

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

ΠΑΓΚΥΠΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2009

Μάθημα: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΙΔΩΝ ΕΝΔΥΣΗΣ (261)

Ημερομηνία και ώρα εξέτασης: Τρίτη 26^η Μαΐου 2009
11:00 – 13:30

ΛΥΣΕΙΣ

ΜΕΡΟΣ Α: Αποτελείται από δώδεκα (12) ερωτήσεις.

Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με τέσσερις (4) μονάδες.

1. α) Ποιες είναι οι διαφορές μεταξύ του πρώτου πατρόν και του πατρόν παραγωγής;

Το πρώτο πατρόν είναι πρόχειρο και δοκιμαστικό χωρίς περιθώρια ραφής, ενώ το πατρόν παραγωγής περιλαμβάνει περιθώρια ραφής, γραμμή ύφανσης και απαραίτητες πληροφορίες για το κοπτήριο.

β) Να αναφέρετε το σκοπό που εξυπηρετεί το κάθε ένα από τα δύο πατρόν.

Το πρώτο πατρόν γίνεται για να βοηθήσει το σχεδιαστή να δοκιμάσει πρακτικά το σχέδιο που έχει σχεδιάσει και να διορθώσει τυχόν ατέλειες. Το πατρόν παραγωγής είναι το τελικό πατρόν το οποίο, αφού διορθωθεί στην εντέλεια, αντιγράφεται σε χαρτόνι και χρησιμοποιείται στο κόψιμο του δείγματος και στη συνέχεια, αφού διαβαθμιστεί στα απαιτούμενα μεγέθη, χρησιμοποιείται στο κοπτήριο.

2. Να επιλέξετε **ΟΡΘΟ** ή **ΛΑΘΟΣ** για τις πιο κάτω προτάσεις:

- α) Σε μια οπτική παρουσίαση το εμπόρευμα είναι το πιο βασικό στοιχείο και αυτό πρέπει να τονίζεται. Όλα τα άλλα στοιχεία πρέπει απλά να το πλαισιώνουν και να το υποστηρίζουν. ΟΡΘΟ
- β) Το ψαλίδι του χεριού δεν είναι κατάλληλο μέσο για το κόψιμο πολλών φύλλων υφάσματος. ΟΡΘΟ
- γ) Οι ενδυματολογικές ανάγκες ανθρώπων που έχουν την ίδια αγοραστική δύναμη είναι πάντοτε οι ίδιες. ΛΑΘΟΣ
- δ) Ένας από τους λόγους που έχουν επιτυχία τα πολυκαταστήματα είναι ότι ευκολύνουν τους καταναλωτές, προσφέροντας στον ίδιο χώρο διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες. ΟΡΘΟ

3. **Να αναφέρετε τέσσερις λόγους για τους οποίους τοποθετείται φόδρα σε ορισμένα ενδύματα.**
- α) Για να βοηθά στη διατήρηση του σχήματος που έχει το ένδυμα.
 - β) Για να βελτιώνει το πέσιμο του ενδύματος.
 - γ) για να γλιστρά και να φοριέται πιο εύκολα.
 - δ) Για να καλύπτει και να συγυρίζει την ανάποδη μεριά ενός ενδύματος.
4. **Να συσχετίσετε τις λέξεις: πλισάρισμα, κοπτήριο, διαφήμιση, πρότυπα, καπιτονέ, ποιότητα, στρώση, πωλήσεις, με τους όρους της στήλης Α.**

A

Τμήμα μάρκετινγκ διαφήμιση, πωλήσεις
Εξειδικευμένη εργασία πλισάρισμα, καπιτονέ
Άπλωμα υφάσματος κοπτήριο, στρώση
Έλεγχος παραγωγής ποιότητα, πρότυπο

5. **Να διαχωρίσετε τους πιο κάτω παράγοντες:**

- ποικιλία
- χαμηλότερο ρυθμό αλλαγής της μόδας
- καλή ποιότητα
- συχνή αλλαγή μοντέλων
- μεγάλες παραγγελίες
- χαμηλές τιμές
- μικρές παραγγελίες
- μικρότερη συλλογή μοντέλων

Σε αυτούς που αφορούν:

- α) στα συμφέροντα του αγοραστή/καταστηματάρχη και
- β) στα συμφέροντα του παραγωγού ειδών ένδυσης.

- α) Οι παράγοντες που αφορούν στα συμφέροντα του αγοραστή/καταστηματάρχη είναι: ποικιλία, καλή ποιότητα, συχνή αλλαγή μοντέλων, χαμηλές τιμές, μικρές παραγγελίες, ανταγωνιστικές τιμές.
- β) Οι παράγοντες που αφορούν στα συμφέροντα του παραγωγού είναι χαμηλότερος ρυθμός αλλαγής της μόδας, μεγάλες παραγγελίες, μικρότερη συλλογή μοντέλων.

6. **Να αντιγράψετε το κείμενο στο τετράδιο απαντήσεών σας συμπληρώνοντας τα κενά:**

- Ένα ύφασμα με διαγώνιες ρίγες αυξάνει το **κόστος** παραγωγής του ενδύματος και μειώνει το **κέρδος** του βιομήχανου.
- Όταν τα ενδύματα παράγονται εξ ολοκλήρου στο χώρο του εργοστασίου γίνεται καλύτερος **έλεγχος** της ποιότητάς τους.
- **Ψαλιδιές** και **σημάδια** μπαίνουν στα κομμένα τμήματα με σκοπό να διευκολύνουν το γάζωμα.

7. **Ποια είναι η βασική προϋπόθεση για τη «διασταύρωση τομέων» στην παραγωγή των διαφόρων ειδών ένδυσης.**
Βασική προϋπόθεση για τη «διασταύρωση τομέων» στην παραγωγή των διαφόρων ειδών ένδυσης είναι τα ενδύματα να είναι τεχνολογικά παρόμοια.
8. **Να αναφέρετε τέσσερα μέσα μαζικής ενημέρωσης που χρησιμοποιούνται για διαφήμιση ειδών ένδυσης.**
Τέσσερα μέσα μαζικής ενημέρωσης που χρησιμοποιούνται για διαφήμιση ειδών ένδυσης είναι: ραδιόφωνο, τηλεόραση, εφημερίδες, περιοδικά.
9. **Να αναφέρετε μια επιχείρηση λιανικής πώλησης που δε χρειάζεται να βρίσκεται σε εμπορική περιοχή, ανάμεσα σε άλλα καταστήματα. Να δικαιολογήσετε την απάντησή σας.**
Μια επιχείρηση λιανικής πώλησης που δε χρειάζεται να βρίσκεται σε εμπορική περιοχή ανάμεσα σε άλλα καταστήματα είναι οι επώνυμοι οίκοι υψηλής ραπτικής. Οι πελάτες αυτών των καταστημάτων είναι συγκεκριμένοι. Ανήκουν στην κοινωνική τάξη που δεν επιδιώκουν προϊόντα μαζικής παραγωγής. Αποτείνονται σε συγκεκριμένα καταστήματα για τις αγορές τους.
10. **Σε ποιες περιπτώσεις ο εργολάβος απευθύνεται σε υπεργολάβο στη διαδικασία κατασκευής ενδυμάτων;**
Ο εργολάβος απευθύνεται σε υπεργολάβο στις περιπτώσεις που χρειάζεται κάποια εξειδικευμένη εργασία π.χ. κέντημα, πλισέ, καπιτονέ.
11. α) **Με ποια κριτήρια επιλέγεται η κατάλληλη βελόνα για τις γαζωτικές μηχανές;**
Η κατάλληλη βελόνα επιλέγεται ανάλογα με το πάχος της κλωστής, το είδος του υφάσματος και το είδος της ραφής.
- β) **Να ονομάσετε δύο είδη προσαρτημάτων που εφαρμόζονται στις βιομηχανικές γαζωτικές μηχανές, για να μειώσουν τον χρόνο παραγωγής και να βοηθήσουν το χειριστή να διατηρεί την ίδια ποιότητα εργασίας.**
Δύο είδη προσαρτημάτων που εφαρμόζουν στις γαζωτικές μηχανές είναι τα διάφορα ποδαράκια, οι στριφωτήρες και οι ρελιαστήρες .
12. **Να εξηγήσετε τον όρο «ποιοτική αλυσίδα» στη διαδικασία κατασκευής των ενδυμάτων.**
Ο έλεγχος ποιότητας των προϊόντων σε όλα τα στάδια της διαδικασίας παραγωγής τους ονομάζεται «ποιοτική αλυσίδα».

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

ΜΕΡΟΣ Β: Αποτελείται από **τέσσερις** (4) ερωτήσεις.
Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με οκτώ (8) μονάδες.

13. α) **Ποιο τμήμα της βιομηχανίας ένδυσης είναι αρμόδιο για την τελική κοστολόγηση των ενδυμάτων;**

Το αρμόδιο τμήμα της βιομηχανίας ένδυσης για την κοστολόγηση ενδυμάτων είναι το τμήμα οικονομικών.

β) **Να αναφέρετε τέσσερα στοιχεία που λαμβάνονται υπόψη στη διαμόρφωση της τελικής κοστολόγησης των ενδυμάτων.**

Τα στοιχεία που λαμβάνονται υπόψη στη διαμόρφωση της τελικής κοστολόγησης των ενδυμάτων είναι:

- Το κόστος των υλικών
- Το εργατικό κόστος
- Το κόστος μεταφοράς
- Τα έξοδα εισαγωγής
- Οι προμήθειες των πωλητών

γ) **Ποια στοιχεία λαμβάνονται υπόψη στη διαμόρφωση της χονδρικής τιμής των προϊόντων;**

Για τη διαμόρφωση της χονδρικής τιμής των προϊόντων στην τελική κοστολόγηση λαμβάνεται υπόψη το κέρδος του βιομήχανου.

δ) **Πώς διαμορφώνεται η λιανική τιμή πώλησης;**

Για τη διαμόρφωση της λιανικής τιμής πώλησης ο αγοραστής/καταστηματάρχης συνήθως διπλασιάζει τη χονδρική τιμή του εμπορεύματος.

14. α) **Να αναφέρετε τις τέσσερις κατηγορίες στις οποίες ταξινομούνται τα ενδύματα σύμφωνα με το ρυθμό αλλαγής της μόδας και να δώσετε δύο παραδείγματα για την κάθε κατηγορία, επιλέγοντας από τον κατάλογο των ενδυμάτων που ακολουθεί:**

- Ανδρικά εξωτερικά ενδύματα υψηλής ραπτικής
- Ενδύματα σπορ και καθημερινά/casual
- Ενδύματα εφηβικά/ποπ ενδύματα
- Παντελόνια
- Φούστες
- Πουκάμισα
- Μπλούζες
- Φορέματα
- Εσώρουχα
- Ενδύματα στήριξης (κορσέ, στηθόδεσμοι)
- Πιζάμες, νυχτικά
- Ενδύματα εργασίας (στολές, ρόμπες)
- Μαγιό
- Αθλητικά

Οι τέσσερις κατηγορίες στις οποίες ταξινομούνται τα ενδύματα σύμφωνα με το ρυθμό αλλαγής της μόδας είναι:

- 1) Σταθερά προϊόντα μόδας.
- 2) Προϊόντα με ελάχιστες αλλαγές στη μόδα τους.
- 3) Προϊόντα με συχνές αλλαγές στη μόδα τους.
- 4) Προϊόντα με εξαιρετικά συχνές αλλαγές.

Παραδείγματα:

- 1) Σταθερά προϊόντα μόδας: Ενδύματα στήριξης (κορσέ, στηθόδεσμοι) Ενδύματα εργασίας (στολές, ρόμπες)
- 2) Προϊόντα με ελάχιστες αλλαγές στη μόδα τους: Πιζάμες, νυχτικά, ανδρικά εξωτερικά ενδύματα υψηλής ραπτικής, πουκάμισα
- 3) Προϊόντα με συχνές αλλαγές στη μόδα τους: Παντελόνια, φούστες, μπλούζες, φορέματα.
- 4) Προϊόντα με εξαιρετικά συχνές αλλαγές στη μόδα τους: Ενδύματα εφηβικά/ποπ ενδύματα, σπορ καθημερινά ενδύματα.

- β) Να σχολιάσετε τον τρόπο με τον οποίο ο κύκλος παραγωγής των ενδυμάτων επηρεάζει τον προγραμματισμό και τον τεχνολογικό εξοπλισμό μιας βιομηχανίας ένδυσης.**

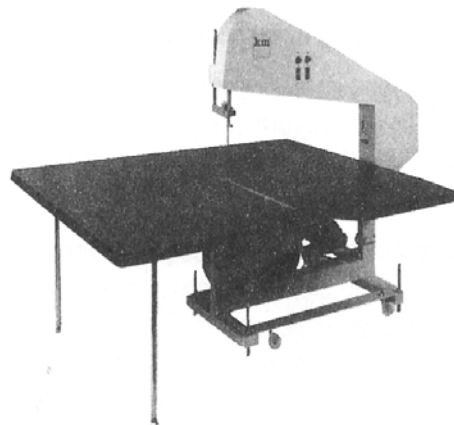
Ο κύκλος παραγωγής επηρεάζει κάθε λειτουργία σε μια βιομηχανία ένδυσης. Ο μεγάλος κύκλος παραγωγής ενός ενδύματος επιτρέπει το μακροπρόθεσμο προγραμματισμό και την ανάπτυξη και εφαρμογή προηγμένης τεχνολογίας σε όλα τα επίπεδα παραγωγής. Σε βιομηχανικές μονάδες που κατασκευάζουν ενδύματα με μικρό κύκλο παραγωγής απαιτείται μη εξειδικευμένος εξοπλισμός και βραχυπρόθεσμος προγραμματισμός.

- 15. α) Να κατονομάσετε τα δύο συστήματα κοπής που απεικονίζονται στο Σχήμα1:**

A



B



Σχήμα 1

A. Ηλεκτρικό ψαλίδι κάθετης λεπίδας

B. Πριονοκορδέλα

β) Να σχολιάσετε τη βασική διαφορά στον τρόπο λειτουργίας τους.

Η διαφορά των δύο συστημάτων κοπής είναι ότι το ψαλίδι κοπής κινείται για να επιτευχθεί η κοπή των υφασμάτων, ενώ στην περίπτωση της πριονοκορδέλας η λεπίδα είναι σταθερή και μετακινείται το ύφασμα.

γ) Να αναφέρετε τις περιπτώσεις που χρησιμοποιείται το κάθε ένα.

Το ψαλίδι κάθετης λεπίδας χρησιμοποιείται για την κοπή μεγάλων ποσοτήτων ενδυμάτων ταυτόχρονα, καθώς έχει τη δυνατότητα να κόψει πολλές στρώσεις υφάσματος. Η πριονοκορδέλα χρησιμοποιείται για μικρά μέρη του ενδύματος που χρειάζονται ιδιαίτερη προσοχή στο κόψιμο.

16. α) Να αναφέρετε τις δύο κατηγορίες αγοραστικών κινήτρων των καταναλωτών και να δώσετε δύο παραδείγματα από την κάθε κατηγορία.

Τα αγοραστικά κίνητρα των καταναλωτών διακρίνονται σε **λογικά** και **συναισθηματικά**. Τα λογικά κίνητρα λαμβάνουν υπόψη την τιμή, τη σιγουριά, την ποιότητα και τη λειτουργικότητα ενώ τα **συναισθηματικά** βασίζονται στο ρομαντισμό, το γόητρο, την κοινωνική θέση και την κοινωνική αποδοχή.

