

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΝΩΤΕΡΗΣ ΚΑΙ ΑΝΩΤΑΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ

ΠΑΓΚΥΠΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2011

Μάθημα : ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΕΙΔΩΝ
ΕΝΔΥΣΗΣ (261)

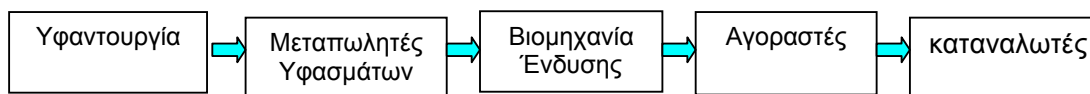
Ημερομηνία και ώρα εξέτασης: Πέμπτη, 26 ΜΑΪΟΥ 2011
11.00 – 13.30

ΛΥΣΕΙΣ

ΜΕΡΟΣ Α: Αποτελείται από **δώδεκα** (12) ερωτήσεις.
Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με τέσσερις (4) μονάδες.

1. (α) Να συμπληρώσετε τα τέσσερα κενά στον πιο κάτω πίνακα, χρησιμοποιώντας τις πιο κάτω λέξεις ή φράσεις, που αφορούν στους τομείς και φορείς της βιομηχανίας ένδυσης.

μεταπωλητές υφασμάτων, αγοραστές, υφαντουργία, βιομηχανία ένδυσης



- (β) Να κατονομάσετε τους δύο (2) τομείς της υφαντουργίας.

Οι δύο (2) τομείς της υφαντουργίας είναι:

- Οι παραγωγοί ινών, κλωστών, υφασμάτων, συμπληρωματικών και διακοσμητικών υλικών.
- Οι βιομηχανίες βαφής, τυπώματος και φινιρίσματος υφασμάτων.

2. Να σημειώσετε ΟΡΘΟ ή ΛΑΘΟΣ για τις πιο κάτω προτάσεις.

- (α) Η επιτυχία ή αποτυχία του παραγωγού κρίνεται από την ικανότητά του να αυξάνει αποτελεσματικά την παραγωγή σε όλα τα επίπεδα της επιχείρησης. **ΟΡΘΟ**
- (β) Ο παραγωγός ένδυσης απαιτεί γρήγορο ρυθμό αλλαγής στη μόδα και στους τύπους των υφασμάτων. **ΛΑΘΟΣ**
- (γ) Ο καταστηματοάρχης / αγοραστής προτιμά μικρές παραγγελίες. **ΟΡΘΟ**
- (δ) Στις μέρες μας η αλλαγή στη μόδα είναι σταδιακή και η ποικιλία σε τύπους ενδυμάτων περιορίζεται τόσο από τον τρόπο ζωής όσο και από τις πεποιθήσεις της εποχής. **ΛΑΘΟΣ**

3. Να εξηγήσετε σε τι αναφέρεται ο όρος «επίπεδα τεχνολογίας» σε μια βιομηχανία ένδυσης.

Ο όρος «επίπεδα τεχνολογίας» σε μια βιομηχανία ένδυσης αναφέρεται στην παρουσία αυτοματοποιημένων μηχανημάτων ή μηχανημάτων ελεγχόμενων από ηλεκτρονικούς υπολογιστές.

4. Να δηλώσετε το τμήμα της βιομηχανίας ένδυσης το οποίο έχει την αρμοδιότητα για τις πιο κάτω λειτουργίες:

- (α) Η πρόσληψη προσωπικού είναι αρμοδιότητα του τμήματος διεύθυνσης.
- (β) Η αποθήκευση των πρώτων υλών είναι αρμοδιότητα του τμήματος αγορών.
- (γ) Η διαβάθμιση πατρών είναι αρμοδιότητα του τμήματος σχεδιασμού.
- (δ) Ο προϋπολογισμός εξόδων είναι αρμοδιότητα του τμήματος οικονομικών.

5. Να κατονομάσετε τις πηγές προμήθειας των πρώτων υλών της βιομηχανίας ένδυσης.

Οι πηγές προμήθειας των πρώτων υλών της βιομηχανίας ένδυσης είναι:

- Παραγωγοί υφασμάτων σε υφαντουργεία
- Έμποροι χονδρικών πωλήσεων

6. Να αντιστοιχίσετε τους όρους της στήλης Α που αφορούν στον κύκλο παραγωγής, με τους όρους της στήλης Β που αφορούν στη συχνότητα αλλαγής στη μόδα.

ΣΤΗΛΗ Α ΚΥΚΛΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΣΤΗΛΗ Β ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΛΛΑΓΗΣ ΜΟΔΑΣ
(i) Μικρός κύκλος παραγωγής	(γ) Απλός / ευέλικτος εξοπλισμός (δ) Εξειδικευμένο προσωπικό (ε) Προϊόντα με συχνές αλλαγές στη μόδα (π.χ. ποπ ενδύματα)
(ii) Μεγάλος κύκλος παραγωγής	(α) Σταθερά προϊόντα (β) Μεγάλη βιομηχανική μονάδα

7. Να συμπληρώσετε τα κενά, χρησιμοποιώντας τις ακόλουθες λέξεις ή φράσεις: έξοδα λειτουργίας, διπλασιάζει, το κέρδος του βιομήχανου, οικονομικών, κέρδος, γενικά έξοδα, έξοδα υλικών, αγοραστή / καταστηματούχου.

(α) Η χονδρική τιμή των ενδυμάτων καθορίζεται από το τμήμα οικονομικών.

Περιλαμβάνει: έξοδα υλικών, γενικά έξοδα, το κέρδος του βιομήχανου.

(β) Η λιανική τιμή των ενδυμάτων καθορίζεται από τον αγοραστή/καταστηματούχου.

Για να ορίσει τη λιανική τιμή διπλασιάζει τη χονδρική τιμή, έτσι ώστε να καλύψει τα έξοδα λειτουργίας του καταστήματος και να εξασφαλίσει το κέρδος του.

8. Να αναφέρετε τις τέσσερις (4) δραστηριότητες του τομέα υπηρεσιών του τμήματος παραγωγής μιας βιομηχανίας ένδυσης.

Οι τέσσερις (4) δραστηριότητες του τομέα υπηρεσιών του τμήματος παραγωγής μιας βιομηχανίας ένδυσης είναι:

- Η οργάνωση των δραστηριοτήτων του τμήματος παραγωγής.
- Η εκπαίδευση του προσωπικού.
- Η μέριμνα για τη συντήρηση μηχανημάτων και εξαρτημάτων.
- Η γενική συντήρηση κτιρίων, εγκαταστάσεων, κλιματισμού και ηλεκτρισμού.

9. Να κατονομάσετε τις οκτώ (8) βασικές βιομηχανικές μηχανές που χρησιμοποιούνται για τη συναρμολόγηση και την αποπεράτωση των ενδυμάτων.

Οι οκτώ (8) βασικές βιομηχανικές μηχανές οι οποίες χρησιμοποιούνται για τη συναρμολόγηση και την αποπεράτωση των ενδυμάτων είναι:

- Απλή γαζωτική μηχανή
- Κοπτοράπτης (overlock machine)
- Μηχανή για κουμπότρυπες
- Μηχανή για κουμπιά
- Μηχανή για ποδόγυρους (blind stitch machine)
- Μηχανή στερεωτικής βελονιάς (bartacking machine)
- Μηχανή για ραφές ασφαλείας (safety stitch machine)
- Εξειδικευμένες γαζωτικές μηχανές

10. Να δώσετε τον ορισμό του όρου «πρότυπο».

Πρότυπο είναι η προδιαγραφή που θέτει τα κριτήρια για την αποδεκτή στην επιχείρηση ποιότητα.

11. (α) Να κατονομάσετε τις δύο (2) κατηγορίες αγοραστικών κινήτρων των καταναλωτών.

Οι δύο κατηγορίες αγοραστικών κινήτρων των καταναλωτών είναι:

- Τα λογικά κίνητρα
- Τα συναισθηματικά κίνητρα

(β) Να αναφέρετε δύο στοιχεία που λαμβάνονται υπόψη στην κάθε κατηγορία αγοραστικών κινήτρων.

Τα στοιχεία που λαμβάνονται υπόψη στην κάθε κατηγορία αγοραστικών κινήτρων είναι:

- Τα λογικά κίνητρα: η σιγουριά, η τιμή του προϊόντος, η ασφάλεια κατά τη χρήση του.
- Τα συναισθηματικά κίνητρα: ο ρομαντισμός, το γόητρο, η κοινωνική θέση.

12. Να αναφέρετε τα τέσσερα (4) κύρια μέσα μαζικής ενημέρωσης που αξιοποιούνται για σκοπούς διαφήμισης.

Τα τέσσερα (4) κύρια μέσα μαζικής ενημέρωσης που αξιοποιούνται για σκοπούς διαφήμισης είναι:

- Εφημερίδες
- Περιοδικά
- Ραδιόφωνο
- Τηλεόραση

ΤΕΛΟΣ ΜΕΡΟΥΣ Α ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΤΟ ΜΕΡΟΣ Β

ΜΕΡΟΣ Β: Αποτελείται από τέσσερις (4) ερωτήσεις.

Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με οκτώ (8) μονάδες.

13. (α) Να κατονομάσετε τις τέσσερις (4) κατηγορίες στις οποίες ταξινομούνται τα ενδύματα σύμφωνα με το βαθμό και το ρυθμό αλλαγής της μόδας και να δώσετε δύο παραδείγματα ενδυμάτων για την κάθε κατηγορία.

Οι τέσσερις (4) κατηγορίες στις οποίες ταξινομούνται τα ενδύματα σύμφωνα με το βαθμό και το ρυθμό αλλαγής της μόδας είναι:

- Σταθερά προϊόντα
- Προϊόντα με ελάχιστες αλλαγές στη μόδα τους
- Προϊόντα με συχνές αλλαγές στη μόδα τους
- Προϊόντα με εξαιρετικά συχνές αλλαγές στη μόδα τους

(β) Παραδοσιακά δύο είναι οι μορφές οργάνωσης της παραγωγής σε μια βιομηχανία ένδυσης: (Α) Το προοδευτικό σύστημα δεσμίδων και (Β) το ολοκληρωμένο σύστημα παραγωγής. Να δηλώσετε το σύστημα οργάνωσης παραγωγής στο οποίο αντιστοιχεί η κάθε μια από τις πιο κάτω λειτουργίες, σημειώνοντας (Α) για το προοδευτικό σύστημα δεσμίδων και (Β) για το ολοκληρωμένο σύστημα παραγωγής.

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΜΟΡΦΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	A ή B
(i) Χρησιμοποιείται σε περιπτώσεις όπου κατασκευάζονται πολλές μόδες σε μικρές ποσότητες.	B
(ii) Στη γραμμή παραγωγής δημιουργούνται διάφοροι σταθμοί εργασιών.	A
(iii) Ολόκληρο σχεδόν το ένδυμα κατασκευάζεται από ένα μόνο άτομο.	B
(iv) Το σύστημα απαιτεί την παρουσία μεγάλου όγκου εργασιών (μεγάλες ποσότητες ενδυμάτων).	A
(v) Στα επί παραγγελία ενδύματα ο ίδιος τεχνίτης εκτελεί όλες τις εργασίες κατασκευής του ενδύματος.	B
(vi) Το σύστημα παρουσιάζει χαμηλό βαθμό παραγωγικότητας	B
(vii) Ο τεχνίτης πρέπει να είναι πολύ πεπειραμένος	B
(viii) Οι εργασίες στη γραμμή παραγωγής ταξινομούνται σύμφωνα με τη λογική σειρά της κατασκευής ενός ενδύματος.	A

(γ) (i) Ποια είναι η βασική προϋπόθεση για να αρχίσει η διαδικασία παραγωγής ενδυμάτων στο τμήμα παραγωγής;

Η βασική προϋπόθεση για να αρχίσει η διαδικασία παραγωγής ενδυμάτων στο τμήμα παραγωγής είναι όταν έχουν ετοιμαστεί:

- Το δελτίο παραγωγής
- Το πατρόν ενδύματος στα μεγέθη της παραγγελίας
- Οι πρώτες ύλες (υφάσματα, συμπληρωματικά υλικά)

(δ) Να απαντήσετε ΟΡΘΟ ή ΛΑΘΟΣ για τις ακόλουθες δηλώσεις.

(i) Το τμήμα διεύθυνσης αποφασίζει για την οριστικοποίηση της συλλογής ενδυμάτων για κάθε σεζόν.	ΛΑΘΟΣ
(ii) Ο σχεδιαστής μόδας δεν είναι απαραίτητο να γνωρίζει τον τύπο των καταναλωτών για τους οποίους απευθύνεται η συλλογή.	ΛΑΘΟΣ
(iii) Το δελτίο σχεδιασμού περιλαμβάνει λεπτομέρειες οι οποίες θα χρησιμοποιηθούν για τον υπολογισμό του κόστους του ενδύματος.	ΟΡΘΟ
(iv) Η κατασκευή πατρόν των ενδυμάτων δεν απαιτεί τεχνική δεξιότητα από την πλευρά του κατασκευαστή πατρόν σε ότι αφορά στην ερμηνεία ενός σχεδίου.	ΛΑΘΟΣ

14. (α) Ποιες πληροφορίες συγκεντρώνει το τμήμα οικονομικών για την κοστολόγηση των δειγμάτων από τα ακόλουθα τμήματα της βιομηχανίας ένδυσης:

- Τμήμα σχεδιασμού
- Τμήμα παραγωγής (κοπτήριο και τομέας συναρμολόγησης)
- Τμήμα αγορών
- Τμήμα οικονομικών

Οι πληροφορίες τις οποίες συγκεντρώνει το τμήμα Οικονομικών για την κοστολόγηση των δειγμάτων από τα ακόλουθα τμήματα της βιομηχανίας ένδυσης είναι:

- (i) Το τμήμα σχεδιασμού δίνει τις απαραίτητες λεπτομέρειες για το απαιτούμενο ύφασμα και τα διακοσμητικά στοιχεία.
- (ii) Το τμήμα παραγωγής (κοπτήριο και τομέας συναρμολόγησης) δίνει τις λεπτομέρειες για το χρόνο, τα έξοδα για το κόψιμο, τη συναρμολόγηση και το φινίρισμα.
- (iii) Το τμήμα αγορών δίνει τα κόστη του υφάσματος και των διακοσμητικών στοιχείων.
- (iv) Το τμήμα οικονομικών δίνει την αναλογία των ειδικών και των γενικών εξόδων για κάθε ένδυμα.

(β) (i) Να κατονομάσετε τις δύο κατηγορίες στις οποίες υποδιαιρούνται τα γενικά έξοδα της βιομηχανίας ένδυσης.

Οι δύο (2) κατηγορίες στις οποίες υποδιαιρούνται τα γενικά έξοδα της βιομηχανίας ένδυσης είναι:

- Σταθερά έξοδα
- Μεταβλητά έξοδα

(ii) Να αναφέρετε τα έξοδα που περιλαμβάνονται στην κάθε κατηγορία των γενικών εξόδων.

Τα έξοδα που περιλαμβάνονται στην κάθε κατηγορία των γενικών εξόδων είναι τα ακόλουθα:

- Σταθερά έξοδα: Τα ενοίκια, η θέρμανση, οι μισθοί, ο φωτισμός, οι φόροι, τα έξοδα νομικών ή άλλων υπηρεσιών, οι ασφάλειες, οι αποσβέσεις των μηχανημάτων, η αποκομιδή σκυβάλων κτλ.
- Μεταβλητά έξοδα: Οι διαφημίσεις, οι προαγωγές, οι επιδιορθώσεις του εξοπλισμού, έμμεσα έξοδα (τα υπολείμματα από τα υφάσματα των ενδυμάτων) και οι ζημιές από πυρκαγιά ή κλοπή.

15. (α) Να αναφέρετε τέσσερις (4) από τους επτά (7) παράγοντες που λαμβάνονται υπόψη για τον προγραμματισμό κοπής των ενδυμάτων.

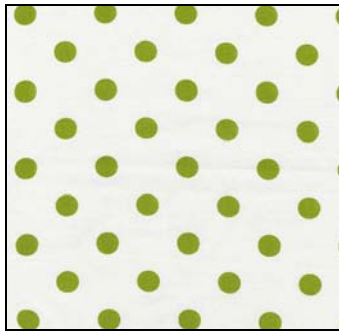
Οι παράγοντες που λαμβάνονται υπόψη για τον προγραμματισμό κοπής των ενδυμάτων είναι:

- Ο αριθμός στρώσεων του υφάσματος
- Η κατηγορία των υφασμάτων που περιλαμβάνει η παραγγελία
- Τα μεγέθη της παραγγελίας που θα περιληφθούν σε κάθε «οδηγό κοπής»
- Ο αριθμός των «οδηγών κοπής» για την εκτέλεση όλων των παραγγελιών
- Η πιθανότητα χρησιμοποίησης των παλαιών «οδηγών κοπής»
- Η δυνατότητα του κοπτηρίου να χειριστεί διάφορους τύπους υφασμάτων
- Ο συντονισμός μεταξύ του κοπτηρίου και της γραμμής παραγωγής

(β) 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 με αυτή θα κοπεί το ύφασμα το οποίο απορροφά το μισό περίπου από τα έξοδα της επιχείρησης και επομένως κάθε οικονομία που γίνεται στο ύφασμα για κάθε ένδυμα οδηγεί σε αύξηση του κέρδους της επιχείρησης.

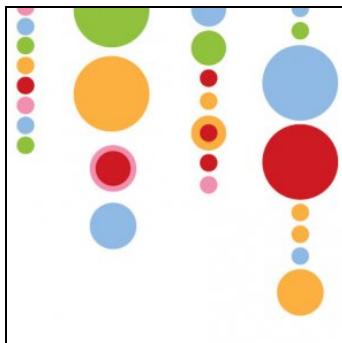
(γ) Να δηλώσετε την κατεύθυνση, μονή ή διπλή, των πιο κάτω υφασμάτων.



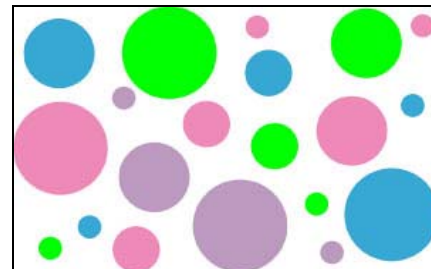
(i) Διπλής κατεύθυνσης



(ii) Διπλής κατεύθυνσης



(iii) Μονής κατεύθυνσης



(iv) Διπλής κατεύθυνσης



(v) Μονής κατεύθυνσης



(vi) Μονής κατεύθυνσης

(δ) Να εξηγήσετε τη σημασία της γραμμής ύφανσης στο πατρόν του ενδύματος, σε σχέση με την ύφανση του υφάσματος κατά την κατασκευή του οδηγού κοπής.

Η γραμμή ύφανσης υποδεικνύει την ορθή κατεύθυνση του πατρόν κατά την κατασκευή του οδηγού κοπής. Η γραμμή ύφανσης είναι πάντα παράλληλη με την ούγια του υφάσματος.

16. (α) Να ερμηνεύσετε τον όρο «ποιοτική αλυσίδα» ενός προϊόντος ένδυσης.

«Ποιοτική αλυσίδα» είναι η συνειδητή προσπάθεια για την επίτευξη της ύψιστης ποιότητας του προϊόντος εκ μέρους όλων των εμπλεκομένων όσον αφορά στη δημιουργία ενός ενδύματος (π.χ. ο σχεδιασμός και η κατασκευή πατρόν, η συναρμολόγηση του ενδύματος, το φινίρισμα και το πακετάρισμά του).

(β) Η αποθήκη αποτελεί ένα αναπόσπαστο κρίκο στην αλυσίδα της παραγωγής των ενδυμάτων και πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή για την οργάνωση και τον προγραμματισμό της όπως και στα υπόλοιπα τμήματα.

Να αναφέρετε τις δραστηριότητες που περιλαμβάνει η σειρά εργασίας στην αποθήκη μιας βιομηχανίας ένδυσης.

Οι δραστηριότητες που περιλαμβάνει η σειρά εργασίας στην αποθήκη μιας βιομηχανίας ένδυσης είναι:

- Η παραλαβή των τελειωμένων ενδυμάτων από το τμήμα παραγωγής.
- Ο έλεγχος της ποσότητας των τελειωμένων ενδυμάτων και ο διαχωρισμός τους σε μοντέλα, χρώματα και μεγέθη.
- Η συγκέντρωση των ενδυμάτων σύμφωνα με τις παραγγελίες.
- Η ταξινόμηση των ενδυμάτων σύμφωνα με τις παραγγελίες.
- Η οργάνωση της αποστολής των ενδυμάτων στον προορισμό τους.

(γ) Ένας έμπορος λιανικής πώλησης ξεχωρίζει από τους ανταγωνιστές του, δημιουργώντας τη δική του εικόνα καταστήματος. Να αναφέρετε τα στοιχεία που συνθέτουν την εικόνα ενός καταστήματος.

Τα στοιχεία που συνθέτουν την εικόνα ενός καταστήματος είναι:

- Ο τρόπος παρουσίασης των εμπορευμάτων
- Το στυλ των ενδυμάτων
- Ο τρόπος εξυπηρέτησης των πελατών
- Το αγοραστικό περιβάλλον
- Οι μέθοδοι διαφήμισης
- Το εμπόρευμα
- Οι τιμές
- Η ποιότητα
- Η περιοχή

(δ) Να περιγράψετε το είδος των βιτρίνων που έχουν συνήθως τα μεγάλα καταστήματα.

Τα μεγάλα καταστήματα συνήθως διαθέτουν βιτρίνες παράλληλες με τα πεζοδρόμια. Η κύρια είσοδος πλαισιώνεται με 2 ή 3 βιτρίνες σε κάθε πλευρά της. Οι βιτρίνες αυτές επιτρέπουν στο κατάστημα να παρουσιάσει με εξαιρετικά φαντασμαγορικό τρόπο τα εμπορεύματα του καταστήματος.

ΤΕΛΟΣ ΜΕΡΟΥΣ Β ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΤΟ ΜΕΡΟΣ Γ

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

Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με δέκα (10) μονάδες.

17. (α) «Ο σχεδιαστής σε κάθε τύπο επιχείρησης μόδας (μαζική παραγωγή, μπουτίκ, υψηλή ραπτική) πρέπει να ερμηνεύει και να προσαρμόζει τις νέες τάσεις της μόδας ανάλογα με την κατηγορία των καταναλωτών που εξυπηρετεί η επιχείρηση».

Να σχολιάσετε την πιο πάνω φράση δίνοντας παραδείγματα. (3 μονάδες)

Ο σχεδιαστής μόδας ερμηνεύει και προσαρμόζει τις νέες τάσεις για κάθε σαιζόν, ανάλογα με την κατηγορία των καταναλωτών που εξυπηρετεί η επιχείρηση. Σε μια επιχείρηση που ασχολείται με ενδύματα υψηλής ραπτικής ο σχεδιαστής μόδας δημιουργεί αυθεντικά και πρωτότυπα σχέδια, χρησιμοποιώντας ακριβά και πολύ καλής ποιότητας υλικά. Τα ενδύματα απαιτούν τελειότητα (στο ύφασμα, στο σχέδιο, στο κόψιμο, στην εμφάνιση και στο φινίρισμα), συνεπώς το κόστος των ενδυμάτων αυτών είναι πολύ ψηλό. Αντίθετα, ο σχεδιαστής ο οποίος εργάζεται για την αγορά μαζικής παραγωγής, παρακολουθεί τις επιδείξεις μόδας των σχεδιαστών υψηλής ραπτικής και εμπνέεται από αυτές για τη δημιουργία νέων μινιμαλιστικών συλλογών, έχοντας σαν κύριο σκοπό του τη μείωση του κόστους παραγωγής των ενδυμάτων.

(β) Να αναφέρετε τα είδη των εμπορευμάτων που τοποθετούνται σε κάθε όροφο (ισόγειο, πρώτο όροφο, στους υπόλοιπους ορόφους), ενός πολυώροφου πολυκαταστήματος. (4 μονάδες)

Τα εμπορεύματα που τοποθετούνται σε κάθε όροφο ενός πολυώροφου πολυκαταστήματος είναι:

- Στο ισόγειο ενός πολυώροφου καταστήματος τοποθετούνται τα καλλυντικά, τα αρώματα και τα διάφορα αξεσουάρ (τσάντες, σάρπες, γυαλιά ηλίου κτλ.)
- Στον πρώτο όροφο ενός πολυώροφου καταστήματος τοποθετούνται τα ανδρικά ενδύματα και τα εσώρουχα
- Στους υπόλοιπους ορόφους ενός πολυώροφου καταστήματος τοποθετούνται τα γυναικεία ενδύματα, τα αθλητικά και τα παιδικά είδη
- Όσον αφορά στα ενδύματα υψηλής ραπτικής δεν τοποθετούνται σε πολυσύχναστα σημεία του καταστήματος, επειδή θεωρούνται εξειδικευμένα αγαθά καθώς και για λόγους ασφαλείας

(γ) Ο σύγχρονος τρόπος ζωής και οι ανάγκες των καταναλωτών επιβάλλουν τη λειτουργία ποικίλων τύπων επιχειρήσεων λιανικής πώλησης στον τομέα ειδών ένδυσης. Να εξηγήσετε τον τρόπο λειτουργίας των πιο κάτω τύπων καταστημάτων λιανικής πώλησης: (3 μονάδες)

- (i) **Πολυκαταστήματα:** Λειτουργούν σε τοπική ή πανεθνική βάση. Προσφέρουν ποικιλία και ποσότητα αγαθών κυρίως ελαφρών προϊόντων όπως ενδύματα, υποδήματα, αξεσουάρ, καλλυντικά.
- (ii) **Ειδικευμένα μαγαζιά:** Η διοίκησή τους διεξάγεται από μικρή εκτελεστική ομάδα. Περιορίζονται σε μια μόνο κατηγορία εμπορευμάτων π.χ. εσώρουχα, ενδύματα για εύσωμους κτλ.
- (iii) **Έμποροι εκπτώσεων:** Είναι ευκαιριακές επιχειρήσεις και προσφέρουν αγαθά σε τιμές χαμηλότερες από τη χονδρεμπορική τους τιμή. Τα εμπορεύματά τους προέρχονται κυρίως από απούλητα αποθέματα διάφορων κατασκευαστών.

18. (α) Να σχολιάσετε τους δυο τύπους διαφήμισης, «προωθητική» και «καθιερωμένη», ως προς τα χαρακτηριστικά τους και τις περιπτώσεις που χρησιμοποιούνται. (4 μονάδες)

Η «προωθητική διαφήμιση» χρησιμοποιείται όταν μια επιχείρηση επιθυμεί να προωθήσει ή να γνωστοποιήσει ένα καινούριο προϊόν και στοχεύει στην πραγματοποίηση άμεσων πωλήσεων.

Η «καθιερωμένη διαφήμιση» χρησιμοποιείται για να δημιουργήσει μια ιδιαίτερη εικόνα για το κατάστημα ή την επιχείρηση και προβάλλει τις υπηρεσίες που προσφέρει.

(β) Να δηλώσετε πού βασίζεται η θεωρία ιεράρχησης των ανθρωπίνων αναγκών του Maslow. (3 μονάδες)

Η θεωρία ιεράρχησης των ανθρωπίνων αναγκών του Maslow βασίζεται στην εκπλήρωση των ανθρωπίνων αναγκών σε μια δεδομένη σειρά. Ένα άτομο πρέπει πρώτα να ικανοποιήσει τις πιο βασικές του ανάγκες πριν προχωρήσει στις επόμενες.

(γ) Να συνδέσετε το κάθε ένα από τα πέντε στάδια ιεράρχησης των αναγκών της πυραμίδας του Maslow της στήλης Α, με την κοινωνική τάξη των καταναλωτών που αντιπροσωπεύει στη στήλη Β. (3 μονάδες)

ΣΤΗΛΗ Α	ΣΤΗΛΗ Β
ΣΤΑΔΙΑ ΙΕΡΑΡΧΗΣΗΣ ΑΝΑΓΚΩΝ ΤΟΥ MASLOW	ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΤΑΞΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ
(i) Κοινωνικές ανάγκες: κατάταξη και αναγνώριση	(δ) Αστική τάξη
(ii) Βασικές ανάγκες επιβίωσης	(ε) Χαμηλά κοινωνικά στρώματα
(iii) Εκτίμηση και κοινωνική καταξίωση	(α) Νεόπλουτοι (Lower-upper class)
(iv) Ανάγκη για σιγουριά	(β) Μεσαία τάξη
(v) Αυτοπραγμάτωση	(γ) Ανώτερη τάξη

– ΤΕΛΟΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ –