

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

ΠΑΓΚΥΠΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2015

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ (Ι) ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΣΧΟΛΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ

Μάθημα: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΕΙΔΩΝ ΕΝΔΥΣΗΣ (261)

Ημερομηνία και ώρα εξέτασης: Τετάρτη, 3 Ιουνίου 2015
8:00 – 10:30

ΛΥΣΕΙΣ

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

Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με τέσσερις (4) μονάδες.

1. Να συμπληρώσετε τα κενά στο πιο κάτω κείμενο, επιλέγοντας την κατάλληλη λέξη:

γρήγορο, τεχνολογική, μικρό, σχέδιο, αναδιοργάνωσης, μεγάλο, κτηριακή, ύφασμα, ρυθμό, αργό, κατασκευής

Σε μια επιχείρηση στον τομέα της βιομηχανίας ένδυσης, οι δύο παράγοντες που έχουν μεγάλη επίδραση στον τύπο οργάνωσής της καθώς και στον εξοπλισμό που απαιτείται για την ομαλή διεξαγωγή των λειτουργιών της, βασίζονται στο βαθμό που διαφέρει το **σχέδιο**, το **ύφασμα** και τον τρόπο **κατασκευής** των ενδυμάτων. Επίσης, αυτό οφείλεται στο **ρυθμό** με τον οποίο εμφανίζονται οι πιο πάνω διαφορές.

Οι συχνές αλλαγές στη μόδα, απαιτούν **γρήγορο** ρυθμό **αναδιοργάνωσης** της γραμμής παραγωγής, αφήνοντας **μικρό** περιθώριο για την **τεχνολογική** ανάπτυξη της βιομηχανίας.

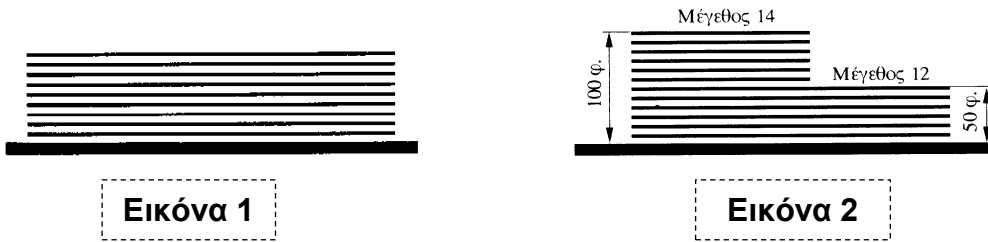
2. Να επιλέξετε και να υπογραμμίσετε από τις πιο κάτω προτάσεις την ορθή απάντηση.

- i. Ο «κύκλος παραγωγής» ενός ενδύματος αντιπροσωπεύει τα στάδια της πορείας παραγωγής που ακολουθούνται για την παραγωγή ενός ενδύματος.
- ii. Ο «κύκλος παραγωγής» ενός ενδύματος αντιπροσωπεύει τη χρονική περίοδο που απαιτείται για την παραγωγή ενός ενδύματος.
- iii. Ο «κύκλος παραγωγής» ενός ενδύματος αντιπροσωπεύει τη συχνότητα με την οποία επαναλαμβάνεται η διαδικασία παραγωγής ενός ενδύματος.

3. Να συμπληρώσετε τον **ΠΙΝΑΚΑ 1**, δηλώνοντας τα **Τμήματα** της **βιομηχανίας ένδυσης**, τα οποία είναι αρμόδια και έχουν την ευθύνη να προετοιμάσουν τα πιο κάτω:

ΠΙΝΑΚΑΣ 1				
Αρμοδιότητες τμημάτων βιομηχανίας ένδυσης	Το δελτίο παραγωγής	Τα πατρόν των ενδυμάτων	Την εξασφάλιση των πρώτων υλών	Την κοστολόγηση των ενδυμάτων
Τμήματα βιομηχανίας ένδυσης	Τμήμα <i>Παραγωγής</i>	Τμήμα <i>Σχεδιαστηρίου</i>	Τμήμα <i>Αγορών</i>	Τμήμα <i>Οικονομικών</i>

4. Η **Εικόνα 1** και η **Εικόνα 2**, παρουσιάζουν τους δύο (2) τύπους «στρώσης» του υφάσματος, οι οποίοι χρησιμοποιούνται στις βιομηχανίες ένδυσης. Να ονομάσετε πιο κάτω τους δύο (2) αυτούς τύπους.



Εικόνα 1: Η **Εικόνα 1** παρουσιάζει την «επίπεδη στρώση».

Εικόνα 2: Η **Εικόνα 2** παρουσιάζει τη «διαβαθμισμένη στρώση».

5. (α) Να επιλέξετε και να υπογραμμίσετε την ορθή απάντηση: (μονάδες 2)

- i. Στο «Τμήμα Κοπτηρίου» της βιομηχανίας ένδυσης, στις περιπτώσεις όπου η «στρώση» περιλαμβάνει διάφορα πλάτη υφάσματος, ο «οδηγός κοπής» σχεδιάζεται σύμφωνα με το στενότερο σε πλάτος ύφασμα.
- ii. Στο «Τμήμα Κοπτηρίου» της βιομηχανίας ένδυσης, στις περιπτώσεις όπου η «στρώση» περιλαμβάνει διάφορα πλάτη υφάσματος, ο «οδηγός κοπής» σχεδιάζεται σύμφωνα με το πιο πλατύ σε φάρδος ύφασμα.

- (β) Να συμπληρώσετε τα κενά στις πιο κάτω προτάσεις: (μονάδες 2)

- i. Το υπερβολικό **τέντωμα** του υφάσματος στα φύλλα της «στρώσης» κατά τη διαδικασία του «απλώματος», είναι δυνατό να αλλοιώσουν το μέγεθος των ενδυμάτων, με αποτέλεσμα τα ενδύματα να κοπούν μικρότερα.
- ii. Το **χαλαρό** άπλωμα του υφάσματος στα φύλλα της «στρώσης» κατά τη διαδικασία του απλώματος, είναι δυνατό να αλλοιώσουν το μέγεθος των ενδυμάτων, με αποτέλεσμα τα ενδύματα να κοπούν μεγαλύτερα.

6. Να παραθέσετε τον ορισμό του όρου «ποιοτικός έλεγχος».

Ο όρος «ποιοτικός έλεγχος» υπονοεί τις διαδικασίες που αφορούν στον προγραμματισμό και στον έλεγχο της ποιότητας ενός προϊόντος. Θεωρείται η συστηματική και η ρυθμιστική πορεία, η οποία καθορίζει τους ποιοτικούς στόχους μιας επιχείρησης.

7. Τα αγοραστικά κίνητρα των καταναλωτών χωρίζονται σε δύο κατηγορίες, τα «**λογικά κίνητρα**» και τα «**συναισθηματικά κίνητρα**». Στον **ΠΙΝΑΚΑ 2** να κατατάξετε τα αγοραστικά κίνητρα τοποθετώντας το σύμβολο «✓», στη στήλη που αντιπροσωπεύει την κατηγορία στην οποία ανήκει το κάθε ένα από αυτά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2		
Τα αγοραστικά κίνητρα	Τα λογικά κίνητρα	Τα συναισθηματικά κίνητρα
i. Το γόητρο και η κοινωνική θέση του πελάτη		✓
ii. Η σιγουριά	✓	
iii. Ο ρομαντισμός		✓
iv. Η ασφάλεια κατά τη χρήση του ενδύματος	✓	

8. Ένας Οίκος Μόδας προγραμματίζει τη διαφήμιση για την νέα συλλογή ενδυμάτων που πρόκειται να λανσάρει εμπορικά στην αγορά. Να ονομάσετε και να εξηγήσετε τον τύπο της διαφήμισης που πρέπει να χρησιμοποιήσει, με σκοπό να προσελκύσει το ενδιαφέρον των καταναλωτών.

Ο Οίκος Μόδας πρέπει να χρησιμοποιήσει την «προωθητική» διαφήμιση με σκοπό να προσελκύσει το ενδιαφέρον των καταναλωτών. Η «προωθητική» διαφήμιση χρησιμοποιείται όταν μια επιχείρηση επιθυμεί να προωθήσει ή να γνωστοποιήσει ένα καινούριο προϊόν που έχει λανσάρει στην αγορά. Η διαφήμιση αυτού του τύπου στοχεύει στην πραγματοποίηση άμεσων πωλήσεων.

9. (α) Ένα σακάκι έχει κοστολογηθεί και πωλείται από τη βιομηχανία στην οποία κατασκευάστηκε €50. Το σακάκι πωλείται σε λιανική τιμή στην αγορά €150. Να υπολογίσετε την «ανατίμησή» του και να υπογραμμίσετε πιο κάτω την ορθή απάντηση. (μονάδες 2)

- i. € 150
 ii. € 100
 iii. € 200

- (β) Να συμπληρώσετε τα κενά στην πιο κάτω πρόταση:

Όταν τα προϊόντα δεν πωλούνται στην αρχική **τιμή** πώλησής τους και επιβάλλεται να γίνει μείωση της τιμής τους, τότε το ποσό της μείωσης είναι γνωστό ως **υποτίμηση**. (μονάδες 2)

10. Μια από τις αρμοδιότητες των υπευθύνων διοίκησης του «Εργατικού Δυναμικού» θεωρείται η αξιολόγηση των υπαλλήλων. Να σχολιάσετε τη σημασία που έχει η αξιολόγηση του προσωπικού σε μια επιχείρηση, με σκοπό την ομαλή και την αποδοτική λειτουργία της.

Μετά τη θεωρητική και την πρακτική εξάσκησή τους, οι υπάλληλοι έχουν τη δυνατότητα να αποδείξουν την αξία τους μέσα από την απόδοσή τους. Η αξιολόγηση του προσωπικού, είναι απαραίτητη διότι μέσα από τα αποτελέσματά της η επιχείρηση, θα είναι σε θέση να επιλέξει τα μέλη του προσωπικού που πρόκειται να προαχθούν σε θέσεις μεγαλύτερης δικαιοδοσίας, τα μέλη του προσωπικού που πρόκειται να μετατεθούν σε άλλα τμήματα, τα οποία ανταποκρίνονται στις δυνατότητες τους, καθώς επίσης τα μέλη του προσωπικού που πρόκειται απολυθούν. Έχει αποδειχθεί ότι οι εργαζόμενοι λειτουργούν αποτελεσματικότερα, όταν γνωρίζουν ότι υπόκεινται σε αξιολόγηση.

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

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

Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με δέκα (10) μονάδες.

- 11.(α) Ο θεσμός των εμπορικών εκθέσεων «Υφασμάτων και Μόδας» θεωρείται σημαντικός και καθοριστικός, για την ασφαλή πρόσβαση των σχεδιαστών στις προβλέψεις των τάσεων της μόδας. Να σχολιάσετε την εργασία που διεκπεραιώνεται στις εμπορικές εκθέσεις μόδας, από το «Τμήμα Σχεδιασμού» σε μια βιομηχανία ένδυσης. (μονάδες 5)

Στις διεθνείς εμπορικές εκθέσεις «Υφασμάτων και Μόδας» διασταυρώνονται ιδέες και σχόλια που αφορούν στη μόδα και διοργανώνονται νωρίτερα από τις επιδείξεις μόδας των διάσημων σχεδιαστών. Οι πληροφορίες που παρουσιάζουν οι εμπορικές εκθέσεις, προετοιμάζονται από τους προγνωστικούς Οίκους Μόδας. Οι προγνωστικοί Οίκοι Μόδας που αναλαμβάνουν τις διεθνείς εμπορικές εκθέσεις, έχουν σκοπό να παρουσιάσουν το στυλ των ενδυμάτων, τη γραμμή, τα υφάσματα και τα χρώματα, που προβλέπουν για τις προεχείς συλλογές μόδας. Ο σχεδιαστής σε μια επιχείρηση μόδας, πρέπει να είναι σε θέση να μελετήσει και να ερμηνεύσει ορθά τις πληροφορίες που θα συλλέξει από τις εμπορικές εκθέσεις, προσαρμόζοντάς τις, τόσο στον τύπο της επιχείρησης, όσο και στον τύπο του καταναλωτή για τον οποίο σχεδιάζει.

(β) Να επιλέξετε και να καταγράψετε **ΟΡΘΟ** ή **ΛΑΘΟΣ** για τις **ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ** στον **ΠΙΝΑΚΑ 3**.

(μονάδες 5)

ΠΙΝΑΚΑΣ 3	
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	ΟΡΘΟ ή ΛΑΘΟΣ
i. Σε κάθε νέα συλλογή ενδυμάτων που παράγει μια βιομηχανία ένδυσης, περιλαμβάνονται διαχρονικοί τύποι ενδυμάτων, για τους οποίους υπάρχει σταθερή ζήτηση από τους πελάτες.	ΟΡΘΟ
ii. Τα δείγματα για τα ενδύματα της κάθε νέας συλλογής μόδας σε μια βιομηχανία ένδυσης, κατασκευάζονται στο τμήμα παραγωγής της βιομηχανίας ένδυσης.	ΛΑΘΟΣ
iii. Ο σκοπός της «διαβάθμισης» των πατρόν του ενδύματος είναι η απλοποίησή του, έχοντας σαν αποτέλεσμα η κατασκευή του ενδύματος να καταστεί ευκολότερη.	ΛΑΘΟΣ
iv. Η τελική κοστολόγηση των ενδυμάτων της συλλογής μόδας υπολογίζεται για όλα τα ενδύματα της συλλογής, είτε αυτά συμπεριλαμβάνονται, είτε όχι στην τελική συλλογή ενδυμάτων.	ΛΑΘΟΣ
v. Η συγκέντρωση των παραγγελιών από τους πελάτες θεωρείται μια από τις δραστηριότητες της προπαραγωγικής φάσης, και αφορά στη διαδικασία για την παραγωγή των ενδυμάτων.	ΟΡΘΟ

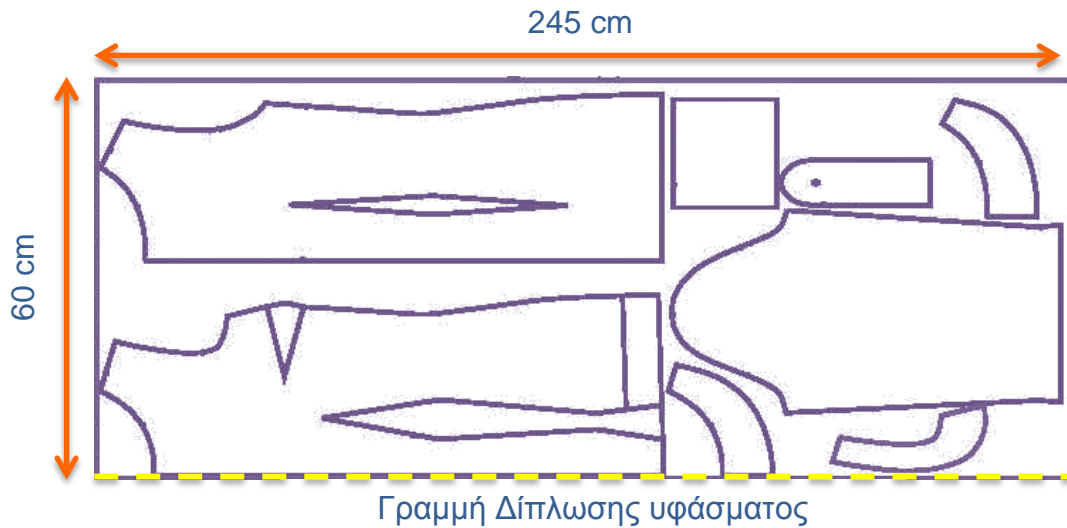
12. (α) Οι σύγχρονοι πάγκοι απλώματος και κοψίματος του υφάσματος, που χρησιμοποιούνται στο «Τμήμα Κοπτηρίου» στις βιομηχανίες ένδυσης, είναι εξοπλισμένοι με το σύστημα «πεπιεσμένου αέρα» και το σύστημα «κενού». Να αναφέρετε το αποτέλεσμα που επιτυγχάνεται με τη χρήση των συστημάτων αυτών, κατά το «στρώσιμο» και κατά το «κόψιμο» του υφάσματος σε μια βιομηχανία ένδυσης.

(μονάδες 3)

Τα δύο (2) συστήματα με τα οποία είναι εξοπλισμένοι οι σύγχρονοι πάγκοι απλώματος / κοψίματος του τμήματος κοπτηρίου στις βιομηχανίες ένδυσης είναι:

- i. Το σύστημα «πεπιεσμένου αέρα»: Διευκολύνει τη διακίνηση των κομμένων τμημάτων του ενδύματος πάνω στην επιφάνεια του πάγκου.
- ii. Το σύστημα «κενού»: Συμπιέζει τα φύλλα της «στρώσης υφάσματος» προς τα κάτω. Έτσι, μειώνεται το ύψος και η μάζα τους γίνεται πιο συμπαγής. Έχει ως αποτέλεσμα τη διευκόλυνση στο κόψιμο της «στρώσης υφάσματος».

(β) Η **Εικόνα 3** παρουσιάζει έναν «οδηγό κοπής».



Εικόνα 3

- i. Να αναφέρετε την ονομασία με την οποία είναι γνωστός ο «οδηγός κοπής» στην Κυπριακή Βιομηχανία Ένδυσης. (μονάδα 1)

Ο «οδηγός κοπής» στην Κυπριακή Βιομηχανία Ένδυσης είναι γνωστός με το ονομασία «μάρκα».

- ii. Να συμπληρώσετε τα κενά στην πιο κάτω πρόταση: (μονάδα 2)
Στην **Εικόνα 3**, η μέτρηση 245 εκ. παρουσιάζει το *μήκος του «οδηγού κοπής»* και η μέτρηση 60 εκ. παρουσιάζει το *πλάτος του «οδηγού κοπής» σε δίπλωση*.

- iii. Να αναφέρετε τους τέσσερις (4) κανόνες που επιβάλλεται να τηρούνται κατά το σχεδιασμό του «οδηγού κοπής». (μονάδες 4)

Οι τέσσερις (4) κανόνες που επιβάλλεται να τηρήσει ο σχεδιαστής του «οδηγού κοπής» κατά το σχεδιασμό του είναι:

- ι. Η τοποθέτηση των τμημάτων του πατρών του ενδύματος σε κοντινές αποστάσεις.*
- ii. Το ταίριασμα των σχημάτων μεταξύ των τμημάτων του πατρών.*
- iii. Η διατήρηση της γραμμής ύφανσης του πατρών του ενδύματος και του υφάσματος.*
- iv. Ο τελικός έλεγχος του «οδηγού κοπής», εξακριβώνοντας ότι, όλα τα τμήματα του πατρών του ενδύματος και όλα τα μεγέθη, συμπεριλαμβάνονται σ' αυτόν.*

13. (α) Οι **Εικόνες 4, 5, 6, 7, 8 και 9**, παρουσιάζουν διάφορα συστήματα «κοπής» του υφάσματος, τα οποία είναι δυνατό να χρησιμοποιηθούν στο «Τμήμα Κοπτηρίου» μίας βιομηχανίας ένδυσης. Να αναγνωρίσετε και να ονομάσετε τα **Συστήματα «κοπής» του υφάσματος στον ΠΙΝΑΚΑ 4.** (μονάδες 6)



Εικόνα: 4

Εικόνα: 5

Εικόνα: 6

Εικόνα: 7



Εικόνα: 8



Εικόνα: 9

ΠΙΝΑΚΑΣ 4	
Συστήματα «κοπής» του υφάσματος	
Εικόνα 4	Το περιστροφικό ηλεκτρικό ψαλίδι
Εικόνα 5	Το ίδιο ηλεκτρικό ψαλίδι
Εικόνα 6	Το φορητό ηλεκτρικό ψαλίδι
Εικόνα 7	Η πρέσα κοπής
Εικόνα 8	Το ψαλίδι χεριού
Εικόνα 9	Το σύστημα κοπής που ελέγχεται από Ηλεκτρονικό Υπολογιστή.

- (β) Η «ποιότητα» διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη δημιουργία μιας επιτυχημένης επιχείρησης στον τομέα της ένδυσης. Να παραθέσετε τη δική σας άποψη, όσον αφορά στην πιο κάτω φράση: (μονάδες 4)

«Η ποιότητα στα προϊόντα μιας βιομηχανίας ένδυσης, θα αποδώσει κέρδη σε ένα βιομήχανο και όχι ζημιά».

Μια επιχείρηση που ενδιαφέρεται για την ποιότητα των προϊόντων που παράγει, έχει στην ουσία επιτύχει να ικανοποιήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες των καταναλωτών της. Ταυτόχρονα αυξάνονται τα δικά της κέρδη, αφού οι καταναλωτές παραμένουν ευχαριστημένοι και επανέρχονται για νέες αγορές. Οι παραγωγοί πρέπει να αντιληφθούν, ότι ο συνδυασμός των προϊόντων κακής ποιότητας που επιστρέφονται, τα παράπονα, καθώς και οι χαμένες πωλήσεις, κοστίζουν περισσότερο.

14. (α) Να επιλέξετε και να καταγράψετε **ΟΡΘΟ** ή **ΛΑΘΟΣ** για τις **ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ** στον **ΠΙΝΑΚΑ 5**. (μονάδες 5)

ΠΙΝΑΚΑΣ 5	
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	ΟΡΘΟ ή ΛΑΘΟΣ
i. Τα «μαγαζιά κλαδιά» ανοίγονται από τα πολυκαταστήματα σε περιοχές των προαστίων και προσφέρουν τα εμπορεύματα των κεντρικών καταστημάτων, με μικρές προσαρμογές, για να εξυπηρετούν τις ανάγκες της κοινότητας.	ΛΑΘΟΣ
ii. Σύμφωνα με τη θεωρία του «Maslow» ένα άτομο πρέπει πρώτα να επιτύχει την ανάγκη του για κοινωνική αναγνώριση, πριν προχωρήσει στην ανάγκη του για εκτίμηση και κοινωνική καταξίωση.	ΟΡΘΟ
iii. Οι έμποροι ειδών μόδας οι οποίοι βασίζονται στη «θεωρία της αυτογνωσίας» ασχολούνται με την πώληση ενδυμάτων «μαζικής παραγωγής».	ΛΑΘΟΣ
iv. Οι προσόψεις των καταστημάτων που λειτουργούν στο εσωτερικό των εμπορικών κέντρων δεν έχουν βιτρίνες.	ΟΡΘΟ
v. Στις περιπτώσεις όπου ένα κατάστημα αποτελεί μέρος «αλυσίδας καταστημάτων», υπάρχει ελευθερία στο σχεδιασμό, στην επιλογή της χρήσης των υλικών για τη δημιουργία της βιτρίνας.	ΛΑΘΟΣ

- (β) Να συμπληρώσετε τα κενά στις πιο κάτω προτάσεις επιλέγοντας την κατάλληλη λέξη: (μονάδες 5)

ευκαιρίας, αισθητικά, υπερτιμημένο, λειτουργικά, συμφέρουσας

- Κατά τη χρήση του ενδύματος, στον καταναλωτή επιδρούν τα **λειτουργικά** στοιχεία, δηλαδή η χρησιμότητα και η στερεότητά του.
- Κατά τη στιγμή της αγοράς ενός ενδύματος επιδρούν στον καταναλωτή τα **αισθητικά** γνωρίσματα του ενδύματος.
- Ένα ένδυμα θεωρείται **συμφέρουσας** αξίας αν η ποιότητα του ανταποκρίνεται στην τιμή που το αγόρασε.
- Ένα ακριβό ένδυμα θεωρείται **υπερτιμημένο** αν η ποιότητα του δεν είναι καλή.
- Ένα ένδυμα θεωρείται ότι είναι σε τιμή **ευκαιρίας** όταν προσφέρει ψηλή ποιότητα με πολύ χαμηλή τιμή πώλησης.

15. (α) Ανάλογα με το εισόδημα, το επάγγελμα, την καταγωγή τους, καθώς και άλλους παράγοντες, οι άνθρωποι διαχωρίζονται σε κοινωνικές τάξεις. Στον **ΠΙΝΑΚΑ 6**, η **ΣΤΗΛΗ Α** αφορά στις **ενδυματολογικές ανάγκες των κοινωνικών τάξεων**. Να επιλέξετε την κατάλληλη **κοινωνική τάξη** που αντιπροσωπεύει την κάθε μια περιγραφή και να την αναγράψετε στη **ΣΤΗΛΗ Β**. (μονάδες 6)

Οι κοινωνικές τάξεις:

- Η μεσαία τάξη
- Τα χαμηλά κοινωνικά στρώματα
- Η ανώτερη τάξη
- Οι νεόπλουτοι
- Η μικρομεσαία τάξη
- Η αστική τάξη

ΠΙΝΑΚΑΣ 6	
ΣΤΗΛΗ Α: Οι ενδυματολογικές ανάγκες των κοινωνικών τάξεων	ΣΤΗΛΗ Β: Οι κοινωνικές τάξεις
i. Είναι πελάτες που ικανοποιούν τις ενδυματολογικές τους ανάγκες με ενδύματα επώνυμων σχεδιαστών μόδας και αγοράζουν επώνυμα είδη σε χαμηλότερες τιμές.	<i>Η αστική τάξη</i>
ii. Είναι πελάτες που δεν ενδιαφέρονται για την επίδειξη της εξωτερικής τους εμφάνισης και ψωνίζουν εμπορεύματα σε προσιτές τιμές.	<i>Η μεσαία τάξη</i>
iii. Είναι πελάτες που δεν ενδιαφέρονται για το «επώνυμο ντύσιμο» και επισκέπτονται συνεχώς τα ίδια καταστήματα για τις αγορές τους.	<i>Η μικρομεσαία τάξη</i>
iv. Είναι πελάτες που λόγω των οικονομικών τους δυσκολιών, δεν έχουν τη δυνατότητα για αγορές προϊόντων μόδας και ψωνίζουν μόνο σε περιόδους εκπτώσεων.	<i>Τα χαμηλά κοινωνικά στρώματα</i>
v. Είναι πελάτες των πιο φημισμένων καταστημάτων στον κόσμο και των γνωστών σχεδιαστών μόδας.	<i>Η ανώτερη τάξη</i>
vi. Είναι καταναλωτικά άτομα, με προτίμηση στα ενδύματα της υψηλής ραπτικής, αλλά σπάνια των «επί παραγγελία» ενδυμάτων.	<i>Οι νεόπλουτοι</i>

- (β) Να σχολιάσετε τους πιο κάτω παράγοντες οι οποίοι λαμβάνονται υπόψη από τους εμπόρους λιανικής πώλησης, πριν επιλέξουν την τοποθεσία της επιχείρησής τους. (μονάδες 4)

- i. **Οι καταναλωτές:** *Αναλύονται στοιχεία όπως το εισόδημα των κατοίκων μιας περιοχής, το επάγγελμα, την οικογενειακή κατάσταση, το θρήσκευμα καθώς και οι συχνές εναλλαγές του πληθυσμού.*

- ii. Η ευκολία διακίνησης των καταναλωτών: Μελετάται η ευκολία πρόσβασης των καταναλωτών στο κατάστημα, είτε με τα δημόσια μέσα μεταφοράς, είτε με ιδιωτικά αυτοκίνητα. Το κατάστημα πρέπει να παρέχει αρκετό χώρο στάθμευσης.
- iii. Οι γειτονικοί ενοικιαστές: Μελετάται το γεγονός ο νέος έμπορος να επωφελείται από την πελατεία των παρακείμενων καταστημάτων, τα οποία δραστηριοποιούνται με την πώληση συναφή προϊόντων.
- iv. Τα θεάματα διασκέδασης: Μελετάται κατά πόσο η επιλεγόμενη τοποθεσία προσφέρει ποικιλία εξυπηρετήσεων, όπως κέντρα διασκέδασης, άλλες υπηρεσίες, εστιατόρια, καφετερίες και διάφορα κέντρα ψυχαγωγίας.

16. Οι **Εικόνες 10, 11 και 12** παρουσιάζουν τρεις (3) βιτρίνες του πολυκαταστήματος «The Galeries Lafayette, Printemps» στο Παρίσι, με σκοπό την εμπορική προβολή της συλλογής του Οίκου Μόδας «Chloé».

- i. Να αναφέρετε τα πέντε (5) στοιχεία που έχουν συνδυαστεί αποτελεσματικά μεταξύ τους, ώστε να δημιουργηθεί αυτό το εντυπωσιακό «οπτικό εμπόριο». (μονάδες 2,5)
- ii. Να παραθέσετε τη δική σας άποψη, συσχετίζοντας το φόντο των βιτρινών με τα ενδύματα που διαφημίζονται. (μονάδες 4)
- iii. Να αναλύσετε το λόγο για τον οποίο οι καλοσχεδιασμένες βιτρίνες σ' ένα κατάστημα αυξάνουν τις πωλήσεις του. (μονάδες 3,5)



Εικόνα 10



Εικόνα 11



Εικόνα 12

- ι. Τα στοιχεία που έχουν συνδυαστεί αποτελεσματικά μεταξύ τους ώστε να δημιουργηθεί αυτό το εντυπωσιακό «οπτικό εμπόριο» είναι:
- Τα εμπορεύματα.
 - Ο φωτισμός.
 - Τα υλικά.
 - Τα χρώματα.
 - Οι επιγραφές και τα γραφικά.
- ii. Στις βιτρίνες που παρουσιάζονται στις Εικόνες 10, 11 και 12, το στοιχείο το οποίο έχει επιλεγεί σαν μοναδική διακόσμηση, ο ανανάς, το φύλλο και το βιολί στις βιτρίνες, έχει άμεση σχέση με το/τα μοτίβο/α που είναι τυπωμένο/α πάνω στα ενδύματα του Οίκου Μόδας Chloé. Η λιτότητα στην επιλογή των διακοσμητικών αντικειμένων στις βιτρίνες, καθώς και η απέριτη παρουσιάσή τους, συντέειναν στην έντονη προβολή των ενδυμάτων που διαφημίζονται.
- iii. Οι καλά σχεδιασμένες βιτρίνες σε ένα κατάστημα είναι δυνατό να βοηθήσουν στην αύξηση των πωλήσεών του. Μια εντυπωσιακή βιτρίνα παραπέμπει σε ένα εξίσου ταχτοποιημένο και όμορφα διαμορφωμένο εσωτερικό χώρο το οποίο σκοπό έχει να επηρεάσει και να προσελκύσει τους πελάτες να προβούν σε αγορές. Με τις δημιουργικές και τις πρωτότυπες παρουσιάσεις του «οπτικού εμπόριου», οι έμποροι μπορούν να διαφοροποιηθούν ο ένας από τον άλλο, δηλώνοντας στον πελάτη τη διαφορετικότητα και τη μοναδικότητά τους.

ΤΕΛΟΣ ΤΟΥ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟΥ ΔΟΚΙΜΙΟΥ