

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

ΠΑΓΚΥΠΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2017

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ (Ι) ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ

Μάθημα: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΕΙΔΩΝ ΕΝΔΥΣΗΣ (261)

Ημερομηνία και ώρα εξέτασης: Τρίτη, 30 Μαΐου 2017
08:00 – 10:30

ΛΥΣΕΙΣ

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

Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με τέσσερις (4) μονάδες.

1. Σε όλες τις βιομηχανίες ένδυσης γίνεται καταμερισμός εργασιών που αφορά στις διάφορες δραστηριότητές τους, τόσο οργανωτικής όσο και εκτελεστικής φύσης. Να ονομάσετε τα τμήματα της βιομηχανίας ένδυσης τα οποία είναι υπεύθυνα για την οργάνωση και τη διεκπεραίωση των εργασιών που παρουσιάζονται στις **Εικόνες 1, 2, 3 και 4.**



Εικόνα 1



Εικόνα 2



Εικόνα 3



Εικόνα 4

Εικόνα 1: *Τμήμα Παραγωγής*

Εικόνα 2: *Τμήμα Σχεδιασμού*

Εικόνα 3: *Τμήμα Αγορών*

Εικόνα 4: *Τμήμα Μάρκετινγκ*

2. Να επιλέξετε και να υπογραμμίσετε την ορθή απάντηση.

- i. Το δελτίο παραγγελιών περιλαμβάνει τις λεπτομέρειες που καθοδηγούν το τμήμα παραγωγής στον υπολογισμό του κόστους του ενδύματος και στην παραγγελία των απαραίτητων υφασμάτων, καθώς και των συμπληρωματικών υλικών.
- ii. Το δελτίο σχεδιασμού περιλαμβάνει τις λεπτομέρειες που καθοδηγούν το τμήμα παραγωγής στον υπολογισμό του κόστους του ενδύματος και στην παραγγελία των απαραίτητων υφασμάτων, καθώς και των συμπληρωματικών υλικών.

3. Ο ανταγωνισμός στην εμπορία της Μόδας είναι τεράστιος, γεγονός το οποίο υποχρεώνει τις περισσότερες επιχειρήσεις στο τομέα της Μόδας να διαθέτουν τμήμα «Δημοσίων Σχέσεων». Να αναφέρετε το ρόλο του υπεύθυνου «Δημοσίων Σχέσεων» σε μια επιχείρηση στον τομέα της Μόδας.

Ο υπεύθυνος στο τμήμα «δημοσίων σχέσεων σε μια επιχείρηση στον τομέα της μόδας, συμβάλλει σημαντικά στις προσπάθειές της που αφορούν στη διαφήμιση και στην προώθηση των προϊόντων της. Έχει ως υπευθυνότητα, να επικοινωνεί με τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (τηλεόραση, περιοδικά, εφημερίδες, διαφημιστικά γραφεία, διαδίκτυο κλπ.), με σκοπό την ενημέρωσή τους, όσον αφορά στην καθεμία εκδήλωση, η οποία οργανώνεται από την επιχείρηση, πετυχαίνοντας έτσι την καλύτερη δυνατή διαφήμιση μέσω της κάλυψης των γεγονότων αυτών.

4. Οι εντυπωσιακά σχεδιασμένες βιτρίνες των καταστημάτων που δραστηριοποιούνται στον τομέα της Μόδας, ελκύουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών, εμπνέοντάς τους να προχωρήσουν σε αγορές προϊόντων. Να παρατηρήσετε την **Εικόνα 5**. Να εντοπίσετε και να αναφέρετε τέσσερα (4) στοιχεία τα οποία επιβάλλεται να συνδυαστούν μεταξύ τους αποτελεσματικά, για μια επιτυχημένη και εντυπωσιακή οπτική παρουσίαση.



Εικόνα 5

- i. Τα εμπορεύματα
- ii. Ο φωτισμός
- iii. Τα υλικά
- iv. Τα χρώματα
- v. Οι επιγραφές
- vi. Τα γραφικά

5. Να συμπληρώσετε τα κενά στις πιο κάτω προτάσεις:

Ο χρόνος παραγωγής ενός ενδύματος, θεωρείται ως ο *κύκλος* παραγωγής του και είναι η *χρονική περίοδος* κατά την οποία παράγεται ένα *ένδυμα*.

6. Να επιλέξετε και να υπογραμμίσετε την ορθή απάντηση.

- i. Η «προωθητική διαφήμιση» χρησιμοποιείται όταν μια επιχείρηση επιθυμεί να γνωστοποιήσει ένα καινούργιο προϊόν που πρόκειται να λανσάρει στην αγορά.
- ii. Η «προωθητική διαφήμιση» προβάλλει τις υπηρεσίες που προσφέρει το κατάστημα και χρησιμοποιείται για να δημιουργήσει μια εικόνα για την επιχείρηση ειδικότερα.

7. Το τμήμα Οικονομικών σε μια βιομηχανία ένδυσης προβαίνει στη λήψη πληροφοριών από τα διάφορα τμήματά της με σκοπό την «κοστολόγηση» των δειγμάτων.

Στον **ΠΙΝΑΚΑ 1**, να αντιστοιχίσετε τα αρμόδια **ΤΜΗΜΑΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΕΝΔΥΣΗΣ** με τις **ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΔΕΙΓΜΑΤΩΝ**.

ΤΜΗΜΑΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΕΝΔΥΣΗΣ:

- Τμήμα Αγορών
- Τμήμα Οικονομικών
- Τμήμα Σχεδιασμού
- Τμήμα Παραγωγής

ΠΙΝΑΚΑΣ 1	
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΔΕΙΓΜΑΤΩΝ	ΤΜΗΜΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΕΝΔΥΣΗΣ
i. Χρόνος, έξοδα κοψίματος υφάσματος συναρμολόγηση και φινίρισμα ενδύματος.	<i>Τμήμα Παραγωγής</i>
ii. Επιλογή υφασμάτων και διακοσμητικών υλικών.	<i>Τμήμα Σχεδιασμού</i>
iii. «Ειδικά» και «γενικά» έξοδα για κάθε ένδυμα.	<i>Τμήμα Οικονομικών</i>
iv. Κόστα υφάσματος και διακοσμητικών υλικών.	<i>Τμήμα Αγορών</i>

8. Στον ΠΙΝΑΚΑ 2, να επιλέξετε **ΟΡΘΟ** ή **ΛΑΘΟΣ** για τις πιο κάτω προτάσεις:

ΠΙΝΑΚΑΣ 2	
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	ΟΡΘΟ ή ΛΑΘΟΣ
i. Όταν η παραγωγή των ενδυμάτων μιας βιομηχανίας ένδυσης γίνεται εκτός της βιομηχανικής μονάδας, απαιτούνται έξοδα για την εκπαίδευση του προσωπικού του «εργολάβου».	<i>ΛΑΘΟΣ</i>
ii. Όταν η παραγωγή των ενδυμάτων μιας βιομηχανίας ένδυσης γίνεται εντός της βιομηχανικής μονάδας, εξοικονομείται χρόνος και χρήμα επειδή δεν γίνεται μεταφορά των υλικών.	<i>ΟΡΘΟ</i>
iii. Όταν η παραγωγή των ενδυμάτων μιας βιομηχανικής μονάδας γίνεται από τον «εργολάβο», τότε εξασκείται περισσότερος ποιοτικός έλεγχος στα προϊόντα της επιχείρησης.	<i>ΛΑΘΟΣ</i>
iv. Όταν η παραγωγή των ενδυμάτων μιας βιομηχανίας ένδυσης γίνεται εντός της βιομηχανικής μονάδας, τότε το προσωπικό της υποαπασχολείται σε περιόδους ύφεσης.	<i>ΟΡΘΟ</i>

9. Να ονομάσετε και να σχολιάσετε τους τύπους επιχειρήσεων λιανικής πώλησης στον τομέα της Μόδας, που παρουσιάζονται στις **Εικόνες 6** και **7**.

Εικόνα 6



Εικόνα 7



Εικόνα 6: Πωλητές υπαίθριων αγορών. Αυτός ο τύπος λιανικής πώλησης λειτουργεί για μερικές ώρες και μερικές μέρες της εβδομάδας σε διάφορα μέρη. Το εμπόριο αυτό περιορίζεται από τις κλιματολογικές συνθήκες και οι τιμές των προϊόντων κυμαίνονται από ψηλές ως χαμηλές. Δίνεται μεγάλη έμφαση στα παζαρέματα από την πλευρά των καταναλωτών.

Εικόνα 7: Πολυκατάστημα. Αυτός ο τύπος επιχείρησης λιανικής πώλησης λειτουργεί σε τοπική ή σε πανεθνική βάση. Προσφέρει ποικιλία και ποσότητα αγαθών, κυρίως ελαφρών προϊόντων όπως ενδύματα, υποδήματα, αξεσουάρ μόδας και καλλυντικά.

10. Να κατονομάσετε δύο (2) φυσικά γνωρίσματα ενός ενδύματος.

Τα φυσικά γνωρίσματα ενός ενδύματος είναι:

- i. *Το σχέδιο του (Το στυλ/Η γραμμή του, καθώς και οι σχεδιαστικές λεπτομέρειες του ενδύματος).*
- ii. *Τα υλικά του (Όλα τα συστατικά μέρη του ενδύματος, όπως το ύφασμα και όλα τα συνοδευτικά υλικά).*
- iii. *Η κατασκευή του (Οι μέθοδοι που χρησιμοποιήθηκαν για την κατασκευή του ενδύματος).*

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

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

Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με δέκα (10) μονάδες.

11. (α) Να μελετήσετε και να συγκρίνετε τις **Εικόνες 8** και **9**. Στη συνέχεια να σχολιάσετε τη συχνότητα αλλαγής της Μόδας στο παρελθόν και σήμερα με βάση:

- i. Το ρυθμό αλλαγής της μόδας.
- ii. Τους τύπους των ενδυμάτων.

(Μονάδες 6)

Εικόνα 8



Εικόνα 9



- i. *Ο ρυθμός αλλαγής της μόδας στα παλιά χρόνια ήταν αργός, σταδιακός και διαρκούσε για μεγάλα χρονικά διαστήματα. Στη σύγχρονη καταναλωτική και τεχνολογικά ανεπτυγμένη κοινωνία του 21^{ου} αιώνα, οι αλλαγές στη μόδα είναι δραματικές και συχνές.*
- ii. *Τα ενδύματα στα παλιά χρόνια ήταν πολύπλοκα, απαιτητικά και χρονοβόρα όσον αφορούσε στη διαδικασία της κατασκευής τους. Η μόδα άλλαζε σε πολύ αργούς ρυθμούς γεγονός το οποίο οφείλεται στη χειροποίητη κατασκευήν τόσο των υφασμάτων, όσο και των ενδυμάτων.*

(β) Σαν νέος/α σχεδιαστής/στρια Μόδας, σας παρέχεται η ευκαιρία μιας επιχειρηματικής πρότασης, ώστε να αναλάβετε τη δημιουργία και την οργάνωση μίας βιομηχανίας που πρόκειται να δραστηριοποιηθεί στον τομέα της Μόδας. Να αναφέρετε τέσσερις (4) παράγοντες που θα λάβετε υπόψη σας και αφορούν στην οργάνωση και στην παραγωγή της επιχείρησης αυτής.

(Μονάδες 4)

Ένας νέος/α σχεδιαστής/στρια που πρόκειται να αναλάβει τη δημιουργία και την οργάνωση μίας βιομηχανίας που πρόκειται να δραστηριοποιηθεί στον τομέα της Μόδας, θα λάβει υπόψιν του, τους πιο κάτω παράγοντες που αφορούν στην οργάνωση και στην παραγωγή της επιχείρησης αυτής είναι:

- I. Ο κύκλος παραγωγής ενός ενδύματος.*
- II. Το μέγεθος της βιομηχανικής μονάδας.*
- III. Ο βαθμός δεξιοτεχνίας των χειριστών στη γραμμή παραγωγής.*
- IV. Τα επίπεδα των μισθών του προσωπικού.*
- V. Τα επίπεδα τεχνολογίας της παραγωγής.*
- VI. Ο σχεδιασμός και το μάρκετινγκ των ενδυμάτων.*

- 12.** (α) Το τμήμα Οικονομικών σε μια βιομηχανία ένδυσης έχει μεγάλη επίδραση σε πολλές από τις αποφάσεις της επιχείρησης, καθώς είναι υπεύθυνο για την οργάνωση όλων των οικονομικών και των διαχειριστικών θεμάτων της. Να αναφέρετε τις τρεις (3) λειτουργίες που εκτελεί επιπρόσθετα το τμήμα Οικονομικών σε μια βιομηχανία ένδυσης.

(Μονάδες 3)

Οι λειτουργίες που εκτελεί επιπρόσθετα το τμήμα Οικονομικών σε μια βιομηχανία ένδυσης είναι:

- ι. Να ενημερώνει συνεχώς το τμήμα διεύθυνσης για την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης.*
- ii. Να εκδίδει τον προϋπολογισμό των πωλήσεων και τον προϋπολογισμό των εξόδων (εργατικά έξοδα, ενοίκια, ασφάλειες, τόκοι κλπ.) της επιχείρησης.*
- iii. Να πραγματοποιεί την κοστολόγηση των προϊόντων (ενδυμάτων).*

(β) Στον ΠΙΝΑΚΑ 3, να επιλέξετε **ΟΡΘΟ** ή **ΛΑΘΟΣ** για τις πιο κάτω προτάσεις:
(Μονάδες 4)

ΠΙΝΑΚΑΣ 3	
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	ΟΡΘΟ ή ΛΑΘΟΣ
i. Το «πατρών παραγωγής» των μοντέλων μιας συλλογής ενδυμάτων βοηθά το σχεδιαστή να δοκιμάσει πρακτικά το σχέδιό του.	<i>ΛΑΘΟΣ</i>
ii. Ο σκοπός της «διαβάθμισης» των πατρών του ενδύματος είναι η απλοποίηση των τμημάτων ενός μοντέλου, ώστε η συναρμολόγησή του να είναι πιο εύκολη.	<i>ΛΑΘΟΣ</i>
iii. Η κατασκευή πατρών απαιτεί τεχνική δεξιότητα όσον αφορά στην ερμηνεία των σχεδίων μόδας των συλλογών.	<i>ΟΡΘΟ</i>
iv. Το τμήμα της βιομηχανίας ένδυσης που έχει την ευθύνη της αποθήκευσης των υλικών είναι το τμήμα Αγορών.	<i>ΟΡΘΟ</i>

(γ) Στις μεγάλες βιομηχανίες, όπου η παραγωγή είναι περίπλοκη, ο τομέας της παραγωγής χωρίζεται σε επιμέρους τομείς.
Να ονομάσετε τους τρεις (3) τομείς στους οποίους χωρίζεται ο τομέας της παραγωγής σε μια βιομηχανία ένδυσης.
(Μονάδες 3)

Οι τρεις επιμέρους τομείς στους οποίους χωρίζεται το τμήμα παραγωγής σε μια βιομηχανία ένδυσης είναι:

- i. Ο τομέας της παραγωγής.*
- ii. Ο τομέας των υπηρεσιών.*
- iii. Ο τομέας ελέγχου.*

13. (α) Να αναφέρετε έξι (6) παράγοντες που λαμβάνονται υπόψη για τον προγραμματισμό κοπής των ενδυμάτων, στο τμήμα κοπτηρίου σε μια βιομηχανία ένδυσης. (Μονάδες 6)

Οι παράγοντες που λαμβάνονται υπόψη για τον προγραμματισμό κοπής των ενδυμάτων στο τμήμα κοπτηρίου σε μια βιομηχανία ένδυσης είναι:

- ι. Ο αριθμός των στρώσεων υφάσματος που θα χρειαστούν για να ολοκληρωθεί η παραγγελία.*
- ii. Η κατηγορία των υφασμάτων που περιλαμβάνει η παραγγελία.*
- iii. Τα μεγέθη της παραγγελίας που θα συμπεριληφθούν σε κάθε οδηγό κοπής.*
- iv. Ο αριθμός των οδηγών κοπής που πρέπει να κατασκευαστούν για την εκτέλεση των παραγγελιών.*
- v. Η πιθανότητα χρησιμοποίησης παλαιών οδηγών κοπής.*
- vi. Η δυνατότητα του κοπτηρίου να χειριστεί διάφορους τύπους υφασμάτων.*
- vii. Ο συντονισμός μεταξύ του τμήματος του κοπτηρίου και της γραμμής παραγωγής.*

- (β) Να συμπληρώσετε τα κενά στις πιο κάτω προτάσεις: (Μονάδες 4)

Στο τμήμα *κοπτηρίου* της βιομηχανίας ένδυσης όταν κόβονται πολλά ενδύματα ταυτόχρονα, επιτυγχάνεται οικονομία στο *ύφασμα* καθώς και στα *εργατικά έξοδα*. Απαραίτητη προϋπόθεση για την υλοποίηση της διαδικασίας αυτής, είναι η επένδυση της βιομηχανίας στην κατασκευή μεγάλων και στερεών *πάγκων* απλώματος, καθώς και η εξασφάλιση των *απλωτικών μηχανιών* του υφάσματος για την εξοικονόμηση *χρόνου*.

14. (α) Οι τύποι επιχειρήσεων λιανικής πώλησης των προϊόντων Μόδας ποικίλουν σύμφωνα με τις ανάγκες των καταναλωτών.

Στον ΠΙΝΑΚΑ 4, να αντιστοιχίσετε τους ΤΥΠΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ με την περιγραφή του ΤΡΟΠΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ.

(Μονάδες 7)

ΤΥΠΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ : Ειδικευμένα μαγαζιά, Υπηρεσίες καταλόγου, Μπουτίκ, Πολυκαταστήματα, Έμποροι εκπτώσεων, Πωλητές υπαίθριων αγορών, Παραρτήματα πολυκαταστημάτων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4	
ΤΡΟΠΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ	ΤΥΠΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ
i. Ικανοποιούν τις ανάγκες των καταναλωτών που δεν έχουν εύκολη πρόσβαση στην αγορά.	<i>Υπηρεσίες καταλόγου</i>
ii. Προσφέρουν εμπορεύματα σε χαμηλότερη τιμή από τη χονδρική.	<i>Έμποροι εκπτώσεων</i>
iii. Λειτουργούν ορισμένες ώρες και ημέρες της εβδομάδας σε διαφορετικές τοποθεσίες.	<i>Πωλητές υπαίθριων αγορών</i>
iv. Προσφέρουν εμπορεύματα για να εξυπηρετούν τις ανάγκες της κοινότητας.	<i>Παραρτήματα πολυκαταστημάτων</i>
v. Προσφέρουν υψηλής ποιότητας ενδύματα και αξεσουάρ μόδας.	<i>Μπουτίκ</i>
vi. Προσφέρουν ποικιλία και ποσότητα ελαφρών προϊόντων.	<i>Πολυκαταστήματα</i>
vii. Προσφέρουν μόνο μια συγκεκριμένη κατηγορία ενδυμάτων.	<i>Ειδικευμένα μαγαζιά</i>

- (β) Οι επιχειρήσεις στον κατασκευαστικό τομέα στοχεύουν στην ποιότητα των προϊόντων τους, με σκοπό να ικανοποιήσουν τις προσδοκίες των καταναλωτών. Να αναφέρετε τις τρεις (3) δραστηριότητες που διενεργεί το τμήμα «ποιοτικού ελέγχου» σε μία βιομηχανία ένδυσης.

(Μονάδες 3)

Οι τρεις (3) δραστηριότητες που διενεργεί το τμήμα «ποιοτικού ελέγχου» σε μία βιομηχανία ένδυσης είναι:

- I. Να θέτει τα ποιοτικά κριτήρια και τα ποιοτικά επίπεδα που αφορούν στα προϊόντα.*
- II. Να ερευνά τους τρόπους που βοηθούν στη συνεχή επίτευξη της αποδεκτής ποιότητας των προϊόντων.*
- III. Να εντοπίζει τις πιθανές αιτίες που προκαλούν ελαττώματα στα ενδύματα και να προτείνει λύσεις για την πρόληψή τους.*

15. (α) Να σχολιάσετε τον τύπο της εσωτερικής διακόσμησης της μπουτίκ που παρουσιάζεται στην **Εικόνα 10**, αναφορικά με:

- i. Τον τύπο των ενδυμάτων τον οποίο εμπορεύεται. (Μονάδα 1)
- ii. Τα στοιχεία της διακόσμησης που είναι απαραίτητα σ' αυτό το είδους μπουτίκ. (Μονάδες 3)
- iii. Τη σημασία που έχει η ορθή διαμόρφωση του εσωτερικού χώρου των καταστημάτων τα οποία εμπορεύονται προϊόντα Μόδας. (Μονάδες 2)



Εικόνα 10

- i. Η μπουτίκ που παρουσιάζεται στην Εικόνα 10, εμπορεύεται νυφικά ενδύματα.
- ii. Μια μπουτίκ που εξειδικεύεται στην πώληση νυφικών ενδυμάτων, είναι απαραίτητο να διαθέτει τα πιο κάτω στοιχεία διακόσμησης:
 - Άνετους χώρους για την εύκολη διακίνηση των πελατισσών, η οποία δοκιμάζει τα νυφικά.
 - Βάθρο για τις πελάτισσες, καθώς δοκιμάζουν τα νυφικά, με σκοπό να τις ανυψώνει, για τον έλεγχο και το διόρθωμα των ποδόχυρων στο ένδυμα.
 - Πολλά και άνετα καθίσματα, τόσο για τις πελάτισσες οι οποίες δοκιμάζουν τα νυφικά, όσο και για τα φιλικά/συγγενικά τους άτομα τα οποία τις συνοδεύουν.
 - Κατάλληλος φωτισμός.
- iii. Η ορθή διαμόρφωση του εσωτερικού χώρου και η εσωτερική διακόσμηση των καταστημάτων τύπου μπουτίκ, τα οποία εμπορεύονται προϊόντα Μόδας, είναι πολύ σημαντική. Τα τελευταία χρόνια οι επιχειρηματίες / καταστηματάρχες άρχισαν να δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στην εσωτερική διακόσμηση των καταστημάτων τους, επειδή αναγνώρισαν τόσο την ανάγκη δημιουργίας ενός ιδιαίτερου χώρου τοποθέτησης των προϊόντων τους, όσο και την ανάγκη δημιουργίας προσωπικού ύφους στα καταστήματά τους. Έτσι, βοηθούν τον καταναλωτή να διαφοροποιεί στο μυαλό του, το ένα κατάστημα από το άλλο.

(β) Η «θεωρία της αυτογνωσίας».

- i. Να παραθέσετε τον ορισμό της θεωρίας αυτής. (Μονάδα 1)
- ii. Να αναφέρετε το στόχο που θέλει να επιτύχει ο επιχειρηματίας στον τομέα της εμπορίας της Μόδας χρησιμοποιώντας τη θεωρία αυτή. (Μονάδες 2)
- iii. Να αναφέρετε την κατηγορία των καταναλωτών στην οποία απευθύνεται η θεωρία αυτή. (Μονάδα 1)
- ι. *Σύμφωνα με τη «θεωρία της αυτογνωσίας», δίνεται προσοχή στο πως αντιλαμβάνονται οι ίδιοι οι καταναλωτές τον εαυτό τους.*
- ii. *Ο επιχειρηματίας στον τομέα της εμπορίας της Μόδας, χρησιμοποιεί τη «θεωρία της αυτογνωσίας» με στόχο να κατορθώσει με τον τρόπο παρουσίασης των προϊόντων του, να προβάλλει τον ιδανικό εαυτό του καταναλωτή. Έχει ως απώτερο σκοπό να αυξήσει τις πωλήσεις της επιχείρησής του. Οι επιχειρηματίες αυτοί δραστηριοποιούνται συνήθως στον τομέα πώλησης πολυτελών προϊόντων μόδας, καθώς και ενδυμάτων υψηλής ραπτικής.*
- iii. *Η κατηγορία των καταναλωτών στην οποία απευθύνεται η «θεωρία της αυτογνωσίας», είναι τα άτομα τα οποία προσπαθούν να προεργίσουν την ιδανική εικόνα του εαυτού τους.*

16. (α) Να σχολιάσετε το επίπεδο της εκπαίδευσης το οποίο είναι απαραίτητο να κατέχει ο τμηματάρχης σε ένα κατάστημα στον τομέα του λιανικού εμπορίου. (Μονάδες 4)

Ο τμηματάρχης σε μία επιχείρηση η οποία δραστηριοποιείται στον τομέα του λιανικού εμπορίου της μόδας, δεν έχει δικαιοδοσία να διαμορφώνει την πολιτική του καταστήματος, αλλά να πραγματοποιεί τις αποφάσεις που λαμβάνονται από τη διοίκηση.

Ο τμηματάρχης εκπαιδεύεται για θέματα όπως:

- I. Ο έλεγχος των ημερήσιων αποδείξεων.*
- II. Την οργάνωση των διαλειμμάτων του προσωπικού.*
- III. Τον καθορισμό του ωραρίου του προσωπικού.*
- IV. Τον χειρισμό των παραπόνων των πελατών.*

- (β) Ο Γαλλικός οίκος Μόδας «Hermès» είναι γνωστός για τις δαπανηρές και καλλιτεχνικές διαφημιστικές του καμπάνιες, κυρίως όταν πρόκειται για τη διαφήμιση των πασίγνωστων μεταξωτών εσαρπών του (silk shawls). Να παρατηρήσετε την **Εικόνα 11** και να σχολιάσετε τη διαφήμιση του οίκου Μόδας «Hermès», αναφορικά με:
- i. Τον τύπο της διαφήμισης.
 - ii. Τη σχέση του θέματος που παρουσιάζει και το είδος του προϊόντος μόδας που πρόκειται να διαφημιστεί.
 - iii. Το καταναλωτικό κοινό στο οποίο απευθύνεται. (Μονάδες 6)



Εικόνα 11

- i. Η διαφήμιση του οίκου Hermès που παρουσιάζει η Εικόνα 11 είναι η «πρωθητική» διαφήμιση.
- ii. Η συλλογή εσαρπών του οίκου του Μόδας Hermès είναι εμπνευσμένη από τα χρώματα και τα πλούσια μοτίβα που παρουσιάζονται στα φτερά των πεταλούδων. Η επιλογή του οίκου Μόδας να δημιουργήσει αυτό το φωτογραφικό σκηνικό της διαφήμισης, που παρουσιάζεται στην Εικόνα 11, είναι εύστοχη αφού προομοιάζει τις αέρινες μεταξωτές εσάρπες του οίκου, με τα λεπτεπίλεπτα φτερά της πεταλούδας, ενισχύοντας την αισθητική εικόνα και τη θεματολογία της σχεδιαστικής ιδέας που επιθυμεί να μεταδώσει ο οίκος Μόδας.
- iii. Το καταναλωτικό κοινό στο οποίο απευθύνεται η διαφήμιση αυτή, είναι η ανώτερη τάξη των καταναλωτών, αφού ο οίκος Hermès, συγκαταλέγεται ανάμεσα στις πολυτελής φίρμες ενδυμάτων και αξεσουάρ Μόδας.

ΤΕΛΟΣ ΤΟΥ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟΥ ΔΟΚΙΜΙΟΥ