

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

ΠΑΓΚΥΠΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2009

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΙΙ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΣΧΟΛΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ

Μάθημα: ΤΕΧΝΙΚΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

**Ημερομηνία και ώρα εξέτασης: Τετάρτη 3 Ιουνίου 2009
11:00 - 13:30**

**ΤΟ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟ ΔΟΚΙΜΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΙΤΑΙ ΑΠΟ ΠΕΝΤΕ
(5) ΣΕΛΙΔΕΣ**

ΟΔΗΓΙΕΣ:

- Να απαντήσετε όλες τις ερωτήσεις και των τριών μερών **Α΄, Β΄ και Γ΄**.
- Επιτρέπεται η χρήση μη προγραμματισμένης υπολογιστικής μηχανής.
- Δεν επιτρέπεται η χρήση διορθωτικού υγρού ή άλλου μέσου.
- Στις απαντήσεις σας, να μη γράψετε τα προσωπικά σας στοιχεία.

ΜΕΡΟΣ Α΄

Ερώτηση 1

Ο έμπορος «Χ» έχει επιχείρηση πώλησης ηλεκτρικών συσκευών. Για σκοπούς Φ.Π.Α. (Φόρος Προστιθέμενης Αξίας) η επιχείρηση του υπάγεται στην κατηγορία του θετικού συντελεστή με Φ.Π.Α 15%. Τα στοιχεία του πιο κάτω πίνακα παρουσιάζουν την καθαρή αξία των αγορών και των πωλήσεων της επιχείρησης, ανά τρίμηνο, για το έτος 2008:

Έτος 2008				
Τρίμηνο	1 ^ο	2 ^ο	3 ^ο	4 ^ο
	€	€	€	€
Πωλήσεις	60.000	80.000	140.000	120.000
Αγορές	30.000	40.000	70.000	60.000

Να υπολογίσετε:

- α) Το ποσό του Φ.Π.Α. για το έτος 2008 που ο έμπορος:
- πλήρωσε για την αγορά των εμπορευμάτων
 - είσέπραξε από τις πωλήσεις των εμπορευμάτων
 - πλήρωσε στο κράτος

(Μονάδες 9)

- β) Το κέρδος του εμπόρου για το έτος 2008.

(Μονάδες 3)

- γ) Να αναφέρετε τις τρεις (3) κατηγορίες που διακρίνονται τα αγαθά και οι υπηρεσίες για σκοπούς Φ.Π.Α..

(Μονάδες 3)

(Σύνολο Μονάδων 15)

Ερώτηση 2

«Η προσωπική πώληση είναι το δεύτερο σε σπουδαιότητα στοιχείο του μίγματος προβολής. Είναι μια 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.

*Οι προσωπικές πωλήσεις συγκρινόμενες με τη διαφήμιση έχουν **τρία χαρακτηριστικά πλεονεκτήματα**».*



- Να εξηγήσετε τα δύο (2) χαρακτηριστικά πλεονεκτήματα της προσωπικής πώλησης ενός προϊόντος.

(Μονάδες 6)

Ερώτηση 3

«Οι κυριότερες μέθοδοι επικοινωνίας κατά τη διεξαγωγή μιας έρευνας αγοράς είναι: i) η προσωπική συνέντευξη, ii), η τηλεφωνική συνέντευξη και iii) η ταχυδρομική δημοσκόπηση. Για πολλά χρόνια οι περισσότερες έρευνες αγοράς γίνονταν με προσωπικές συνεντεύξεις. Ωστόσο τα τελευταία χρόνια οι τεχνικές και η τεχνολογία έχουν βελτιώσει την αποτελεσματικότητα και των τηλεφωνικών και των ταχυδρομικών δημοσκοπήσεων σε εξαιρετικό βαθμό».

α) Τι είναι:

- i. η προσωπική συνέντευξη
- ii. η τηλεφωνική συνέντευξη και
- iii. η ταχυδρομική δημοσκόπηση.

(Μονάδες 3)

β) Να γράψετε δύο πλεονεκτήματα για την κάθε μια, από τις πιο πάνω μεθόδους.

(Μονάδες 6)

γ) Να αναφέρετε δύο (2) κατευθυντήριες οδηγίες, που βοηθούν ώστε το περιεχόμενο του ερωτηματολογίου σε μια έρευνα αγοράς, να είναι ξεκάθαρο και να ενθαρρύνει τους ερωτώμενους να απαντήσουν.

(Μονάδες 4)

Σύνολο Μονάδων 13)

(Σύνολο Μονάδων Μέρους Α΄ 34)

ΜΕΡΟΣ Β΄

Ερώτηση 1

α) Να δώσετε τον ορισμό του **προϊόντος**.

(Μονάδες 4)

β) Οι καταναλωτές κατατάσσουν τα προϊόντα σε τρεις κατηγορίες:

- i. προϊόντα που αγοράζονται χωρίς έρευνα ή προϊόντα ευκαιρίας,
- ii. προϊόντα που αγοράζονται ύστερα από έρευνα αγοράς ή προϊόντα επιλογής και
- iii. ειδικά προϊόντα.

Κάποια από τα προϊόντα που φαίνονται στον πιο κάτω πίνακα είναι σε λάθος κατηγορία. Να συμπληρώσετε σωστά τον πίνακα, αντιγράφοντάς τον στο τετράδιο σας.

Προϊόντα που αγοράζονται χωρίς έρευνα ή προϊόντα ευκαιρίας	Προϊόντα που αγοράζονται ύστερα από έρευνα αγοράς ή προϊόντα επιλογής	Ειδικά προϊόντα
Καινούργιο αυτοκίνητο	Σπάνια έργα τέχνης	Νερό εμφιαλωμένο
Γάλα	Καινούργια έπιπλα	Αντίκες
Ακριβά αρώματα	Εφημερίδα	Τσιγάρα
Τηλεόραση	Τυρόπιτα	Πλυντήριο ρούχων

(Μονάδες 6)

(Σύνολο Μονάδων 10)

Ερώτηση 2

α) Να εξηγήσετε τις τρεις (3) μεθόδους καθορισμού της αμοιβής των πωλητών.

(Μονάδες 9)

β) Να γράψετε τους πέντε (5) βασικούς κανόνες, που πρέπει να ακολουθεί ο πωλητής, για την αντιμετώπιση των αντιρρήσεων του πελάτη, κατά τη διαδικασία της πώλησης ενός προϊόντος.

(Μονάδες 5)

(Σύνολο Μονάδων 14)

Ερώτηση 3

Να ονομάσετε τις τρεις (3) μεθόδους υποκίνησης των πωλητών που χρησιμοποιεί μια επιχείρηση για να αυξήσει την απόδοσή τους.

(Μονάδες 3)

Ερώτηση 4

Να αναφέρετε τρεις (3) λόγους αποτυχίας των νέων προϊόντων στην αγορά.

(Μονάδες 6)

(Σύνολο Μονάδων Μέρους Β΄ 33)

ΜΕΡΟΣ Γ΄

Ερώτηση 1

«Στο σύγχρονο λιανικό εμπόριο η κύρια μορφή που επικράτησε στις περισσότερες επιχειρήσεις, ειδικότερα στην πώληση τροφίμων, είναι το σύστημα της αυτοεξυπηρέτησης».



Να περιγράψετε τρία (3) πλεονεκτήματα που προσφέρει το σύστημα αυτοεξυπηρέτησης:

α) για τους πελάτες και

(Μονάδες 6)

β) για την επιχείρηση.

(Μονάδες 6)

(Σύνολο Μονάδων 12)

Ερώτηση 2

Ποιες είναι οι τέσσερις (4) ομάδες ατόμων που επηρεάζουν την απόφαση ενός καταναλωτή για την αγορά ενός ακριβού προϊόντος;

(Μονάδες 4)

Ερώτηση 3

Να αναφέρετε τρεις (3) από τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται για τον καθορισμό του ύψους του προϋπολογισμού της διαφήμισης μιας επιχείρησης.

(Μονάδες 3)

Ερώτηση 4



Ένα από τα στοιχεία που συνθέτουν την προσωπικότητα ενός πετυχημένου πωλητή, είναι **η σωστή επικοινωνία με τους πελάτες**. Να δώσετε τον ορισμό της σωστής επικοινωνίας και να αναφέρετε πέντε (5) από τις βασικές αρχές που πρέπει να γνωρίζει και να εφαρμόζει ο πιο πάνω πωλητής.
(Μονάδες 14)

(Σύνολο Μονάδων Μέρους Γ΄ 33)

(ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΜΟΝΑΔΩΝ 100)

---- ΤΕΛΟΣ ----