

**ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ,
ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΝΕΟΛΑΙΑΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΝΩΤΕΡΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ**

**ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΓΓΡΑΦΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΣΤΟΥΣ
ΠΙΝΑΚΕΣ ΔΙΟΡΙΣΙΜΩΝ 2023**

**Εξεταζόμενο αντικείμενο (Κωδικός): ΕΜΠΟΡΙΚΑ – ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (524)
ΜΕΡΟΣ Γ' (15 Μονάδες)**

Ημερομηνία και ώρα εξέτασης: Δευτέρα, 13 Νοεμβρίου 2023, 15:30 - 18:30

ΛΥΣΕΙΣ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟΥ ΔΟΚΙΜΙΟΥ

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Να σημειώσετε ΟΡΘΟ (Ο) ή ΛΑΘΟΣ (Λ)

1. Το άνοιγμα ανέκκλητης ενέγγυας πίστωσης από την Τράπεζα αποτελεί εγγύηση πληρωμής των χρημάτων από τον αγοραστή/εισαγωγέα. **ΟΡΘΟ**
 2. Η ταμειακή έκπτωση αφαιρείται από το τιμολόγιο. **ΛΑΘΟΣ**
 3. Μία βασική αρχή ασφάλισης είναι «το ασφαλιστικό συμφέρον» το οποίο υποδηλώνει ότι μεταξύ των συμβαλλομένων πρέπει να υπάρχει ειλικρίνεια, εντιμότητα και εμπιστοσύνη. **ΛΑΘΟΣ**
 4. Σύμφωνα με τον όρο καθορισμού του τόπου παράδοσης C.I.F. ο πωλητής απαλλάσσεται από την ευθύνη της ασφάλισης των εμπορευμάτων. **ΛΑΘΟΣ**
 5. Η φορτωτική είναι ένα πολύ σημαντικό έγγραφο το οποίο μεταξύ άλλων προσδιορίζει τον βαθμό της ευθύνης του μεταφορέα για την ασφαλή μεταφορά των εμπορευμάτων. **ΟΡΘΟ**
- (Μονάδες 2,5)**

(Κεφ. 6.2.1.3 Λοιπές Εργασίες, 4.3.6 Εκτέλεση της παραγγελίας, 5.7.3 Βασικές Αρχές Ασφάλισης, 4.2.5.2 Όροι καθορισμού του τόπου παράδοσης, 2.2.3 Φορτωτικά έγγραφα, Σελίδες 143, 92, 130, 85, 38)

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Οι χονδρέμποροι προσφέρουν σημαντικές υπηρεσίες και ευκολίες τόσο στους παραγωγούς όσο και στους λιανοπώλες.

Να αναφέρετε:

- (i) δύο (2) υπηρεσίες και ευκολίες που ο χονδρέμπορος προσφέρει στον παραγωγό και,
 - (ii) δύο (2) υπηρεσίες και ευκολίες που ο χονδρέμπορος προσφέρει στον λιανοπώλη.
- (Μονάδες 2)**

- (i) Υπηρεσίες του χονδρέμπορου στον παραγωγό: **(δύο (2) από τα πιο κάτω)**
 - Τον διευκολύνει στη διάθεση της παραγωγής του.
 - Οι παραγγελίες του υποβάλλονται σε μεγάλες ποσότητες και έτσι ο παραγωγός απαλλάσσεται από περιττά έξοδα, που θα ήταν αναγκαία στην περίπτωση εκτέλεσης πολλών μικρών παραγγελιών.
 - Πληροφορεί και κατατοπίζει τον παραγωγό για την τρέχουσα κατάσταση και τις τάσεις που διαμορφώνονται στην αγορά (εγχώρια και διεθνή) όσον αφορά τις προτιμήσεις των καταναλωτών, τις καινοτομίες που εισάγουν άλλοι παραγωγοί, το κόστος παραγωγής κ.α.
- (ii) Υπηρεσίες του χονδρέμπορου στον λιανοπώλη: **(δύο (2) από τα πιο κάτω)**
 - Απαλλάσσει τον λιανοπώλη από την ανάγκη να διαθέτει κάθε στιγμή αρκετή ποσότητα και ποικιλία εμπορευμάτων, γιατί του προσφέρει τη δυνατότητα να

προμηθεύεται οποιαδήποτε ποσότητα εμπορευμάτων οποτεδήποτε τα χρειαστεί.

- Εξοικονόμηση κεφαλαίων και αποθηκευτικών χώρων
- Περιορισμό των κινδύνων που συνεπάγεται η δημιουργία αποθεμάτων σε περίπτωση αλλαγής στις προτιμήσεις των πελατών, μεταβολής της μόδας και αλλαγής στην ποιότητα και την τιμή κάποιου εμπορεύματος.
- Προσφέρει πιστωτικές ευκολίες στον λιανοπώλη και ευνοϊκούς όρους πώλησης. Με αυτό τον τρόπο αντιμετωπίζεται ικανοποιητικά ο περιορισμός του Κεφαλαίου Κίνησης.
- Πληροφορεί και κατατοπίζει τον λιανοπώλη για νέα προϊόντα του κλάδου του που εμφανίζονται στην αγορά, τις ιδιότητες και τις τιμές τους, για τρόπους προώθησης συγκεκριμένων προϊόντων με βάση τις πληροφορίες και εμπειρίες που αποκομίζει από άλλους λιανοπώλες κλπ.

(Κεφ. 2.1.1 Χονδρικό Εμπόριο, Σελίδες 18-19)

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Χωρίς δάνεια πώς θα κινηθεί η οικονομία;

«...Ο ρόλος των τραπεζών είναι να αιμοδοτούν με σωστούς όρους την πραγματική οικονομία, κι' όχι να κλείνουν τις κάνουλες της χρηματοδότησης και να δυσκολεύουν επιχειρήσεις και νοικοκυριά. Το Υπουργείο Οικονομικών και η Κεντρική Τράπεζα οφείλουν να παρέμβουν σ' αυτό το θέμα και να συζητήσουν με τις τράπεζες για το ευρύτερο θέμα της χρηματοδότησης των πολιτών ...»

Πηγή: Εφημερίδα Οικονομικός Φιλελεύθερος, 29 Οκτωβρίου 2023

Το πιο πάνω άρθρο αναφέρεται στη χρηματοδότηση των νοικοκυριών και των επιχειρήσεων από τις τράπεζες.

Να αναφέρετε τρεις (3) άλλους τρόπους με τους οποίους οι τράπεζες συμβάλλουν στην οικονομία μιας χώρας.

(Μονάδες 1,5)

Η συμβολή των τραπεζών στην οικονομία: **(τρία (3) από τα πιο κάτω)**

- Βοηθούν στην ανάπτυξη του αποταμιευτικού πνεύματος των πολιτών, οι οποίοι καταθέτουν το περίσσειμα του εισοδήματός τους σ' αυτές.
- Συντελούν έμμεσα στη μείωση του κόστους ζωής. Με την ενθάρρυνση της αποταμίευσης συγκεντρώνονται στις τράπεζες μεγάλα ποσά, με συνέπεια να παρέχονται δάνεια με χαμηλό επιτόκιο εξαιτίας της μεγάλης προσφοράς των κεφαλαίων που δημιουργούνται.
- Συγκεντρώνουν τα μικροποσά, που είναι νεκρά στα χέρια εκείνων που τα αποταμιεύουν, και δημιουργούν μεγάλα κεφάλαια, τα οποία χρησιμοποιούνται για παραγωγικούς σκοπούς, συνήθως για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, επεκτάσεις των παλιών και επενδύσεις σε νέα τεχνολογία.

- Συμβάλλουν στην πραγματοποίηση της οικονομικής πολιτικής του κράτους με την εφαρμογή διαφόρων μέτρων νομισματικής πολιτικής που επιβάλλει η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου και η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα.
- Διευκολύνουν σημαντικά τις συναλλαγές, κυρίως με τη γενίκευση της χρήσης των επιταγών και των τραπεζικών καρτών που επιτρέπουν στον κάτοχό τους την αγορά αγαθών και τη διενέργεια πληρωμών χωρίς τη χρήση μετρητών.
- Η εγκατάσταση των Αυτόματων Ταμιακών Μηχανών (ΑΤΜ) και η εισαγωγή σύγχρονης τεχνολογίας, που επιτρέπει στις τράπεζες να διεξάγουν τις εργασίες τους με τους πελάτες τους μέσω τηλεφώνου, ηλεκτρονικού υπολογιστή, διαδικτύου (Internet) και κινητού τηλεφώνου έχει σαν αποτέλεσμα να εξοικονομείται εργασία και χρόνος για τις τράπεζες και τους συναλλασσόμενους.

(Κεφ. 6.1 Η συμβολή των τραπεζών στην οικονομία, Σελ. 139-140)

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Ο κύριος Μηνάς, καθηγητής της Β΄ Λυκείου, βρίσκεται στο στάδιο επανάληψης του κεφαλαίου Νομικές Μορφές Επιχειρήσεων. Δίνει στους μαθητές ένα φύλλο δραστηριοτήτων στο οποίο μεταξύ άλλων τους ζητά να συγκρίνουν τις μετοχές και τις ομολογίες αναφέροντας μία διαφορά τους.

Οι μαθητές/τριες έδωσαν τις πιο κάτω απαντήσεις:

Άννα: Οι μετοχές είναι δανειακοί τίτλοι ενώ οι ομολογίες τίτλοι κυριότητας.

Αντώνης: Τόσο οι μετοχές όσο και οι ομολογίες είναι τίτλοι κυριότητας.

Ελένη: Οι μετοχές είναι τίτλοι κυριότητας ενώ οι ομολογίες είναι δανειακοί τίτλοι.

Να αναφέρετε:

(i) ποιος/α μαθητής/τρια έδωσε τη σωστή απάντηση και,

(ii) δύο (2) βασικά δικαιώματα/προνόμια των κατόχων προνομιούχων μετοχών.

(Μονάδες 1,5)

(i) Ελένη

(ii) Τα βασικά δικαιώματα - προνόμια των κατόχων προνομιούχων μετοχών είναι τα ακόλουθα: **(δύο (2) από τα πιο κάτω)**

- Το δικαίωμα να παίρνουν πρώτοι το μέρος τους από τα κέρδη της εταιρείας, πριν από την πληρωμή οποιουδήποτε μερίσματος στους κατόχους κοινών μετοχών.
- Το δικαίωμα - προνόμιο της συσσώρευσης κερδών. Αν κάποια χρονιά τα κέρδη δεν είναι αρκετά για να πληρωθεί το σταθερό μέρος των προνομιούχων μετοχών, η υποχρέωση της πληρωμής του δεν διαγράφεται, αλλά μεταφέρεται στις επόμενες χρονιές για να πληρωθεί από τα κέρδη που θα πραγματοποιηθούν τότε.
- Το δικαίωμα-προνόμιο να εισπράξουν πρώτοι την ονομαστική αξία (ολόκληρη ή μέρος) των μετοχών τους στην περίπτωση της διάλυσης της εταιρείας.

(Κεφ. 7.2.2.1 Η Δημόσια Μετοχική Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης, Σελ. 181, 177)

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Για τις ερωτήσεις 5.1 - 5.6, να βάλετε σε κύκλο τη σωστή απάντηση.

5.1 Οι υπηρεσίες που λύνουν προβλήματα ή τα βασικά οφέλη που αγοράζουν πραγματικά οι καταναλωτές όταν αποκτούν κάποιο προϊόν ονομάζονται:

α. βασικό προϊόν.

β. πραγματικό προϊόν.

γ. επαυξημένο προϊόν.

δ. αναμενόμενο προϊόν.

ε. διαρκές προϊόν.

(Κεφ. 6.1 Ορισμός προϊόντος, Σελίδα 91-92)

5.2 Ο αριθμός των διαφορετικών ατόμων που εκτίθενται σε ένα συγκεκριμένο διαφημιστικό πρόγραμμα κάποιου μέσου για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα ονομάζεται:

α. επιρροή.

β. συχνότητα.

γ. εμβέλεια.

δ. μερίδιο αγοράς.

ε. θεαματικότητα.

(Κεφ. 9.2.2.2.5 Επιλογή των διαφημιστικών μέσων, Σελίδα 174)

5.3 Ποια στρατηγική διανομής χρησιμοποιείται συνήθως κατά την πώληση τηλεοράσεων, επίπλων και μικρών ηλεκτρικών συσκευών;

α. Κλειστή διανομή.

β. Ανοικτή διανομή.

γ. Αποκλειστική διανομή.

δ. Επιλεκτική διανομή.

ε. Εντατική διανομή.

(Κεφ. 8.6.3 Αναγνώριση των βασικών εναλλακτικών για τα κανάλια διανομής, Σελίδα 152-153)

5.4 Κατά την έρευνα με επισκόπηση, ο μάρκετερ προβαίνει σε συλλογή πληροφοριών:

α. από διάφορες εξελίξεις που αφορούν το περιβάλλον του μάρκετινγκ.

β. από τις εσωτερικές πηγές και αρχεία της επιχείρησης.

γ. μέσω ερωτήσεων στους ανθρώπους σχετικά με τις γνώσεις, στάσεις, προτιμήσεις, και την αγοραστική τους συμπεριφορά.

δ. με την παρατήρηση σχετικών ατόμων, ενεργειών, ή καταστάσεων.

ε. από ομάδες που τυγχάνουν διαφορετικής μεταχείρισης.

(Κεφ. 3.2.2 Διαμόρφωση του σχεδίου της έρευνας, Σελίδα 38)

5.5 Η δημογραφική τμηματοποίηση διαχωρίζει την αγορά στη βάση διαφόρων κριτηρίων, τα οποία περιλαμβάνουν:

α. την τοποθεσία, την κοινωνική τάξη και την εκπαίδευση.

β. την ηλικία, το εισόδημα και το φύλο.

γ. τις πολιτικές απόψεις, το διαθέσιμο εισόδημα και τις προτιμήσεις για ΜΜΕ.

δ. την προσωπικότητα, την κουλτούρα, και το μέγεθος της οικογένειας.

ε. τον πληθωρισμό, την ανεργία και το εμπορικό έλλειμμα.

(Κεφ. 5.2 Τμηματοποίηση των καταναλωτικών αγορών, Σελίδα 76-77)

5.6 Ποια δομή του προσωπικού πωλήσεων μπορεί να προκαλέσει προβλήματα, όπως σύγχυση στους πελάτες, αφού διάφοροι πωλητές θα επικοινωνούν μαζί τους για να τους πωλήσουν διαφορετικά προϊόντα της ίδιας εταιρείας;

α. Δομή πωλήσεων κατά περιοχή.

β. Λειτουργική δομή πωλήσεων.

γ. Δομή πωλήσεων με βάση τον πελάτη.

δ. Σύνθετη δομή πωλήσεων.

ε. Δομή πωλήσεων με βάση το προϊόν.

(Κεφ. 9.6.3 Δομή του προσωπικού πωλήσεων, Σελίδα 187-188)

(Μονάδες 3)

ΕΡΩΤΗΣΗ 6

W. Fengler στο Economist: Η Κύπρος μπορεί να γίνει και εύπορη και πράσινη

«... Στην Ευρώπη οι εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου ανέρχονται στους 8,2 τόνους κατά κεφαλήν και οφείλονται κυρίως στην παραγωγή ενέργειας, στις μεταφορές, στη βιομηχανία, στις κατασκευές και στη γεωργία. Για την περίπτωση της Κύπρου, ο κ. Fengler είπε ότι βρίσκεται σε καλό, αλλά όχι τέλειο, σημείο. Συγκεκριμένα, η Κύπρος παράγει κατά μέσο όρο 7,2 τόνους εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου...»

Πηγή: Εφημερίδα Οικονομική Καθημερινή, 8 Νοεμβρίου 2023

Το πιο πάνω απόσπασμα αναφέρεται στη ρύπανση του περιβάλλοντος.

Να αναφέρετε τρεις (3) ενέργειες στις οποίες μπορούν να προβούν οι εταιρείες και τα τμήματα μάρκετινγκ τους για να ανταποκριθούν θετικά στις αυξημένες ανησυχίες και ευαισθησίες των καταναλωτών αναφορικά με τη ρύπανση του περιβάλλοντος και την κλιματική αλλαγή.

(Μονάδες 1,5)

Ενέργειες στις οποίες μπορούν να προβούν οι εταιρείες: **(τρία (3) από τα πιο κάτω)**

- Η μείωση της εξάρτησης από τις παραδοσιακές πηγές ενέργειας οδήγησε τις επιχειρήσεις στην παραγωγή υβριδικών και ηλεκτρικών αυτοκινήτων.

- Πολλές επιχειρήσεις έχουν στρέψει τη προσοχή τους στην ανακάλυψη νέων πηγών ενέργειας, όπως η ηλιακή, αιολική, θερμική κ.α. και αυτό αποτελεί αντικείμενο μελέτης, έρευνας και ανάπτυξης.
- Νέα προϊόντα προσαρμόζονται πλέον στα σύγχρονα παραγωγικά δεδομένα, με στόχο την εξυπηρέτηση παρόμοιων αναγκών για τους πελάτες. Για παράδειγμα, μεγάλες εταιρείες παραγωγής αυτοκινήτων (Ford, Opel, Peugeot, Toyota), έχουν κατασκευάσει μικρά αυτοκίνητα με πολύ χαμηλή κατανάλωση καυσίμων, μέχρι και 3 λίτρα κάθε 100 km. Ακόμη, επιχειρήσεις παραγωγής ελαστικών έχουν κατασκευάσει ελαστικά για αυτοκίνητα που μπορούν να εξοικονομήσουν καύσιμα μέχρι και 5%.
- Βλέπουμε σήμερα αρκετά καταστήματα να πωλούν βιολογικά προϊόντα και πολλές επιχειρήσεις έχουν στρέψει τη προσοχή τους στην παραγωγή προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον.
- Εφαρμογή περιβαλλοντικών μεθόδων παραγωγής.
- Εφαρμογή νόμων προστασίας του πράσινου και της πράσινης ανάπτυξης.

(Κεφ. 2.1.3 Φυσικό Περιβάλλον, Σελίδα 24-26)

ΕΡΩΤΗΣΗ 7

Η μάρκα αποτελεί ένα πολύτιμο περιουσιακό στοιχείο για κάποιες εταιρείες.

Να αναφέρετε:

- δύο (2) τρόπους με τους οποίους η μάρκα βοηθάει τους αγοραστές και,
- δύο (2) πλεονεκτήματα που η μάρκα προσφέρει στον προμηθευτή.

(Μονάδες 2)

Η μάρκα βοηθάει τους αγοραστές με τους πιο κάτω τρόπους: **(δύο (2) από τα πιο κάτω)**

- Η χρήση μάρκας λέει στον αγοραστή κάτι σχετικό με τη ποιότητα. Γνωρίζει ο αγοραστής ποια ποιότητα λαμβάνει όταν αγοράζει την ίδια μάρκα.
- Η χρήση της μάρκας αυξάνει την αποτελεσματικότητα αυτού που ψωνίζει. Ξέρει τι θέλει και το παίρνει αμέσως και δεν προβληματίζεται.
- Η χρήση της μάρκας βοηθά στο να κεντρίζει το ενδιαφέρον των καταναλωτών για νέα προϊόντα. Επίσης, διαμορφώνει τις ιδιότητες του νέου προϊόντος στα μάτια του καταναλωτή.

Η χρήση της μάρκας προσφέρει και στον προμηθευτή πλεονεκτήματα: **(δύο (2) από τα πιο κάτω)**

- Η χρήση της μάρκας διευκολύνει τον προμηθευτή στην ετοιμασία των παραγγελιών και στον εύκολο εντοπισμό προβλημάτων που πιθανόν θα δημιουργηθούν.
- Η χρήση της μάρκας του προμηθευτή προστατεύει νομικά τα χαρακτηριστικά παραγωγής, ώστε να μην αντιγραφούν από τους ανταγωνιστές.
- Η χρήση της μάρκας διευρύνει τις δυνατότητες του προμηθευτή να αυξήσει τους αφοσιωμένους αλλά και γενικά τους πελάτες του.
- Η χρήση της μάρκας βοηθά τον προμηθευτή να τμηματοποιήσει τις αγορές του.

(Κεφ. 6.3.2 Ονομασία μάρκας, Σελίδα 103)

ΕΡΩΤΗΣΗ 8

Σε διαγώνισμα στην ενότητα «Χωροθέτηση της Αγοράς» του κεφαλαίου «Τμηματοποίηση, Στόχευση και Χωροθέτηση Αγοράς», ο καθηγητής ζήτησε από τους μαθητές να εξηγήσουν τι είναι η χωροθέτηση του προϊόντος.

Μία μαθήτρια έδωσε την πιο κάτω απάντηση:

«Η χωροθέτηση του προϊόντος αναφέρεται στην τοποθέτηση των προϊόντων στα ράφια των υπεραγορών έτσι ώστε να είναι πιο εμφανή στους καταναλωτές και σε ελκυστική τοποθεσία στους χώρους της υπεραγοράς.»

Η απάντηση της μαθήτριας είναι λανθασμένη. Να εξηγήσετε ποια παρανόηση έχει γίνει στη συγκεκριμένη περίπτωση δίνοντας τη σωστή απάντηση.

(Μονάδες 1)

Η παρανόηση που έγινε είναι ότι η μαθήτρια μη γνωρίζοντας την έννοια της χωροθέτησης προϊόντος, θεώρησε ότι αναφέρεται στη τοποθέτηση εμπορευμάτων στα ράφια των υπεραγορών και όχι στη θέση που καταλαμβάνει στο μυαλό των καταναλωτών το προϊόν σε σχέση με τα προϊόντα του ανταγωνισμού.

ή

Η παρανόηση που έγινε είναι ότι η μαθήτρια μη γνωρίζοντας την έννοια της χωροθέτησης προϊόντος, θεώρησε ότι αναφέρεται στη τοποθέτηση εμπορευμάτων στα ράφια των υπεραγορών και όχι ότι είναι ένα πολύπλοκο μείγμα αντιλήψεων, εντυπώσεων και συναισθημάτων που αναπτύσσεται στο μυαλό των καταναλωτών για το προϊόν σε σχέση με άλλα παρόμοια προϊόντα.

(Κεφ. 5.7 Τι είναι η χωροθέτηση στην αγορά, Σελίδα 81)

ΤΕΛΟΣ ΜΕΡΟΥΣ Γ΄