή από τις αυξήσεις της τιμής του ηλεκτρικού ρεύματος σε εξαγωγικές βιομηχανίες.
- iii. Επιστροφή του δασμού που πληρώθηκε για πρώτες ύλες όταν αυτές χρησιμοποιούνται για κατασκευή προϊόντων που εξάγονται.
- iv. Η δημιουργία της Ελεύθερης Ζώνης Λάρνακας για εγκατάσταση εκεί εξαγωγικών βιομηχανιών και επέτρεψε τη δημιουργία Εργοστασίων Μπόντετ τα οποία μπορούν να εγκατασταθούν όπου θέλουν, κάτω όμως από αυστηρό τελωνειακό έλεγχο.
- v. Βραβεία Εξαγωγών που απονέμονται κάθε χρόνο από το ΚΕΒΕ σε συνεργασία με το Υπουργείο Εμπορίου και Βιομηχανίας.
- vi. Επιχορήγηση από την Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού διαφόρων επιμορφωτικών σεμιναρίων.

(4X1) = 4 Μονάδες

Κεφ. 7 σελ. 93

4. Η φορτωτική αποτελεί ένα σημαντικό έγγραφο στο διεθνές εμπόριο γιατί το έγγραφο αυτό αποτελεί απόδειξη της συμφωνίας μεταξύ αποστολέα και του μεταφορέα για τη μεταφορά και παράδοση του φορτίου στον προορισμό του και έγγραφο ιδιοκτησίας των εμπορευμάτων με το οποίο ο εισαγωγέας θα μπορέσει να τα παραλάβει. 2 Μονάδες

Εκδίδεται από τη ναυτιλιακή εταιρεία μετά τη φόρτωση των εμπορευμάτων και παραδίδεται στον εξαγωγέα. 2 Μονάδες

Σύνολο: 4 Μονάδες

Κεφ. 7 σελ. 90

Σύνολο Ερώτησης Γ': 20 Μονάδες

Ερώτηση Δ΄

1. (α)

- i. Η λειτουργία της **Ανάληψης κινδύνου** περιλαμβάνει την αβεβαιότητα που σχετίζεται με την αγορά, την πώληση, την αποθήκευση, και την χρηματοδότηση των προϊόντων, συμπεριλαμβανομένου και του κινδύνου να μην αγοράσει το καταναλωτικό κοινό το προϊόν ή να μην το πληρώσει, ή του κινδύνου να ξεπεραστεί το προϊόν από κάποια νεότερα.
- ii. Η λειτουργία της **Ανάπτυξης πληροφοριών** περιλαμβάνει την συλλογή, ανάλυση και διανομή πληροφοριών στα στελέχη του μάρκετινγκ, για να πάρουν σωστές αποφάσεις. Για παράδειγμα αυτές οι πληροφορίες βοηθούν το στέλεχος μάρκετινγκ να βρει αγοραστές και να αναγνωρίσει τις ανάγκες τους που μπορεί να ικανοποιήσει η επιχείρησή του με επικερδή τρόπο.

(2X2) = 4 Μονάδες

(β) Αναφορά δύο άλλων λειτουργιών του μάρκετινγκ από τις πιο κάτω:

- i. Η λειτουργία της αγοράς
- ii. Η λειτουργία της πώλησης
- iii. Η λειτουργία της μεταφοράς
- iv. Η λειτουργία της αποθήκευσης
- v. Η λειτουργία της ταξινόμησης
- vi. Η λειτουργία της χρηματοδότησης.

(2X1) = 2 Μονάδες

Κεφάλαιο 8, Σελ. 98

2. Ο όρος «**Μίγμα Μάρκετινγκ**» (Marketing mix), σημαίνει το συνδυασμό του ανθρώπινου δυναμικού και των άλλων υλικών μέσων, τα οποία απαιτούνται για την εκπλήρωση των προγραμμάτων και των στόχων μιας επιχείρησης σε μια αγορά.

2,5 Μονάδες

Αποτελείται από τα ακόλουθα στοιχεία:

Το προϊόν, το σύστημα καθορισμού της τιμής (τιμολόγηση), το σύστημα προώθησης, το σύστημα διανομής και το ανθρώπινο δυναμικό.

(5X0,5) = 2,5 Μονάδες

Σύνολο 5 Μονάδες

Κεφάλαιο 8, Σελ. 100

3. Είναι καλύτερη η τιμή €99,99 από την τιμή €100 διότι η τιμή αυτή δημιουργεί στον αγοραστή την εντύπωση της ευκαιρίας και έτσι το προϊόν γίνεται ψυχολογικά ελκυστικό για τους πελάτες.

2 Μονάδες

Κεφάλαιο 4, Σελ. 51

4. α) Η τιμολόγηση με βάση το νεκρό σημείο, βασίζεται στην αρχή ότι μια επιχείρηση πρέπει τουλάχιστο να καλύπτει το κόστος της. Με το νεκρό σημείο καθορίζεται ο όγκος των πωλήσεων ενός προϊόντος, με τον οποίο η επιχείρηση εξισώνει το συνολικό κόστος με τα συνολικά έσοδα. Πάνω από το σημείο αυτό η επιχείρηση πραγματοποιεί κέρδη.

3 Μονάδες

Κεφάλαιο 4, Σελ. 53

$$\beta) \quad \text{Νεκρό Σημείο} = \frac{\text{Σταθερό Κόστος}}{\text{Τιμή} - (\text{Μέσο Μεταβλητό Κόστος})}$$

$$\text{Νεκρό Σημείο} = \frac{100.000}{32 - 12} = 5000 \text{ Μονάδες}$$

2 Μονάδες

Νεκρό Σημείο σε αξία: Συνολικό κόστος = Συνολικά Έσοδα

$$\text{Συνολικά έσοδα} = \text{Μονάδες} \times \text{τιμή} \Rightarrow 5000 \times \text{€}32 = \text{€}160.000$$

$$\begin{aligned} \text{Συνολικό κόστος} &= \text{Μονάδες} \times (\text{Μέσο σταθερό} + \text{Μέσο μεταβλητό κόστος}) \\ &= 5000 \times (\text{€}20^* + \text{€}12) = \text{€}160.000 \end{aligned}$$

$$^* \text{Μέσο σταθερό κόστος} = \text{Συνολικό κόστος} \div \text{Μονάδες} = \text{€}100.000 \div 5000 = \text{€}20$$

$$\begin{aligned} \text{ή Συνολικό κόστος} &= \text{Σταθερό} + \text{Μεταβλητό κόστος} \\ &= 100.000 + 60.000^* = \text{€}160.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} ^* \text{Μεταβλητό κόστος} &= \text{Μέσο μεταβλητό κόστος} \times \text{Μονάδες} \\ \text{Μεταβλητό κόστος} &= 12 \times 5000 = \text{€}60.000 \end{aligned}$$

2 Μονάδες
Σύνολο 4 Μονάδες

Κεφάλαιο 4, Σελ. 54

Σύνολο Ερώτησης Δ': 20 Μονάδες

Ερώτηση Ε'

1. Με τη χρεωστική κάρτα ο πελάτης δεν εξασφαλίζει οποιαδήποτε πιστωτική διευκόλυνση αλλά μπορεί να διενεργεί τις πληρωμές του με αυτήν εφόσον έχει ικανοποιητικό υπόλοιπο στο λογαριασμό του. Αντίθετα με την πιστωτική κάρτα ο πελάτης εξασφαλίζει πιστωτικές διευκολύνσεις κατά την χρήση της και χρεώνεται σε ειδικό λογαριασμό για το ποσό της πληρωμής χωρίς να υπολογίζεται τόκος ή άλλη επιβάρυνση, φτάνει να εξοφλήσει το χρέος του σε χρονική περίοδο μέχρι 40 ημέρες.

(2 στοιχεία x 1) = 2 Μονάδες

Κεφ. 5 σελ. 63-64

2. **Σημασία του εμπορικού σήματος για τον καταναλωτή**
Η ύπαρξη του σήματος βοηθά τον καταναλωτή να αναζητήσει και αναγνωρίσει το προϊόν και έτσι τον διευκολύνει στην αγορά του. Το σήμα βοηθά στη δημιουργία μιας εικόνας στον καταναλωτή για την ποιότητα του προϊόντος και τον απαλλάσσει από το πρόβλημα της συνεχούς σύγκρισης. Πολλές φορές ο καταναλωτής πληρώνει ίσως περισσότερα για να αγοράσει ένα προϊόν με καλό σήμα, γιατί έχει τη σιγουριά της καλής ποιότητας και της εύκολης πιστοποίησης της προέλευσής του. Δίνει επίσης στους καταναλωτές την ψυχολογική ικανοποίηση ότι αγόρασαν ένα προϊόν που συμβολίζει την προβολή και τη διάκριση.

(2 στοιχεία x 1) = 2 Μονάδες

Σημασία για τον παραγωγό

Ο παραγωγός με το σήμα προσδιορίζει την ποιότητα του προϊόντος και διαφοροποιεί το προϊόν του από τα παρόμοια των ανταγωνιστών του. Το καλό σήμα διευκολύνει τη διαφήμιση των προϊόντων και κάνει ευκολότερη την προώθηση και προβολή τους. Μπορεί επίσης να δικαιολογήσει μια ψηλότερη τιμή αν το σήμα έγινε σύμβολο προβολής και διάκρισης των προϊόντων της.

(2 στοιχεία x 2) = 4 Μονάδες

Κεφ. 11 σελ. 155

3. (α)

(i) Ποσοστό Μικτού Κέρδους επί των πωλήσεων = $\frac{100.000 \times 100}{200.000} = 50\%$

(ii) Ποσοστό Καθαρού Κέρδους επί των πωλήσεων = $\frac{20.000 \times 100}{200.000} = 10\%$

(iii) Μέση Διάρκεια Χορηγούμενων Πιστώσεων = $\frac{50.000 \times 365}{200.000} = 91$ ημέρες

(Εφαρμογή τύπου: 1 μον., Αποτέλεσμα: 1 μον., παράλειψη % ή ημέρες: - 0,5 μον.)

(3X2) = 6 Μονάδες

Κεφ. 20 σελ. 282

- (β) Συμπεραίνουμε ότι η επιχείρηση χρειάζεται να περιορίσει τα λειτουργικά της έξοδα διότι το ποσοστό καθαρού κέρδους επί των πωλήσεων (10%) είναι πολύ χαμηλό σε σύγκριση με το ποσοστό του Μικτού κέρδους επί των πωλήσεων (50%).

(2X2) = 4 Μονάδες

Κεφ. 20 σελ. 282

- (γ) Ο αριθμοδείκτης της Μέσης Διάρκειας Χορηγούμενων Πιστώσεων δείχνει κατά μέσο όρο πόσες μέρες πίστωση παραχωρεί στους πελάτες της η επιχείρηση. Μείωση του αριθμοδείκτη δεν σημαίνει αναγκαστικά και βελτίωση, διότι προσπάθεια μείωσής του μπορεί να προκαλέσει μείωση των πωλήσεων.

(1X2) = 2 Μονάδες

Κεφ. 20 σελ. 283

Σύνολο Ερώτησης Ε': 20 Μονάδες

ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΜΟΝΑΔΩΝ 100