

**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

**ΛΥΣΕΙΣ**

## **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**

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΙΣΗΣ 1</b>	
<b>Τίτλος Κατηγορίας</b>	<b>Εικόνα</b>
i. Τα <b>σταθερά προϊόντα</b> παρουσιάζονται στην εικόνα:	<b>3</b>
ii. Τα <b>προϊόντα με ελάχιστες αλλαγές στη μόδα τους</b> παρουσιάζονται στην εικόνα:	<b>1</b>
iii. Τα <b>προϊόντα με συχνές αλλαγές στη μόδα τους</b> παρουσιάζονται στην εικόνα:	<b>4</b>
iv. Τα <b>προϊόντα με εξαιρετικά συχνές αλλαγές στη μόδα τους</b> παρουσιάζονται στην εικόνα:	<b>2</b>

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».

*Η βιομηχανία ένδυσης δίνει μεγάλη σημασία στον οικονομικό σχεδιασμό του «οδηγού κοπής», επειδή σύμφωνα μ' αυτόν θα κοπούν τα υφάσματα των ενδυμάτων. Ο οικονομικός σχεδιασμός του «οδηγού κοπής», συμβάλει στην εξοικονόμηση του υφάσματος και έχει σαν αποτέλεσμα, τη μείωση των εξόδων και την αύξηση του κέρδους της επιχείρησης.*

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.	<b>ΛΑΘΟΣ</b>
ii. Στο σύστημα «παραγωγής κατά μονάδα», τα τμήματα που αποτελούν το ένδυμα, μετακινούνται με αυτόματο σύστημα μεταφοράς.	<b>ΟΡΘΟ</b>
iii. Στο προοδευτικό σύστημα δεσμίδων, οι χειριστές εργάζονται όρθιοι, ώστε να κινούνται γρήγορα από μηχανή σε μηχανή στο χώρο του σταθμού τους.	<b>ΛΑΘΟΣ</b>
iv. Στο «ολοκληρωμένο σύστημα παραγωγής», σχεδόν ολόκληρο το ένδυμα κατασκευάζεται από ένα μόνο άτομο.	<b>ΟΡΘΟ</b>

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.

*Η βιομηχανική επανάσταση συνέβαλε στην εξέλιξη του κατασκευαστικού τομέα των ενδυμάτων και γενικά του λιανικού εμπορίου για τους πιο κάτω λόγους:*

- i. Πρόσφερε την τεχνολογία για την κατασκευή των ενδυμάτων.*
- ii. Δημιούργησε τη δυνατότητα κατασκευής ενδυμάτων σε μεγάλες ποσότητες (μαζική παραγωγή).*
- iii. Πρόσφερε τη δυνατότητα κατασκευής των ενδυμάτων σε πολύ γρήγορο ρυθμό.*
- iv. Συνέβαλε στη μείωση του κόστους των προϊόντων του τομέα ένδυσης.*

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**

*Ο τύπος της βιτρίνας στην Εικόνα 5, του πολυκαταστήματος Selfridges στο Λονδίνο, ονομάζεται «Βιτρίνα παράλληλη σε πεζοδρόμιο». Χρησιμοποιείται περισσότερο στα πολύ μεγάλα καταστήματα, τα οποία έχουν εκτεταμένη πρόσοψη. Η κύρια είσοδος του καταστήματος, πλαισιώνεται με δύο ή με τρεις μεγάλες βιτρίνες στην καθεμία πλευρά του. Οι βιτρίνες αυτές, επιτρέπουν στο κατάστημα να παρουσιάσει με φαντασμαγορικό τρόπο τα εμπορεύματά του.*

9. Να συμπληρώσετε τα κενά στις πιο κάτω προτάσεις.

- i. Τη λειτουργικότητα ενός ενδύματος χαρακτηρίζουν η *χρησιμότητα* και η *στερεότητα* του.
- ii. Κατά τη στιγμή αγοράς ενός ενδύματος επιδρούν στον καταναλωτή τα *αισθητικά* γνωρίσματά του.
- iii. Κατά τη χρήση του ενδύματος επιδρούν στον καταναλωτή τα *λειτουργικά* 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 <b>Εφημερίδα</b> αντιστοιχεί με το:	<i>γ</i>
Τα <b>περιοδικά</b> αντιστοιχούν με το:	<i>α</i>
Η <b>τηλεόραση</b> αντιστοιχεί με το:	<i>δ</i>
Το <b>ραδιόφωνο</b> αντιστοιχεί με το:	<i>β</i>

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.**

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 3</b>	
(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. <b><u>iii. Την έγκαιρη αποστολή των προϊόντων της επιχείρησης.</u></b> 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: <b><u>i. Τα τελικά πατρόν της συλλογής.</u></b> 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. <b><u>iii. Το κέρδος του καταστηματαρχη.</u></b> 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. <b><u>iv. Η ετοιμασία των δελτίων παραγγελίας.</u></b>
(ε)	Ο τομέας Υπηρεσιών, στο τμήμα παραγωγής της βιομηχανίας ένδυσης ευθύνεται για τις πιο κάτω δραστηριότητες: <b><u>i. Την οργάνωση των παραγγελιών που αφορά στα υλικά που χρειάζεται το τμήμα παραγωγής.</u></b> 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)

*Ο τύπος της μηχανής ονομάζεται **ηλεκτρονική/αυτόματη απλωτική μηχανή υφάσματος προηγμένης τεχνολογίας.***

- (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)

*Οι διευκολύνσεις που προσφέρει η ηλεκτρονική/αυτόματη απλωτική μηχανή υφάσματος προηγμένης τεχνολογίας είναι:*

- I. Ελέγχει την ταχύτητα της απλωτικής μηχανής και προσφέρει μικρότερο βαθμό τεντώματος του υφάσματος κατά το άπλωμά του.*
- II. Εξασφαλίζει την αυτόματη ευθυγράμμιση των φύλλων της στρώσης του υφάσματος.*
- III. Εξακριβώνει το πλάτος του υφάσματος με τον αυτόματο μηχανισμό.*
- IV. Απομακρύνει τις ζάρες από την επιφάνεια των φύλλων της στρώσης του υφάσματος, με το ειδικό σύστημα ψεκασμού πεπιεσμένου αέρα.*
- V. Εξασφαλίζει το αυτόματο ταίριασμα του σχεδίου των υφασμάτων.*
- VI. Εξασφαλίζει την αυτόματη μεταφορά των ρολών των υφασμάτων.*
- VII. Εξασφαλίζει το εύκολο γύρισμα των ρολών του υφάσματος κατά το άπλωμα, με την περιστροφική πλάκα.*
- VIII. Ο αυτόματος ανιχνευτής, εντοπίζει γρήγορα και με ακρίβεια τυχόν ελαττώματα στο ύφασμα.*
- IX. Ο απλωτής μπορεί να στέκεται ή να κάθεται σε ειδική πλατφόρμα.*



(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. Η ορθή ευθυγράμμιση των φύλλων του υφάσματος.
- II. Ο έγκαιρος εντοπισμός ελαττωμάτων στο ύφασμα και η αντιμετώπιση τους.
- III. Η ορθή κατεύθυνση των φύλλων του υφάσματος.
- IV. Το ορθό τέντωμα των φύλλων του υφάσματος.
- V. Η μείωση του στατικού ηλεκτρισμού στο ύφασμα.
- VI. Ο εύκολος διαχωρισμός των κομμένων τμημάτων σε δέσμες.
- VII. Η διατήρηση της σταθερότητας των φύλλων της στρώσης.
- VIII. Η αποφυγή συγκόλλησης των φύλλων κατά το κόψιμο.

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

*Στον τομέα της Μόδας υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός μεταξύ των εμπόρων λιανικής πώλησης, γεγονός το οποίο οδήγησε στο κλείσιμο πολλών επιχειρήσεων που δεν άντεξαν τον έντονο συναγωνισμό.*

*Η κυριαρχία των πολυκαταστημάτων μειώνεται για διάφορους λόγους, οι οποίοι οφείλονται στην έλλειψη χρόνου από μέρους των καταναλωτών, ώστε να προβαίνουν σε αγορές στα καταστήματα αυτά, στη φτωχή διοίκηση των πολυκαταστημάτων και στην αυξητική τάση και προτίμηση των καταναλωτών να ψωνίζουν από το σπίτι.*

*Η σκηνή του λιανικού εμπορίου αλλάζει συνεχώς σε ολόκληρο τον κόσμο. Οι έμποροι εκπτώσεων κερδίζουν έδαφος και ταυτόχρονα αυξάνονται αισθητά οι πωλήσεις μέσω των καταλόγων και κυρίως του διαδικτύου. Οι κατασκευαστές ανοίγουν δικά τους καταστήματα για την πώληση των εμπορευμάτων, ενώ παράλληλα πολλές εταιρείες προσφέρουν προμήθεια επί των πωλήσεων στους πωλητές, σε μια προσπάθεια αύξησης των πωλήσεών τους. Σημαντικό είναι, το γεγονός ότι οι μπουτίκ, εξακολουθούν να λειτουργούν όπως και παλαιότερα, καθότι ανταποκρίνονται σε ειδικές καταναλωτικές ανάγκες οι οποίες δεν άλλαξαν με τα χρόνια.*

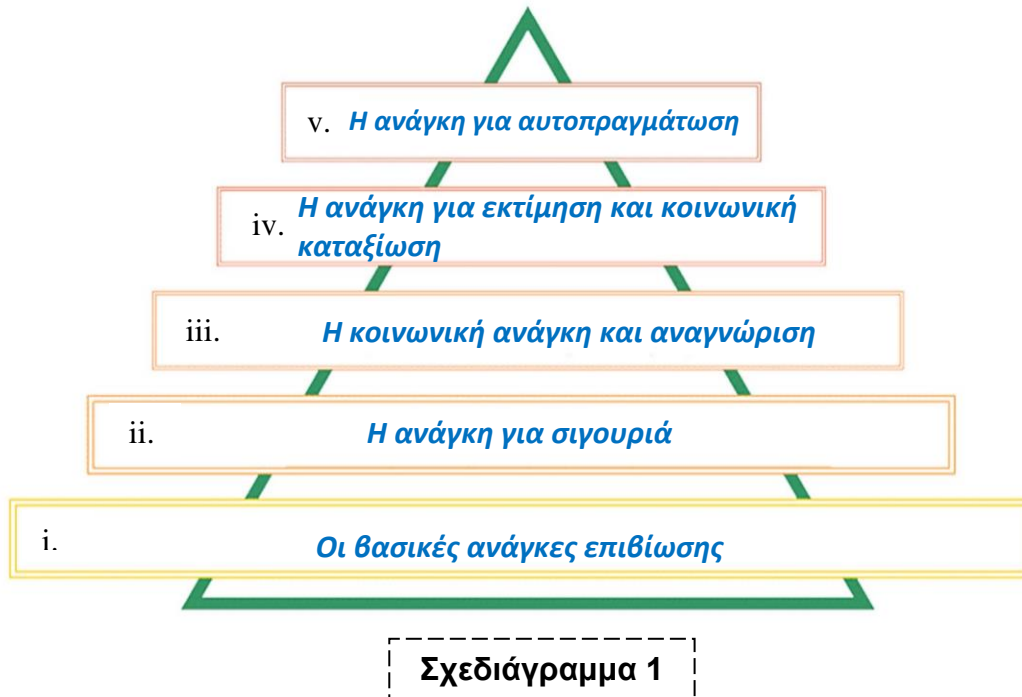
(β) Τα πέντε (5) στάδια «ιεράρχησης των ανθρωπίνων αναγκών», με βάση τη θεωρία του Maslow, ακολουθούν μια δεδομένη σειρά, όσον αφορά στην εκπλήρωση των ανθρωπίνων αναγκών. Να κατατάξετε τα **Στάδια «ιεράρχησης των ανθρωπίνων αναγκών»**, που σας δίνονται πιο κάτω, στη σωστή σειρά και να τα καταγράψετε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

*Τα νεαρά άτομα ηλικίας 15 έως 25 ετών, προτιμούν να αγοράζουν οι ίδιοι τα ενδύματά τους και αναζητούν τη δυνατότητα να επιλέγουν το στυλ το οποίο τους εκφράζει, δίνοντας ιδιαίτερη σημασία στην καλή εφαρμογή των ενδυμάτων, για την ανάδειξη της νεανικής τους σιλουέτας. Είναι σημαντικό, να παρέχεται διευκόλυνση όσον αφορά στην εύκολη πρόσβαση στο κατάστημα, αφού η πλειοψηφία των νεαρών ατόμων, δεν είναι σε θέση να έχουν το δικό τους μεταφορικό μέσο. Η εικόνα (image) της νέας αλυσίδας καταστημάτων, πρέπει να ικανοποιεί όλα τα πιο πάνω, για να έχει πιθανότητες επιτυχίας. Καταστήματα σε εμπορικά κέντρα, με εύκολη πρόσβαση από τα μέσα μεταφοράς, με ποικιλία στο εμπόρευμα, με ποιοτικά ενδύματα, με στυλ που αρέσει στους νέους, με αυτοεξυπηρέτηση (self service) ως μέθοδο πωλήσεων, με λαμπερά χρώματα στο περιβάλλον, με έντονο φωτισμό και πολύχρωμα γραφικά, προδιαγράφει μια σίγουρη επιτυχία στον τομέα του νεανικού ενδύματος.*

- (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**

*Ο Οίκος Μόδας Valentino χρησιμοποιεί στην Εικόνα 7, την «προωθητική» διαφήμιση. 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. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, ο οίκος Μόδας Valentino, ενημερώνει του καταναλωτές για το λανσάρισμα της νέας του συλλογής ενδυμάτων και αξεσουάρ μόδας.*

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)
- Οι ποιοτικές θεωρήσεις: Για τις αγορές των εμπορευμάτων λαμβάνεται υπόψη, η εικόνα του καταστήματος (shop image), το στυλ, τα υλικά που χρησιμοποιούνται και η ποιότητα κατασκευής των ενδυμάτων, καθώς και τα χρώματα που θα προτιμήσουν την εκάστοτε σεζόν.*
  - Οι ποσοτικές θεωρήσεις: Το μέγεθος των παραγγελιών εξαρτάται από το διαθέσιμο ποσό χρημάτων για νέα εμπορεύματα.*
  - Η επιλογή των προμηθευτών: Οι υπεύθυνοι αγορών έχουν στη διάθεση τους πολλές ντόπιες και ξένες πηγές για τις αγορές τους. Η πλειοψηφία των πηγών αποτελείται από κατασκευαστές ενδυμάτων ή εμπόρους χονδρικής πώλησης έτοιμων ενδυμάτων.*
  - Ο χρόνος παραγγελίας και παραλαβής των εμπορευμάτων: Στον τομέα της Μόδας, υπάρχουν συγκεκριμένες περιόδους όπου οι υπεύθυνοι αγορών επιλέγουν τα προϊόντα της επόμενης σεζόν. Το χρονικό διάστημα κατά το οποίο οι υπεύθυνοι αγορών επισκέπτονται τους προμηθευτές, ονομάζεται εβδομάδα αγορών. Για τη βιομηχανία γυναικείων ενδυμάτων, διοργανώνονται τέσσερις εβδομάδες αγορών κάθε χρόνο, ενώ για τη βιομηχανία παιδικών ενδυμάτων, διοργανώνονται μόνο δύο.*

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

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

**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)

*Στις βιτρίνες που παρουσιάζουν οι Εικόνες 8, 9 και 10, το στοιχείο το οποίο επικρατεί σαν κύρια διακόσμηση, είναι τα τεράστια τρισδιάστατα χέρια, τα οποία είτε κρατούν, είτε υποδεικνύουν τα ενδύματα και τα αξεσουάρ του οίκου Fendi. Ο κύριος σκοπός τους, είναι να δώσουν έμφαση στη δεξιοτεχνία, στην καλλιτεχνική καινοτομία και στη χειροποίητη εργασία που περιλαμβάνουν οι συλλογές του οίκου. Το κάθε τρισδιάστατο χέρι, είναι σχολαστικά ζωγραφισμένο με ένα μοναδικό «floral» σχέδιο από τους εκλεκτούς καλλιτέχνες που προσέλαβε ο οίκος για τη διακόσμηση των βιτρινών του. Όλα τα πιο πάνω, φανερώνουν το δημιουργικό τρόπο με τον οποίο συνδέεται η πηγή έμπνευσης καθώς και ο τίτλος της συλλογής με το σχεδιασμό της διακόσμησης των βιτρινών.*

- (β) Να εντοπίσετε και να αναφέρετε τρία (3) στοιχεία που έχουν συνδυαστεί αποτελεσματικά μεταξύ τους, για τη δημιουργία των βιτρινών. (μονάδες 3)
- Τα στοιχεία που έχουν συνδυαστεί αποτελεσματικά μεταξύ τους ώστε να δημιουργηθεί αυτό το εντυπωσιακό «οπτικό εμπόριο» είναι:*
- i. Τα εμπορεύματα.*
  - ii. Ο φωτισμός.*
  - iii. Τα υλικά.*
  - iv. Τα χρώματα.*

- (γ) Να σχολιάσετε τον τρόπο με τον οποίο οι βιτρίνες αυτές συμβάλλουν στην αύξηση των πωλήσεων του οίκου Υψηλής Ραπτικής Fendi. (μονάδες 3)
- Η επιλογή των διακοσμητικών αντικειμένων στις βιτρίνες του οίκου Fendi, καθώς και η πρωτοποριακή παρουσίασή τους, αναμένεται να συντείνουν στη δυναμική προβολή των ενδυμάτων και των αξεσουάρ του οίκου Μόδας. Μια εντυπωσιακή βιτρίνα παραπέμπει σε ένα εξίσου τακτοποιημένο 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 εμπορίου», οι έμποροι μπορούν να διαφοροποιηθούν ο ένας από τον άλλο, δηλώνοντας στον πελάτη τη διαφορετικότητα και τη μοναδικότητά τους.*

**ΤΕΛΟΣ ΤΟΥ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟΥ ΔΟΚΙΜΙΟΥ**