

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

ΠΑΓΚΥΠΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2015

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΙΙ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΣΧΟΛΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ

Μάθημα: ΤΕΧΝΙΚΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

**Ημερομηνία και ώρα εξέτασης: Τρίτη 9 Ιουνίου 2015
8:00 - 10:30**

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΛΥΣΕΙΣ

ΜΕΡΟΣ Α´

Ερώτηση 1

ΕΠΑΡΧΙΑ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ	ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	ΚΕΡΔΟΣ
Ελεύθερη Αμμόχωστος	100.000	100.000 X 15 %	€15.000
Λάρνακα	400.000	400.000 X 15 %	€60.000
Λεμεσός	900.000	900.000 X 15 %	€135.000
Λευκωσία	1.000.000	1.000.000 X 15 %	€150.000
Πάφος	600.000	600.000 X 15 %	€90.000
Σύνολο	3.000.000	3.000.000 X 15 %	€450.000

(Μονάδες 12)

Σελίδα 280-288 Κεφάλαιο 20

Ερώτηση 2

Πριν αρχίσει η σύνταξη του ερωτηματολογίου, θα πρέπει να ολοκληρωθεί η πιο κάτω διαδικασία:

- Καθορισμός των αντικειμενικών στόχων της έρευνας.
- Προσδιορισμός των πληροφοριών που επιδιώκεται να συλλεγούν.
- Επιλογή της μεθόδου επικοινωνίας για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.
- Καθορισμός του περιεχομένου, της διατύπωσης, και της μορφής των ερωτήσεων.
- Καθορισμός της σειράς των ερωτήσεων.

(Μονάδες 8)

Σελίδα 107 Κεφάλαιο 9

Ερώτηση 3

Τα βασικά **πλεονεκτήματα** και **μειονεκτήματα** των κυριότερων μέσων διαφήμισης μπορούν να συνοψιστούν στα πιο κάτω:

- Οι εφημερίδες έχουν το πλεονέκτημα ότι σχεδόν όλοι διαβάζουν καθημερινά μια εφημερίδα και αυτός που θα διαφημίσει μπορεί να επιλέξει την πιο κατάλληλη εφημερίδα για να προσεγγίσει την συγκεκριμένη κοινωνικοοικονομική ομάδα προς την οποία θέλει να απευθυνθεί. Επίσης η διαφήμιση μέσω εφημερίδων έχει σχετικά χαμηλό κόστος. Το μειονέκτημα της διαφήμισης μέσω των εφημερίδων είναι η σύντομη ζωή τους.
- Τα περιοδικά προσφέρουν στο διαφημιζόμενο μεγάλη ποικιλία επιλογών ως προς τις πληθυσμιακές ομάδες προς τις οποίες θέλει να απευθυνθεί, έχουν μεγαλύτερη διάρκεια ζωής και καλύτερη ποιότητα εκτύπωσης σε σύγκριση με τις εφημερίδες. Μειονέκτημα της διαφήμισης μέσω περιοδικών είναι το ψηλότερο κόστος.
- Το ραδιόφωνο δίνει το πλεονέκτημα της δυνατότητας εύκολης αλλαγής της διαφήμισης, λόγω του χαμηλού κόστους παραγωγής και επιτρέπει μεγάλη συχνότητα μετάδοσης της. Αποτελεί μειονέκτημα της ραδιοφωνικής διαφήμισης το ότι το μήνυμα είναι μόνο ακουστικό και πολύ σύντομο.
- Η τηλεοπτική διαφήμιση προσφέρει τεράστιες δυνατότητες σε τοπικό, εθνικό αλλά και παγκόσμιο επίπεδο. Ο συνδυασμός της εικόνας, της κίνησης, του ήχου και των χρωμάτων κάνουν την τηλεόραση να πλεονεκτεί σημαντικά έναντι των άλλων μέσων

διαφήμισης. Μειονέκτημα της είναι το ψηλό συνολικό κόστος, το ότι το μήνυμα φεύγει γρήγορα και ότι ο χρόνος για διαφήμιση σε ώρες ψηλής τηλεθέασης είναι περιορισμένος. **(Μονάδες 8)**

Σελίδα 107 Κεφάλαιο 9

Ερώτηση 4

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

$$\text{Αριθμός Πωλητών} = \frac{300 \times 40}{800} = \frac{12.000}{800} = 15 \text{ πωλητές}$$

$$\text{Αριθμός Πωλητών} = \frac{400 \times 40}{800} = \frac{16.000}{800} = 20 \text{ πωλητές}$$

Η επιχείρηση για να μπορέσει να καλύψει την εξυπηρέτηση των 100 νέων πελατών θα χρειαστεί να προσλάβει $(20 - 15)$ 5 νέους πωλητές. **(Μονάδες 8)**

Σελίδα 175 Κεφάλαιο 12

ΜΕΡΟΣ Β΄

Ερώτηση 1

α) Οι συσκευασίες των προϊόντων, πρέπει να ανοίγονται το ταχύτερο μετά την παραλαβή τους:

- Για να διαπιστωθεί αν τα εμπορεύματα παρουσιάζουν οποιαδήποτε φθορά ή έλλειψη, έτσι που να υποβληθούν σε σύντομο χρονικό διάστημα οποιεσδήποτε απαιτήσεις κατά του αποστολέα ή του μεταφορέα.
- Τα εμπορεύματα μπορεί να είναι ευπαθή και να χρειάζονται ειδική μεταχείριση.
- Για να διατηρείται σταθερή ροή στη διαδικασία τοποθέτησης ενδείξεων και να αποφεύγεται η συμφόρηση.
- Για την επιτάχυνση της αποστολής του τιμολογίου προς άμεση εξόφληση.
- Το τμήμα πωλήσεων πιθανόν να περιμένει τα εμπορεύματα. **(Μονάδες 6)**

Σελίδα 270 - 271 Κεφάλαιο 19

β) Τρεις λόγοι για τους οποίους ο υπεύθυνος της αποθήκης δικαιούται να αρνηθεί την παραλαβή κάποιων εμπορευμάτων είναι:

- Όταν τα εμπορεύματα αγοράζονται βάσει δειγματολογίου και δε συμφωνούν με αυτό.
- Όταν τα εμπορεύματα έχουν παραχθεί με γραπτά προκαθορισμένες προδιαγραφές και δεν τις πληρούν.
- Όταν τα εμπορεύματα έχουν αγοραστεί με τον όρο ότι πληρούν ορισμένες ελάχιστες προδιαγραφές και δεν τις πληρούν.
- Όταν ισχύουν γενικές προδιαγραφές και τα εμπορεύματα είναι ατελή ή δεν τις πληρούν.
- Όταν η τιμή, το σχέδιο, το χρώμα ή οποιοδήποτε άλλο χαρακτηριστικό του εμπορεύματος δεν είναι όπως στην παραγγελία, υπό τον όρο ότι αυτά αναφέρονται με σαφήνεια στην παραγγελία.

- Όταν η ποσότητα δεν είναι η σωστή ή τα εμπορεύματα δεν είναι πλήρη (όπως στην περίπτωση που αγοράζονται σε δωδεκάδες ή άλλο σύνολο).
- Όταν η παράδοση είναι καθυστερημένη, με τον όρο ότι έχει καθοριστεί συγκεκριμένη ημερομηνία παράδοσης. **(Μονάδες 6)**

Σελίδα 274 Κεφάλαιο 19

Ερώτηση 2

α) Το συνολικό ποσό του Φ.Π.Α. που ο έμπορος:

I. πλήρωσε για την αγορά των εμπορευμάτων **(Μονάδες 3)**

$$\begin{array}{r} \text{€}100 \\ \text{€}300.000 \end{array} \quad \begin{array}{r} \text{€}19 \\ \times \end{array} \quad \text{Φ.Π.Α. Εισροών (Αγορών)} = \frac{300.000 \times 19}{100} = \text{€}57.000$$

II. εισέπραξε από τις πωλήσεις των εμπορευμάτων **(Μονάδες 3)**

$$\begin{array}{r} \text{€}100 \\ \text{€}600.000 \end{array} \quad \begin{array}{r} \text{€}19 \\ \times \end{array} \quad \text{Φ.Π.Α. Εκροών (Πωλήσεων)} = \frac{600.000 \times 19}{100} = \text{€}114.000$$

III. πλήρωσε στο κράτος **(Μονάδες 3)**

$$\text{Φ.Π.Α. πληρωτέος στο κράτος} = \text{Φ.Π.Α. Εκροών} - \text{Φ.Π.Α. Εισροών} = \text{€}114.000 - \text{€}57.000 = \text{€}57.000$$

β) Οι τρεις κατηγορίες στις οποίες διακρίνονται τα αγαθά και οι υπηρεσίες, για σκοπούς Φ.Π.Α. είναι οι ακόλουθοι:

1. Αγαθά και υπηρεσίες που φορολογούνται με θετικό συντελεστή
2. Αγαθά και υπηρεσίες που φορολογούνται με μηδενικό συντελεστή
3. Αγαθά και υπηρεσίες που εξαιρούνται από το φόρο **(Μονάδες 3)**

Σελίδα 258 Κεφάλαιο 18

Ερώτηση 3

Οι ιδιότητες που πρέπει να έχει το Εμπορικό Σήμα, για να γίνει δεκτό για εγγραφή στο Μητρώο Σημάτων που τηρείται στο Γραφείο του Επίσημου Παραλήπτη και Εφόρου είναι:

- Να είναι νέο, δηλαδή να μην έχει ήδη κατατεθεί από άλλη επιχείρηση και να μην αποτελεί παραποίηση ή απομίμηση άλλου σήματος.
- Να μην είναι γενικό αλλά συγκεκριμένο, δηλαδή να μην είναι λέξη ή φράση που χρησιμοποιείται για δήλωση του είδους ενός προϊόντος.
- Να μην περιέχει ψευδείς παραστάσεις ή να δημιουργεί κινδύνους παραπλάνησης του κοινού.
- Να μην αντιβαίνει στην καλή πίστη, στην ηθική και στη δημόσια τάξη. **(Μονάδες 12)**

Σελίδα 154 Κεφάλαιο 11

ΜΕΡΟΣ Γ΄

Ερώτηση 1

Οι βασικές τεχνικές της πώλησης μέσω τηλεφώνου δε διαφέρουν ουσιαστικά από την προσωπική πώληση, παρόλο που το μέσο το οποίο χρησιμοποιείται έχει τους εξής σημαντικούς περιορισμούς:

Είναι απρόσωπο, χρησιμοποιεί μόνο την αίσθηση της ακοής, ενώ οι άλλες αισθήσεις δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν, πράγμα που στερεί την παρατήρηση στις φυσικές αντιδράσεις των ατόμων. **(Μονάδες 5)**

Σελίδα 230 Κεφάλαιο 16

Ερώτηση 2

α) Αγορά είναι ο μηχανισμός μέσω του οποίου επικοινωνούν οι άνθρωποι, ως αγοραστές ή ως πωλητές, με σκοπό τη σύναψη συναλλαγών. **(Μονάδες 3)**

β) Συναλλαγή είναι η οικονομική σχέση μέσα από την οποία δύο ή περισσότερα πρόσωπα (αγοραστές, πωλητές, μεσίτες κ.λπ.) προσφέρουν το καθένα στο άλλο, κάτι που έχει αξία, για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους. **(Μονάδες 3)**

Σελίδα 106 Κεφάλαιο 9

Ερώτηση 3

Δείγμα είναι ένα περιορισμένο τμήμα από το συνολικό πληθυσμό (προσώπων, επιχειρήσεων, οικογενειών κ.λπ.), που έχει τα χαρακτηριστικά του πληθυσμού από τον οποίο λήφθηκε.

Το δείγμα για να είναι αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού από τον οποίο λήφθηκε πρέπει να είναι τυχαίο. **(Μονάδες 4)**

Σελίδα 111 Κεφάλαιο 9

Ερώτηση 4

α) Οι περιοδεύοντες πωλητές είναι πωλητές που απευθύνονται σε ενδιάμεσους λιανοπώλες ή σε βιομηχανίες. Είναι εφοδιασμένοι με μεταφορικό μέσο και τοποθετημένοι σε γεωγραφικές περιφέρειες. Έχουν καθορισμένα δρομολόγια και επισκέπτονται σε τακτικά χρονικά διαστήματα τους πελάτες τους. **(Μονάδες 4)**

β) Τα κυριότερα καθήκοντα αυτών των πωλητών είναι: **(Μονάδες 4)**

- η πραγματοποίηση πωλήσεων
- η φροντίδα για την τοποθέτηση και προβολή των προϊόντων
- η γνωριμία της επιχείρησης με το αγοραστικό κοινό
- η έρευνα για ανεύρεση νέων πελατών
- ο διακανονισμός των λογαριασμών των πελατών σύμφωνα με την πολιτική των πωλήσεων και την πιστωτική πολιτική της επιχείρησης
- η υποβολή παραγγελιών και η παρακολούθηση για την έγκαιρη εκτέλεση τους
- η παρουσίαση των παραπόνων των πελατών στη διεύθυνση
- η συμμετοχή σε έρευνες της αγοράς.

Σελίδα 175 Κεφάλαιο 12

Ερώτηση 5

Τρίμηνο	Υπολογισμός Εισοδήματος	Εισόδημα
1 ^ο	$(€600 \times 3) + (30.000 \times 5\%) = €1.800 + €1.500$	€3.300
2 ^ο	$(€600 \times 3) + (70.000 \times 5\%) = €1.800 + €3.500$	€5.300
3 ^ο	$(€600 \times 3) + (60.000 \times 5\%) = €1.800 + €3.000$	€4.800
4 ^ο	$(€600 \times 3) + (40.000 \times 5\%) = €1.800 + €2.000$	€3.800
	Σύνολο	€17.200

(Μονάδες 6)

Η αμοιβή των πωλητών συνήθως καθορίζεται με μια από τις ακόλουθες τρεις μεθόδους:

- α) Μισθός
- β) Μισθός και προμήθεια
- γ) Μισθός με προμήθεια

(Μονάδες 3)**Σελίδα 177 Κεφάλαιο 12**