

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ

ΠΑΓΚΥΠΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2018

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ (Ι) ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ

Μάθημα: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΕΙΔΩΝ ΕΝΔΥΣΗΣ (261)

Ημερομηνία και ώρα εξέτασης: Πέμπτη, 24 Μαΐου 2018
08:00 – 10:30

ΤΟ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟ ΔΟΚΙΜΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΙΤΑΙ ΑΠΟ 12 ΣΕΛΙΔΕΣ

ΟΔΗΓΙΕΣ:

Το εξεταστικό δοκίμιο αποτελείται από δύο (2) μέρη:

ΜΕΡΟΣ Α΄: Αποτελείται από δέκα (10) ερωτήσεις.

Να απαντήσετε και στις δέκα (10) ερωτήσεις.

Η κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με τέσσερις (4) μονάδες.

ΜΕΡΟΣ Β΄: Αποτελείται από έξι (6) ερωτήσεις.

Να απαντήσετε και στις έξι (6) ερωτήσεις.

Η κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με δέκα (10) μονάδες.

Όλες οι απαντήσεις να δοθούν στις σελίδες του εξεταστικού δοκιμίου το οποίο θα επιστραφεί.

Απαγορεύεται η χρήση διορθωτικού υλικού.

ΜΕΡΟΣ Α': (Μονάδες 40)

Αποτελείται από δέκα (10) ερωτήσεις.

Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με τέσσερις (4) μονάδες.

1. Να επιλέξετε και να υπογραμμίσετε την ορθή απάντηση.
 - (α) Το «πρότυπο απόθεμα εμπορευμάτων», θεωρείται το εμπόρευμα το οποίο παραμένει για μεγάλο χρονικό διάστημα στους αποθηκευτικούς χώρους μιας βιομηχανίας ένδυσης.
 - (β) Το «πρότυπο απόθεμα εμπορευμάτων», θεωρείται ο συνδυασμός εμπορευμάτων, τα οποία αγοράζονται με σκοπό να καλύψουν τις ανάγκες μιας επιχείρησης λιανικής πώλησης ενδυμάτων.
2. Τα ενδύματα ανάλογα με τον βαθμό και τον ρυθμό αλλαγής της Μόδας, ταξινομούνται σε τέσσερις (4) κατηγορίες.
Να αναγνωρίσετε τις κατηγορίες ταξινόμησης των ενδυμάτων στις **Εικόνες 1, 2, 3 και 4** και να τις αντιστοιχίσετε με τον **Τίτλο Κατηγορίας**, στον **ΠΙΝΑΚΑ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΙΣΗΣ 1**.



Εικόνα 1



Εικόνα 2



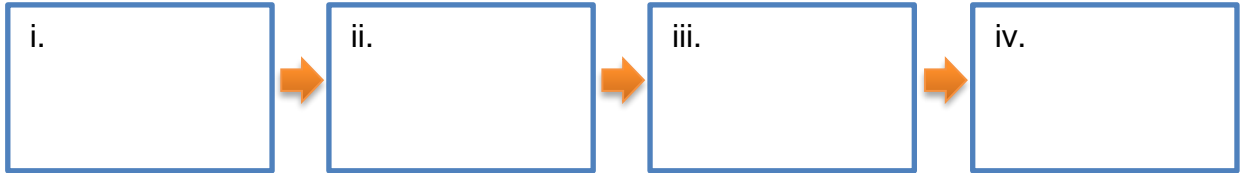
Εικόνα 3



Εικόνα 4

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΙΣΗΣ 1	
Τίτλος Κατηγορίας	Εικόνα
i. Τα σταθερά προϊόντα παρουσιάζονται στην εικόνα:	
ii. Τα προϊόντα με ελάχιστες αλλαγές στη μόδα τους παρουσιάζονται στην εικόνα:	
iii. Τα προϊόντα με συχνές αλλαγές στη μόδα τους παρουσιάζονται στην εικόνα:	
iv. Τα προϊόντα με εξαιρετικά συχνές αλλαγές στη μόδα τους παρουσιάζονται στην εικόνα:	

3. Ανεξάρτητα από το μέγεθος της βιομηχανίας ένδυσης, στο τμήμα κοπτηρίου, επιβάλλεται να γίνεται ο σωστός προγραμματισμός για το κόψιμο των ενδυμάτων. Να αναγράψετε πιο κάτω, με τη σειρά προτεραιότητας, τις τέσσερις (4) δραστηριότητες για τον προγραμματισμό στο τμήμα κοπτηρίου της βιομηχανίας.



4. Ο «οδηγός κοπής» χρησιμεύει σαν οδηγός για να κοπούν τα πατρόν ενός ενδύματος στο ύφασμα. Να εξηγήσετε το λόγο για τον οποίο η βιομηχανία ένδυσης δίνει μεγάλη σημασία στον οικονομικό σχεδιασμό του «οδηγού κοπής».

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. Στον ΠΙΝΑΚΑ 1 να επιλέξετε **ΟΡΘΟ** ή **ΛΑΘΟΣ** για τις πιο κάτω προτάσεις που αφορούν στα Συστήματα Οργάνωσης Παραγωγής Ενδυμάτων της βιομηχανίας ένδυσης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1	
Συστήματα Οργάνωσης Παραγωγής Ενδυμάτων	ΟΡΘΟ Ή ΛΑΘΟΣ
i. Στο σύστημα «άμεσης ανταπόκρισης» δημιουργούνται διάφοροι σταθμοί στη γραμμή παραγωγής.	
ii. Στο σύστημα «παραγωγής κατά μονάδα», τα τμήματα που αποτελούν το ένδυμα, μετακινούνται με αυτόματο σύστημα μεταφοράς.	
iii. Στο προοδευτικό σύστημα δεσμίδων, οι χειριστές εργάζονται όρθιοι, ώστε να κινούνται γρήγορα από μηχανή σε μηχανή στο χώρο του σταθμού τους.	
iv. Στο «ολοκληρωμένο σύστημα παραγωγής», σχεδόν ολόκληρο το ένδυμα κατασκευάζεται από ένα μόνο άτομο.	

6. Η βιομηχανική επανάσταση, στα μέσα του 18ου αιώνα, συνέβαλε σημαντικά στην ανάπτυξη του λιανικού εμπορίου στον τομέα της ένδυσης.

Να αναφέρετε τέσσερις (4) λόγους για τους οποίους η βιομηχανική επανάσταση, συνέβαλε στην εξέλιξη του κατασκευαστικού τομέα των ενδυμάτων, έχοντας σαν αποτέλεσμα την ανάπτυξη του λιανικού εμπορίου.

- i.
- ii.
- iii.
- iv.

7. Να επιλέξετε και να υπογραμμίσετε την ορθή απάντηση.

Εάν η χονδρική τιμή για ένα σακάκι είναι €80 και η λιανική τιμή πώλησής του είναι €180, τότε η ανατίμησή του είναι:

- i. €180
- ii. €260
- iii. €100
- iv. €80

8. Να ονομάσετε και να περιγράψετε τον τύπο της βιτρίνας του πολυκαταστήματος Selfridges στο Λονδίνο, που παρουσιάζει η **Εικόνα 5**.



Εικόνα 5

.....

.....

.....

.....

.....

.....

9. Να συμπληρώσετε τα κενά στις πιο κάτω προτάσεις.

- i. Τη λειτουργικότητα ενός ενδύματος χαρακτηρίζουν η και η του.
- ii. Κατά τη στιγμή αγοράς ενός ενδύματος επιδρούν στον καταναλωτή τα γνωρίσματά του.
- iii. Κατά τη χρήση του ενδύματος επιδρούν στον καταναλωτή τα στοιχεία του.

10. Να αντιστοιχίσετε στον **ΠΙΝΑΚΑ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΙΣΗΣ 2**, τους τύπους των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, με τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης που αναφέρονται στον **ΠΙΝΑΚΑ 2**.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΙΣΗΣ 2	
Η Εφημερίδα αντιστοιχεί με το:	
Τα περιοδικά αντιστοιχούν με το:	
Η τηλεόραση αντιστοιχεί με το:	
Το ραδιόφωνο αντιστοιχεί με το:	

ΠΙΝΑΚΑΣ 2	
Χαρακτηριστικά γνωρίσματα των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης	
(α)	Η ποιότητα του χαρτιού είναι καλύτερη και αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι φωτογραφίες των προϊόντων να παρουσιάζονται καλύτερα.
(β)	Ο καταναλωτής δεν έχει οπτική επαφή με το εμπόρευμα.
(γ)	Η διαφήμιση για τα προϊόντα Μόδας, στοιχίζει λιγότερο σε σχέση με τα υπόλοιπα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.
(δ)	Συνδυάζει κίνηση, χρώμα και ομιλία, κάνοντας τις διαφημίσεις ενδιαφέρουσες και αποτελεσματικές.

**ΤΕΛΟΣ ΜΕΡΟΥΣ Α΄
ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΤΟ ΜΕΡΟΣ Β**

ΜΕΡΟΣ Β΄: (Μονάδες 60)

Αποτελείται από έξι (6) ερωτήσεις.

Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με δέκα (10) μονάδες.

- 11.** Στον **ΠΙΝΑΚΑ 3**, σας δίνονται τέσσερις (4) απαντήσεις για την καθεμία άσκηση, εκ των οποίων η ΜΙΑ είναι λανθασμένη. **Να εντοπίσετε και να υπογραμμίσετε τη λανθασμένη πρόταση.**

ΠΙΝΑΚΑΣ 3	
(α)	Το τμήμα Μάρκετινγκ σε μια βιομηχανία ένδυσης είναι υπεύθυνο για τις πιο κάτω δραστηριότητες: i. Την εμπορική προβολή της επιχείρησης. ii. Τις πωλήσεις των προϊόντων της επιχείρησης. iii. Την έγκαιρη αποστολή των προϊόντων της επιχείρησης. iv. Την εμπορία των προϊόντων της επιχείρησης.
(β)	Το τελικό στάδιο του προγραμματισμού της συλλογής σε μια βιομηχανία ένδυσης είναι η κατάρτιση του «τελικού πλάνου», το οποίο περιλαμβάνει τα πιο κάτω: i. Τα τελικά πατρόν της συλλογής. ii. Τον ακριβή αριθμό των σχεδίων της συλλογής. iii. Τις τιμές των υφασμάτων. iv. Τον υπολογισμό του υφάσματος που θα χρειαστεί το κάθε ένδυμα.
(γ)	Η «χονδρική τιμή» πώλησης για τα ενδύματα των συλλογών μόδας διαμορφώνεται όταν προστεθούν τα πιο κάτω: i. Τα έξοδα υλικών, τα εργατικά έξοδα και οι προμήθειες των πωλητών. ii. Το κέρδος του βιομήχανου. iii. Το κέρδος του καταστηματάρχη. iv. Τα γενικά έξοδα.
(δ)	Στην προπαραγωγική φάση της παραγωγής των ενδυμάτων σε μια βιομηχανία ένδυσης, περιλαμβάνονται οι πιο κάτω δραστηριότητες: i. Η συγκέντρωση των παραγγελιών από τους πελάτες. ii. Η ετοιμασία των προγραμμάτων παραγωγής. iii. Η παραγγελία των πρώτων υλών. iv. Η ετοιμασία των δελτίων παραγγελίας.
(ε)	Ο τομέας Υπηρεσιών, στο τμήμα παραγωγής της βιομηχανίας ένδυσης ευθύνεται για τις πιο κάτω δραστηριότητες: i. Την οργάνωση των παραγγελιών που αφορά στα υλικά που χρειάζεται το τμήμα παραγωγής. ii. Την εκπαίδευση του προσωπικού. iii. Την οργάνωση των δραστηριοτήτων του τμήματος παραγωγής. iv. Τη συντήρηση των μηχανημάτων, των εγκαταστάσεων, του κλιματισμού και του ηλεκτρισμού.

12. Να μελετήσετε τον τύπο της μηχανής που παρουσιάζεται στην **Εικόνα 6** και να απαντήσετε στα πιο κάτω ερωτήματα.



Εικόνα 6

- (α) Να ονομάσετε τον τύπο της μηχανής που παρουσιάζει η **Εικόνα 6**, η οποία χρησιμοποιείται στο τμήμα κοπτηρίου μιας βιομηχανίας ένδυσης για το άπλωμα του υφάσματος. (μονάδα 1)

.....

- (β) Να αναφέρετε πέντε (5) διευκολύνσεις που προσφέρει ο τύπος μηχανής που παρουσιάζει η **Εικόνα 6**, κατά τη χρήση της στο τμήμα κοπτηρίου της βιομηχανίας ένδυσης. (μονάδες 5)

- i.
- ii.
- iii.
- iv.
- v.

- (γ) Να αναφέρετε τέσσερις (4) προϋποθέσεις που συμβάλλουν στην ορθή πορεία για το άπλωμα του υφάσματος στο τμήμα κοπτηρίου μιας βιομηχανίας ένδυσης. (μονάδες 4)

- i.
- ii.
- iii.
- iv.

13. (α) Να σχολιάσετε τις τάσεις που επικρατούν διεθνώς, όσον αφορά στην ανάπτυξη του λιανικού εμπορίου στον τομέα της Μόδας. (μονάδες 5)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

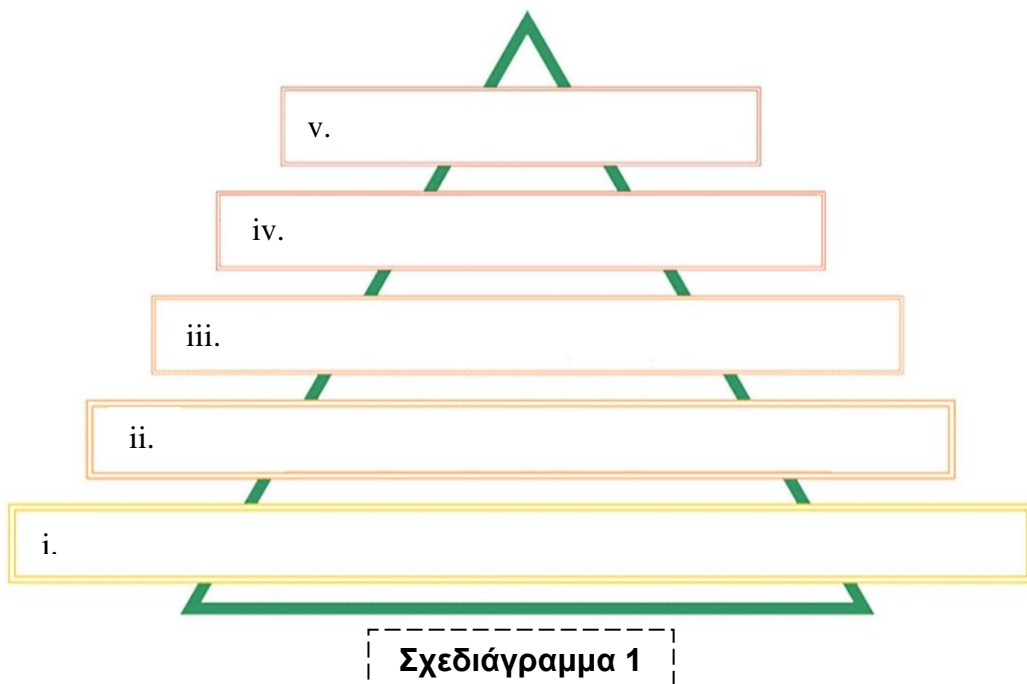
.....

.....

(β) Τα πέντε (5) στάδια «ιεράρχησης των ανθρωπίνων αναγκών», με βάση τη θεωρία του Maslow, ακολουθούν μια δεδομένη σειρά, όσον αφορά στην εκπλήρωση των ανθρωπίνων αναγκών. Να κατατάξετε τα **Στάδια «ιεράρχησης των ανθρωπίνων αναγκών»**, που σας δίνονται πιο κάτω, στη σωστή σειρά και να τα καταγράψετε στο **Σχεδιάγραμμα 1**. (μονάδες 5)

Στάδια «ιεράρχησης των ανθρωπίνων αναγκών»:

- Η ανάγκη για εκτίμηση και κοινωνική καταξίωση
- Η ανάγκη για αυτοπραγμάτωση
- Οι βασικές ανάγκες επιβίωσης
- Η κοινωνική ανάγκη και αναγνώριση
- Η ανάγκη για σιγουριά



14. (α) Σας προτείνεται μια επιχειρηματική πρόταση που αφορά στη δημιουργία μιας επιχείρησης, η οποία πρόκειται να δραστηριοποιηθεί στον τομέα του λιανικού εμπορίου της Μόδας. Η επιχείρηση αυτή, περιλαμβάνει το άνοιγμα μιας αλυσίδας καταστημάτων που στοχεύει ως **αγοραστικό κοινό τα νεαρά άτομα**. Λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία που συνθέτουν την εικόνα ενός καταστήματος, να αξιολογήσετε και να αναλύσετε τις ανάγκες που προκύπτουν για τη δημιουργία της κατάλληλης εικόνας που αφορά στην πιο πάνω αλυσίδα καταστημάτων. (μονάδες 6)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- (β) Οι έμποροι Μόδας για να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών, χρησιμοποιούν δύο (2) τύπους διαφήμισης. Να ονομάσετε και να αιτιολογήσετε τον τύπο της διαφήμισης στην **Εικόνα 7**, που χρησιμοποιεί ο οίκος Valentino, με σκοπό να λανσάρει τη συλλογή του για το καλοκαίρι 2018. (μονάδες 4)



Εικόνα 7

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

15. (α) Σε ένα κατάστημα προϊόντων Μόδας, ο υπεύθυνος των αγορών (Fashion Buyer), κατά τον σχεδιασμό των αγορών, με σκοπό την κάλυψη των αναγκών της επιχείρησης, λαμβάνει υπόψη τους τέσσερις (4) πιο κάτω παράγοντες. Να αναλύσετε τους παράγοντες αυτούς. (μονάδες 8)

- i. Οι ποιοτικές θεωρήσεις:
-
-
-
- ii. Οι ποσοτικές θεωρήσεις:
-
-
-
- iii. Η επιλογή των προμηθευτών:
-
-
-
- iv. Ο χρόνος παραγγελίας και παραλαβής των εμπορευμάτων:
-
-
-
-

(β) Στον ΠΙΝΑΚΑ 4 να επιλέξετε **ΟΡΘΟ** ή **ΛΑΘΟΣ** για τις πιο κάτω προτάσεις. (μονάδες 2)

ΠΙΝΑΚΑΣ 4		ΟΡΘΟ Ή ΛΑΘΟΣ
	Προτάσεις	
i.	Οι προσόψεις των καταστημάτων που λειτουργούν στο εσωτερικό των εμπορικών κέντρων δεν έχουν βιτρίνες.	
ii.	Οι συχνές εναλλαγές του στοκ, σε ένα κατάστημα Μόδας, έχουν σαν αποτέλεσμα την αύξηση των τιμών στα εμπορεύματά του.	
iii.	Το οπτικό εμπόριο, είναι η διαφήμιση των προϊόντων στα διάφορα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.	
iv.	Οι «αψιδωτές προσθήκες» χρησιμοποιούνται για την εξωτερική διακόσμηση των καταστημάτων που δεν έχουν μεγάλη πρόσοψη.	

16. Η συλλογή του οίκου Fendi για το καλοκαίρι 2018, έχει τον τίτλο «**Hands Make Beauty**» (Τα χέρια φτιάχνουν την ομορφιά) και είναι εμπνευσμένη από το φεστιβάλ των λουλουδιών. Η λεπτότητα, η κομψότητα και η θηλυκότητα, αναδεικνύονται μέσα από τα πλούσια υφάσματα, τα γραφιστικά λουλουδάτα μοτίβα, τα μαργαριτάρια και τους μονοτονικούς χρωματισμούς. Οι βιτρίνες που παρουσιάζονται στις **Εικόνες 8, 9 και 10**, δημιουργήθηκαν για τα καταστήματα του οίκου στη Sloane Street (Λονδίνο), στη λεωφόρο Paris Avenue Montaigne (Παρίσι) και στη Bond Street (Λονδίνο).



Εικόνα 8



Εικόνα 9



Εικόνα 10

(α) Να αξιολογήσετε τις βιτρίνες του σχεδιαστικού οίκου Υψηλής Ραπτικής Fendi και να καταγράψετε τις απόψεις σας, όσον αφορά στο συσχετισμό που παρατηρείται μεταξύ του τίτλου και της πηγής έμπνευσης της συλλογής του οίκου, με την επίδραση που επέφεραν στο σχεδιασμό και στη διακόσμηση των βιτρινών. (μονάδες 4)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(β) Να εντοπίσετε και να αναφέρετε τρία (3) στοιχεία που έχουν συνδυαστεί αποτελεσματικά μεταξύ τους, για τη δημιουργία των βιτρινών. (μονάδες 3)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(γ) Να σχολιάσετε τον τρόπο με τον οποίο οι βιτρίνες αυτές συμβάλλουν στην αύξηση των πωλήσεων του οίκου Υψηλής Ραπτικής Fendi. (μονάδες 3)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ΤΕΛΟΣ ΤΟΥ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟΥ ΔΟΚΙΜΙΟΥ