β) Η κάθε κοινωνική τάξη έχει διαφορετικά κίνητρα για τις αγορές της. Να δικαιολογήσετε αυτή την άποψη.

Οι χαμηλές κοινωνικές τάξεις δίνουν μεγαλύτερη σημασία σε λογικά κίνητρα λόγω περιορισμένης οικονομικής δυνατότητας ενώ οι αγορές ανθρώπων της οικονομικά ανώτερης κοινωνικής τάξης βασίζονται σε συναισθηματικά κίνητρα λόγω οικονομικής άνεσης.

ΤΕΛΟΣ ΜΕΡΟΥΣ Β΄ ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΤΟ ΜΕΡΟΣ Γ΄

ΜΕΡΟΣ Γ΄: Αποτελείται από **δύο** (2) ερωτήσεις.

Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με δέκα (10) μονάδες.

17. α) Να αναφέρετε σε συντομία τον τρόπο λειτουργίας και τα εμπορεύματα που διαθέτουν οι πιο κάτω τύποι επιχειρήσεων λιανικής πώλησης:

- > Πολυκαταστήματα**
- > Μπουτίκ**
- > Υπαίθριες αγορές**
- > Έμποροι εκπτώσεων**
- > Πλανόδιοι πωλητές**

Πολυκαταστήματα: Προσφέρουν μεγάλες ποσότητες και ποικιλία αγαθών. Επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους κυρίως σε ελαφριά προϊόντα με προσανατολισμό προς τη μόδα. Κάθε κατηγορία αγαθών είναι τοποθετημένη σε ξεχωριστά τμήματα. Συχνά διατηρούν παραρτήματα σε διάφορες περιοχές. Διοικούνται τοπικά αλλά έχουν ένα βαθμό ομοιογένειας μέσα στην εταιρεία.

Μπουτίκ: Μικρά μαγαζιά που εξυπηρετούν τις ανάγκες καταναλωτών σε καλής ποιότητας ενδύματα και αξεσουάρ. Προσφέρουν σε ψηλές τιμές περιορισμένο αριθμό κομματιών σε κάθε μοντέλο. Η εξυπηρέτηση είναι προσωπική και υπάρχει δυνατότητα για ειδικές παραγγελίες.

Υπαίθριες αγορές: Ο τρόπος αυτός πώλησης προϊόντων δεν απαιτεί μεγάλα ποσά επένδυσης. Υπαίθριες αγορές λειτουργούν σε πολλά μέρη αλλά περιορίζονται από τις κλιματολογικές συνθήκες. Μερικές φορές είναι στεγασμένες. Συνήθως λειτουργούν μερικές ώρες μια ή δυο φορές την εβδομάδα. Οι τιμές των εμπορευμάτων κυμαίνονται από πολύ χαμηλές μέχρι ψηλές. Δίνεται μεγάλη έμφαση στα παζαρέματα.

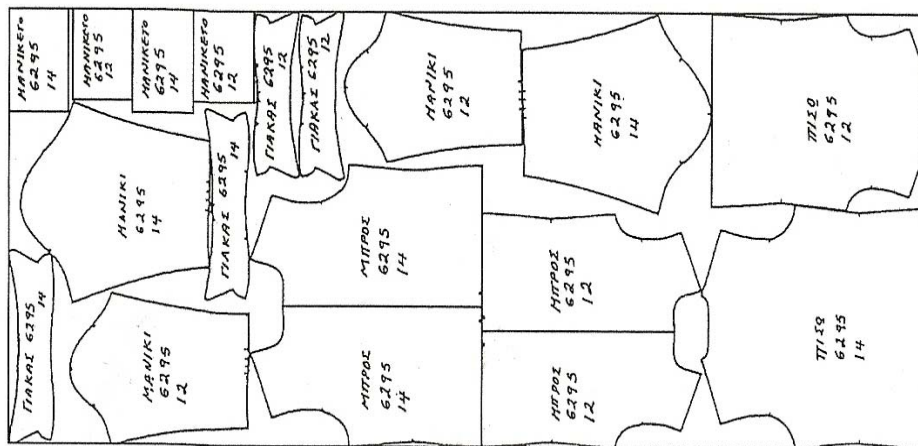
Έμποροι εκπτώσεων: Οι επιχειρήσεις αυτές λειτουργούν στη βάση της προσφοράς αγαθών σε χαμηλές τιμές. Οι έμποροι αυτής της κατηγορίας μονίμως ερευνούν την αγορά μόδας σε όλο τον κόσμο για εντοπισμό εμπορευμάτων σε χαμηλότερες τιμές από την αρχική χονδρική τους τιμή. Τα εμπορεύματα αυτά προέρχονται από αποθέματα κατασκευαστών που έχουν μείνει απούλητα.

Πλανόδιοι πωλητές: Οι πλανόδιοι συχνάζουν συνήθως στο κέντρο της πόλης. Το εμπόρευσμά τους περιλαμβάνει είδη όπως γυαλιά κοσμήματα, ρολόγια, μαντήλια, τσάντες. Ανάλογα με το εμπόρευσμα που διαθέτουν, χρησιμοποιούν καρότσια ή βαλιτσάκια. Μερικοί παίρνουν άδεια από το Δήμο και άλλοι λειτουργούν χωρίς άδεια και μετακινούνται από περιοχή σε περιοχή για να αποφύγουν τον έλεγχο των αρχών.

β) Να αναφέρετε τους λόγους για τους οποίους η λιανική πώληση ειδών ένδυσης μέσω καταλόγων και διαδικτύου γίνεται ολοένα και πιο δημοφιλής στις μέρες μας.

Η λιανική πώληση ειδών ένδυσης μέσω καταλόγων και διαδικτύου γίνεται ολοένα και πιο δημοφιλής στις μέρες μας επειδή αυτός ο τρόπος αγοράς εξυπηρετεί μια μεγάλη μερίδα ανθρώπων που δεν έχουν χρόνο να ασχοληθούν με το ψώνισμα, ενώ παράλληλα ενδιαφέρονται για το ντύσιμό τους.

18. Στο σχήμα 2 παρουσιάζεται μια πολύ σημαντική εργασία που γίνεται σε μια βιομηχανία ένδυσης.



Σχήμα 2

- α) Να αναφέρετε πώς ονομάζεται η εργασία αυτή.**
Η εργασία αυτή ονομάζεται «οδηγός κοπής» ή «μάρκα».
- β) Να αναφέρετε το τμήμα της βιομηχανίας που έχει την ευθύνη για τη διεκπεραίωσή της.**
Την ευθύνη για τη διεκπεραίωση της μάρκας έχει το κοπτήριο που υπάγεται στο τμήμα παραγωγής μια βιομηχανίας ένδυσης.
- γ) Να εξηγήσετε για ποιο λόγο είναι πολύ σημαντική.**
Είναι πολύ σημαντική εργασία, γιατί με αυτή καθορίζεται η ποσότητα του υφάσματος που απαιτείται για κάθε κοπή. Κοντύτερη μάρκα σημαίνει λιγότερο ύφασμα άρα λιγότερη σπατάλη και μεγαλύτερο κέρδος του παραγωγού.
- δ) Να κατονομάσετε δυο τρόπους με τους οποίους μπορεί να γίνει.**
Ο οδηγός κοπής μπορεί να γίνει:
1) Με το χέρι στο ειδικό χαρτί μάρκας ή απευθείας στο ύφασμα και
2) Με ηλεκτρονικό υπολογιστή
- ε) Να αναφέρετε δύο περιπτώσεις κατά τις οποίες όλα τα μέρη του πατρόν επιβάλλεται να είναι τοποθετημένα στην ίδια κατεύθυνση.**
Τα μέρη του πατρόν επιβάλλεται να είναι τοποθετημένα στην ίδια κατεύθυνση όταν η μάρκα πρόκειται να χρησιμοποιηθεί για το κόψιμο βελούδων και υφασμάτων με μοτίβα μονής κατεύθυνσης.

- ΤΕΛΟΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ -