

**ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΝΩΤΕΡΗΣ ΚΑΙ ΑΝΩΤΑΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ**

ΠΑΓΚΥΠΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2012

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΙΙ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΣΧΟΛΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ

Μάθημα: ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

**Ημερομηνία και ώρα εξέτασης: Τρίτη 29 Μαΐου 2012
11:00 - 13:30**

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΛΥΣΕΙΣ

ΜΕΡΟΣ Α΄

Ερώτηση 1

α) I) Συντελεστής ΦΠΑ 15%

$$\begin{array}{l} \text{€46} \quad 115\% \\ \text{X} \quad 100\% \end{array} \quad \text{Καθαρή αξία πωλήσεων χωρίς ΦΠΑ} = \frac{46 \times 100}{115} = \text{€40}$$

$$\begin{array}{l} \text{€46} \quad 115\% \\ \text{X} \quad 15\% \end{array} \quad \text{Καθαρή αξία πωλήσεων χωρίς ΦΠΑ} = \frac{46 \times 15}{115} = \text{€6}$$

(Μονάδες 2)

II) Συντελεστής ΦΠΑ 17%

$$\begin{array}{l} \text{€46} \quad 117\% \\ \text{X} \quad 100\% \end{array} \quad \text{Καθαρή αξία πωλήσεων χωρίς ΦΠΑ} = \frac{46 \times 100}{117} = \text{€39,32}$$

$$\begin{array}{l} \text{€46} \quad 117\% \\ \text{X} \quad 17\% \end{array} \quad \text{Καθαρή αξία πωλήσεων χωρίς ΦΠΑ} = \frac{46 \times 17}{117} = \text{€6,68}$$

Το ποσό μείωσης του κέρδους από την απορρόφηση του Φ.Π.Α. είναι:
 $40 - 39,32 = \text{€0,68}$ ανά μονάδα προϊόντος.

(Μονάδες 4)

β) Για επιβεβαίωση της ορθότητας των ενδείξεων των καρτελών ή του υπολοίπου του Ηλεκτρονικού Υπολογιστή ή για διόρθωση τους αν διαπιστωθεί διαφορά, πρέπει να γίνεται κατά διαστήματα καταμέτρηση των αποθεμάτων. Σε πολλές επιχειρήσεις γίνεται γενική απογραφή των εμπορευμάτων στο τέλος του λογιστικού έτους, ενώ σε άλλες γίνεται περιοδική απογραφή.

Η διαδικασία της απογραφής προβλέπει την καταμέτρηση και την εκτίμηση της αξίας του κάθε προϊόντος σε μια δεδομένη χρονική στιγμή. Είναι συνεπώς η πιο ολοκληρωμένη και, αν γίνει σωστά, η πιο ακριβής. Η φυσική απογραφή των αποθεμάτων γίνεται αρχικά μόνο για σκοπούς ελέγχου του εμπορεύματος.

(Μονάδες 4)

Σελίδα 257-260 Κεφάλαιο 18

Ερώτηση 2

Μια νέα επιχείρηση για να μπορέσει να ενταχθεί ομαλά στην αγορά, θα πρέπει να κάνει έρευνα της αγοράς. Η έρευνα της αγοράς ασχολείται με την συγκέντρωση στοιχείων που έχουν σχέση με την προμήθεια και τη διάθεση αγαθών. Η συγκέντρωση των στοιχείων πρέπει να είναι συστηματική και αντικειμενική. Η ανάλυση των στοιχείων που συγκεντρώθηκαν πρέπει να οδηγεί σε κάποια συμπεράσματα. Οι διάφορες μορφές έρευνας είναι:

- α) Έρευνα των χαρακτηριστικών της αγοράς – Ποιοτική ανάλυση.
- β) Ποσοτική έρευνα της αγοράς.
- γ) Έρευνα διανομής των προϊόντων και οργάνωσης των υπηρεσιών διάθεσης.
- δ) Έρευνα για επιτυχή διαφήμιση των προϊόντων.
- ε) Έρευνα προϊόντος.
- στ) Έρευνα τιμής.
- ζ) Έρευνα για τη θέση της επιχείρησης μέσα στην αγορά.

(Μονάδες 9)

Σελίδα 108-109 Κεφάλαιο 9

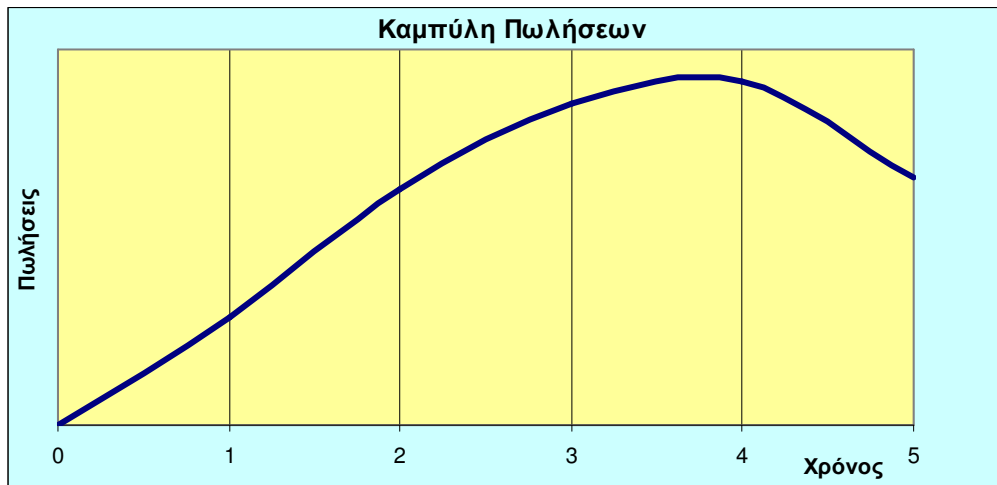
Ερώτηση 3

Στις πωλήσεις από τηλεφώνου και κατά τη διάρκεια της συνομιλίας, μία αποτελεσματική μέθοδος που χρησιμοποιείται από την τηλεφωνική επαφή, είναι η μέθοδος του «ή». Με τη μέθοδο αυτή ο πελάτης έχει πάντοτε την ευχέρεια να διαλέξει μεταξύ δύο υπαλλακτικών λύσεων. Πχ. Να περάσω να σας δω αύριο στις 10 το πρωί ή να περάσω στις 3 το απόγευμα;

(Μονάδες 4)

Σελίδα 235 Κεφάλαιο 16

Ερώτηση 4



Τα πέντε στάδια της εξέλιξης του κύκλου ζωής ενός προϊόντος είναι:

- 1. Είσοδος.** Η είσοδος του προϊόντος στην αγορά. Το προϊόν είναι άγνωστο στην αγορά και οι πωλήσεις του αυξάνονται με αργό ρυθμό. Αυξημένα έξοδα προβολής. Απαιτείται μεγάλη προσπάθεια από μέρους της επιχείρησης.
- 2. Ανάπτυξη.** Γρήγορη αύξηση των πωλήσεων. Βελτίωση της ποιότητας του προϊόντος. Αύξηση και βελτίωση των καναλιών διανομής. Εντατική προβολή του προϊόντος. Μείωση τιμής για προσέλκυση νέων πελατών.
- 3. Ωριμότητα.** Οι πωλήσεις αυξάνονται με φθίνοντα ρυθμό. Επηρεάζονται έντονα από τον πληθωρισμό και η επιχείρηση προσπαθεί να αντιδράσει με μέτρα όπως, μείωση της τιμής, νέα διαφημιστική εκστρατεία, βελτίωση ποιότητας, εκπτώσεις και άλλα κίνητρα.
- 4. Κορεσμός.** Οι πωλήσεις σταθεροποιούνται και αρχίζουν να μειώνονται λόγω τελειοποίησης των ανταγωνιστικών προϊόντων με αποτέλεσμα τη μείωση των κερδών.
- 5. Παρακμή.** Μείωση των πωλήσεων λόγω του έντονου ανταγωνισμού. Η επιχείρηση αντιδρά με την δημιουργία βελτιωμένων και με χαμηλότερο κόστος προϊόντων για την αντικατάσταση του παλαιού. **(Μονάδες 10)**

Σελίδα 143-145 Κεφάλαιο 11

ΜΕΡΟΣ Β΄

Ερώτηση 1

Με βάση τον συνολικό αριθμό των επισκέψεων που μπορεί να κάνει ένας πωλητής στους πελάτες μέσα σε ένα χρόνο (750) και πόσες επισκέψεις χρειάζεται ένας πελάτης (30), μπορούμε να βρούμε το σύνολο των επισκέψεων που μπορούν να γίνουν μέσα σε ένα χρόνο. Για να βρεθεί ο αριθμός των πωλητών που θα χρειαστούν πολλαπλασιάζουμε τον αριθμό των πελατών επί τον αριθμό των επισκέψεων ανά πελάτη και βρίσκουμε το συνολικό αριθμό επισκέψεων που πρέπει να γίνουν σε ένα έτος. Στη συνέχεια τον διαιρούμε με τον αριθμό των επισκέψεων που μπορεί να κάνει ένας πωλητής και βρίσκουμε τον απαιτούμενο αριθμό πωλητών.

$$\text{Αριθμός Πωλητών} = \frac{\text{Αρ. Πελατών} \times \text{Αρ. Επισκέψεων ανά πελάτη}}{\text{Ετήσιος αρ. επισκέψεων ανά πωλητή}} =$$

$$\text{Αριθμός Πωλητών} = \frac{400 \times 30}{750} = \frac{12.000}{750} = 16 \text{ πωλητές}$$

$$\text{Αριθμός Πωλητών} = \frac{500 \times 30}{750} = \frac{15.000}{750} = 20 \text{ πωλητές}$$

Η επιχείρηση για να μπορέσει να καλύψει την εξυπηρέτηση των 100 νέων πελατών θα χρειαστεί να προσλάβει (20 – 16) 4 νέους πωλητές.

(Μονάδες 6)

Σελίδα 175 Κεφάλαιο 12

Ερώτηση 2

Η προσωπική πώληση είναι το δεύτερο σε σπουδαιότητα στοιχείο του δείγματος προβολής. Είναι μία άμεση επικοινωνία, πρόσωπο με πρόσωπο μεταξύ του πωλητή και του αγοραστή, που σκοπός της είναι ο πωλητής να πληροφορήσει και να πείσει τον αγοραστή να αγοράσει ένα προϊόν. Στη προσωπική πώληση έχουμε μία ζωντανή αντιμετώπιση του πελάτη από τον πωλητή. Αυτό είναι και το βασικό πλεονέκτημα της προσωπικής πώλησης.

Η προσωπική πώληση είναι αποτελεσματική όταν:

- Η δαπάνη αγοράς είναι μεγάλη.
- Τα χαρακτηριστικά του προϊόντος απαιτούν εξηγήσεις και επίδειξη.
- Το προϊόν αγοράζεται σε σχετικά μεγάλα και ακανόνιστα χρονικά διαστήματα.
- Το προϊόν κατασκευάζεται σύμφωνα με τις απαιτήσεις του πελάτη.

(Μονάδες 6)

Σελίδα 172-173 Κεφάλαιο 12

Ερώτηση 3

Ο καταναλωτής προστατεύεται από:

α) Νομοθεσίες.

Το κράτος με νομοθεσία του αλλά και σύμφωνα με οδηγίες της Ε.Ε., ανέθεσε στο Υπουργείο Εμπορίου, Βιομηχανίας, Τουρισμού και Περιβάλλοντος μέσω της Υπηρεσίας Ανταγωνισμού και Προστασίας των Καταναλωτών, να προωθή το μεταξύ των ανταγωνισμό των επιχειρήσεων και να προστατεύει από μονοπωλιακές καταστάσεις. Επίσης η νομοθεσία έχει ως σκοπό της την διαφύλαξη της υγείας της ασφάλειας και των οικονομικών συμφερόντων των καταναλωτών.

Βάσει της νομοθεσίας παρακολουθούνται οι τιμές, η ποιότητα των προϊόντων, γίνεται ενημέρωση των καταναλωτών, διερευνούνται καταγγελίες και οι παρανομούμενες παραπέμπονται στη δικαιοσύνη.

Σελίδα 239 κ.α. Κεφάλαιο 17

β) Σύνδεσμος Καταναλωτών.

Ο κυπριακός Σύνδεσμος Καταναλωτών ιδρύθηκε το 1973 από τους οργανωμένους καταναλωτές για να λειτουργεί ως ομάδα πίεσης για κατοχύρωση των δικαιωμάτων των καταναλωτών.

Με άλλα λόγια ο Σύνδεσμος προστατεύει δικαιώματα όπως:

- Το δικαίωμα της ασφάλειας.
- Το δικαίωμα της ενημέρωσης.
- Το δικαίωμα της εκλογής.
- Το δικαίωμα της εκπροσώπησης.
- Το δικαίωμα της αποζημίωσης.
- Το δικαίωμα της συνεχούς εκπαίδευσης.
- Το δικαίωμα του υγιούς περιβάλλοντος.

Σελίδα 253 κ.α. Κεφάλαιο 17

γ) Ο στόχος.

Ο στόχος είναι να αποκτήσουν οι πολίτες/καταναλωτές σωστή καταναλωτική συνείδηση.

Ο εαυτός μας είναι ο καλύτερος προστάτης των συμφερόντων μας. Με τις γνώσεις που αποκτούμε ως καταναλωτές, με τις πληροφορίες που παίρνουμε, διαμορφώνουμε τη σωστή καταναλωτική συνείδηση. Έτσι για παράδειγμα, πριν αγοράσουμε ένα προϊόν κοιτάζουμε και συγκρίνουμε την τιμή, την ποιότητα, τα υλικά κατασκευής, την ημερομηνία λήξης τους και αν χρειαστεί καταγγέλλουμε τον πωλητή ο οποίος πιθανόν να παρανομεί.

(Μονάδες 9)

Σελίδα 238 κ.α. Κεφάλαιο 17

Ερώτηση 4

α) Σύμφωνα με τα στοιχεία της **Γαλακτοβιομηχανίας AZ & Σία** φαίνεται ότι:

- Έχει τρεις σειρές προϊόντων με τα ίδια φυσικά χαρακτηριστικά που ανήκουν στο ίδιο είδος.
- Το εύρος του μίγματος αποτελείται από τρεις σειρές προϊόντων.
- Το βάθος της σειράς αναφέρεται στον αριθμό των διαφορετικών προϊόντων που αποτελούν την κάθε σειρά. Στη προκειμένη περίπτωση ο αριθμός των προϊόντων αυτών είναι έξι σε κάθε σειρά.

(Μονάδες 4)

β) Για να είναι άριστο ένα δείγμα πρέπει να:

- Τα προϊόντα που περιλαμβάνει να ικανοποιούν κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις ανάγκες της αγοράς.
- Να συμβάλλει στη μεγιστοποίηση των κερδών της επιχείρησης.

(Μονάδες 3)

Σελίδα 146 Κεφάλαιο 11

Ερώτηση 5

Τα κυριότερα στοιχεία που επηρεάζουν την απόφαση για την αγορά ενός αυτοκινήτου ή της επίπλωσης μίας κατοικίας είναι:

- Η χρονική στιγμή που θα γίνει η αγορά.
- Η σωστή προσέγγιση του πελάτη από τον πωλητή.
- Οι πιστωτικές διευκολύνσεις.
- Η αποτελεσματική αντιμετώπιση προβλημάτων και παραπόνων.
- Η άνεση στη συναλλαγή.
- Οι ανταγωνιστικές τιμές άλλων καταστημάτων.
- Η αναποφασιστικότητα και ο φόβος του καταναλωτή.

(Μονάδες 6)

Σελίδα 128-129 Κεφάλαιο 10

ΜΕΡΟΣ Γ΄

Ερώτηση 1

Η κυκλοφορία των πελατών

Ο χώρος γενικά και ο εξοπλισμός που χρησιμοποιείται βοηθούν στο να νιώθει ο πελάτης όμορφα και άνετα μέσα στο κατάστημα. Τα σύγχρονα καταστήματα διαθέτουν σύστημα κλιματισμού και ο πελάτης μπορεί να κινηθεί στο χώρο με άνεση και να έχει πρόσβαση σε όλα τα εμπορεύματα χωρίς εμπόδια. Έχει στη διάθεση του, αν βρίσκεται σε υπεραγορά, το καροτσάκι ή το καλάθι για την τοποθέτηση των αντικειμένων που αγοράζει, αν βρίσκεται σε κατάστημα ειδών ένδυσης, δοκιμαστήρια στα οποία μπορεί με σχετική άνεση να δοκιμάσει ό.τι θέλει να αγοράσει, κ.ο.κ.

Τα εμπορεύματα βρίσκονται τοποθετημένα και ταξινομημένα με τέτοιο τρόπο, ώστε να μπορεί ο πελάτης, καθοδηγούμενος από τις σχετικές πινακίδες, να τα βρει εύκολα. Ο φωτισμός του καταστήματος επιδρά σημαντικά στη δημιουργία όμορφης ατμόσφαιρας. Τα μεγάλα καταστήματα διαθέτουν κυλιόμενες σκάλες, που βοηθούν στη διακίνηση των πελατών σε διαφορετικούς ορόφους. Διαθέτουν επίσης καφετερίες που δίνουν την ευκαιρία στους πελάτες να πάρουν τον καφέ τους ή το αναψυκτικό τους στο διάλειμμα των αγορών τους και που καμιά φορά προσελκύουν οι ίδιες πελάτες, οι οποίοι στη συνέχεια μπορεί να κάνουν και κάποιες αγορές από άλλα τμήματα του καταστήματος.

Σε πολλά καταστήματα υπάρχει σύστημα που μεταδίδει ευχάριστη μουσική και τραγούδια, ιδιαίτερα όταν πλησιάζουν οι γιορτές των Χριστουγέννων και της Πρωτοχρονιάς. Μπορεί ακόμα να φιλοξενούν παιδικές ή άλλες χορωδίες που κάνουν την ατμόσφαιρα ακόμη πιο γιορτινή. Η διακόσμηση τέλος των καταστημάτων, όχι μόνο κατά τη διάρκεια των γιορτών αλλά και καθόλη τη διάρκεια του χρόνου, είναι απαραίτητο στοιχείο. Οι επιχειρήσεις δαπανούν μεγάλα ποσά για τις αμοιβές των διακοσμητών και άλλων ειδικών που ασχολούνται με το έργο αυτό.

(Μονάδες 7)

Σελίδα 207 Κεφάλαιο 14

Ερώτηση 2

Η σωστή διαχείριση των αποθεμάτων εξασφαλίζει από τη μια την άριστη κατανομή του κεφαλαίου που πρέπει να διατεθεί σε εμπορεύματα και από την άλλη τη σωστή ισορροπία μεταξύ της διαθέσιμης ποσότητας και των πωλήσεων.

Ο σκοπός ενός συστήματος διαχείρισης αποθεμάτων είναι να εξασφαλίζει πληροφορίες για την ποσότητα και την κατάσταση του εμπορεύματος. Ο στόχος είναι η επίτευξη του μεγαλύτερου δυνατού όγκου πωλήσεων με το πιο οικονομικό επίπεδο αποθεμάτων.

Το πρόβλημα της διατήρησης του οικονομικότερου επιπέδου αποθεμάτων έχει άμεση σχέση με την αποδοτικότητα της επιχείρησης διότι:

πολύ μικρό απόθεμα δεν μπορεί να ανταποκριθεί στις πωλήσεις, πράγμα που οδηγεί σε καθυστέρηση στην εκτέλεση των παραγγελιών ή και σε ακύρωση τους, με αποτέλεσμα την απώλεια κερδών και τη μείωση της εκτίμησης του πελάτη για την επιχείρηση.

(Μονάδες 5)

- πολύ μεγάλο απόθεμα δεσμεύει κεφάλαια, με αποτέλεσμα η επιχείρηση να επιβαρύνεται με τόκους, με αυξημένα έξοδα φύλαξης, συντήρησης, ασφάλειας και αυξημένους κινδύνους ζημιάς από μεταπτώσεις της αγοράς, εποχιακές μεταλλαγές ή αλλαγές της μόδας ή της τεχνολογίας, που μακροπρόθεσμα θα μειώσουν σημαντικά το περιθώριο μικτού κέρδους, λόγω μεγάλης μείωσης στις τιμές για εκκαθάριση του αποθέματος.

(Μονάδες 5)

Σελίδα 275 - 276 Κεφάλαιο 19

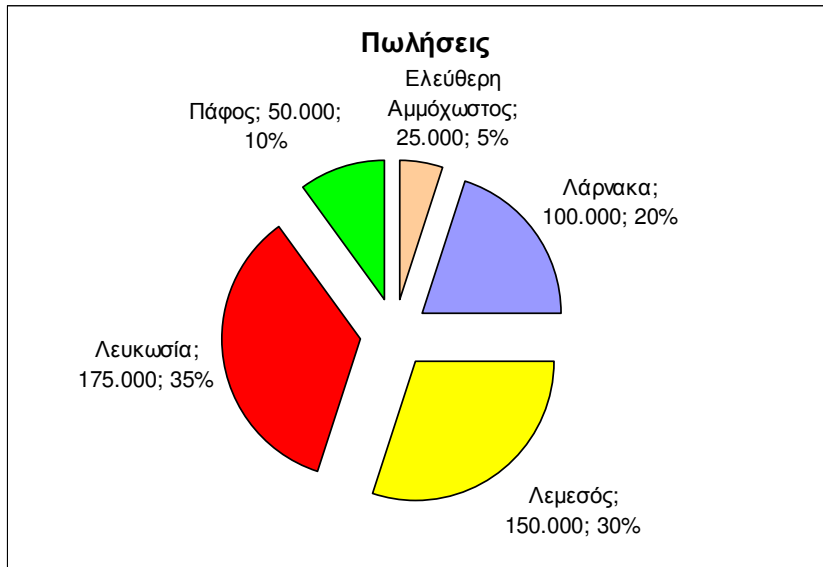
Ερώτηση 3

Παλαιότερα επικρατούσε η άποψη ότι κάποιος φέρει από τη γέννηση του όλα εκείνα τα φυσικά χαρακτηριστικά που θα τον κάνουν ένα χαρισματικό πωλητή.

Τα φυσικά προσόντα, η καλή εμφάνιση, η ευλγωπτία, το χιούμορ κλπ, αποτελούν οπωσδήποτε πλεονεκτήματα για ένα πωλητή, όμως εξίσου σημαντικές είναι και οι ικανότητες ή τα προσόντα που αποκτούν μετά από εκπαίδευση. Ένας ταλαντούχος άνθρωπος δεν θα διαπρέψει στο τομέα του, αν δεν καλλιεργήσει το ταλέντο του με την κατάλληλη εκπαίδευση. Έτσι διακρίνουμε πολλές φορές άτομα χωρίς ιδιαίτερο ταλέντο που εξελίχθηκαν σε ικανοποιητικά επίπεδα χάρη στην εκπαίδευση τους, όπως επίσης και άτομα που αν και διέθεταν ταλέντο και αναμενόταν να επιτύχουν, λόγω έλλειψης παρέμειναν σε μέτρια επίπεδα ή απέτυχαν.

(Μονάδες 6)

Σελίδα ??? Κεφάλαιο ??
Ερώτηση 4



(Μονάδες 6)

α)

$$\text{Εκπτώσεις ως ποσοστό επί των πωλήσεων} = \frac{\text{€}20.000 \times 100}{\text{€}500.000} = 4\%$$

β)

$$\text{Φθορές ως ποσοστό επί των πωλήσεων} = \frac{\text{€}15.000 \times 100}{500.000} = 3\%$$

(Μονάδες 4)

Σελίδα 283-284 Κεφάλαιο 20

---- ΤΕΛΟΣ ----