

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

ΠΑΓΚΥΠΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2014

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ (Ι) ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΣΧΟΛΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ

Μάθημα: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΕΙΔΩΝ ΕΝΔΥΣΗΣ (261)

Ημερομηνία και ώρα εξέτασης: Τετάρτη, 28 Μαΐου 2014
8:00 – 10:30

ΛΥΣΕΙΣ

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

Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με τέσσερις (4) μονάδες.

1. Να κατατάξετε στον **Πίνακα 1**, τα τέσσερα (4) **προϊόντα μόδας** που αφορούν στον βαθμό και στον ρυθμό αλλαγής της μόδας και να τα τοποθετήσετε στη στήλη που αντιστοιχεί το καθένα.

Προϊόντα μόδας: βιομηχανικές στολές, γυναικεία φορέματα, νεανικά ενδύματα, ανδρικά υποκάμισα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1			
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΕ ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ	ΣΤΑΘΕΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΕ ΣΥΧΝΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ	ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΕ ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ ΣΥΧΝΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ
<i>Ανδρικά υποκάμισα</i>	<i>Βιομηχανικές στολές</i>	<i>Γυναικεία φορέματα</i>	<i>Νεανικά ενδύματα</i>

2. Να αναγνωρίσετε και να ονομάσετε πιο κάτω, τους βασικούς τύπους επιχειρήσεων λιανικής πώλησης στο χώρο της ένδυσης, που παρουσιάζονται στις **Εικόνες 1, 2, 3 και 4**.

Εικόνα 1



Εικόνα 2



Εικόνα 3



Εικόνα 4



Εικόνα 1: *Πωλητές υπαίθριων αγορών*

Εικόνα 2: *Πολυκατάστημα*

Εικόνα 3: *Υπηρεσίες καταλόγου*

Εικόνα 4: *Μπουτίκ*

3. Να αναφέρετε το σκοπό της λειτουργίας «ελέγχου» του τμήματος Διεύθυνσης σε μια βιομηχανία ένδυσης.

Η λειτουργία ελέγχου του τμήματος Διεύθυνσης σε μια βιομηχανία ένδυσης, έχει σκοπό να διασφαλίσει την υλοποίηση των αντικειμενικών στόχων της επιχείρησης.

4. Στη βιομηχανία ένδυσης χρησιμοποιούνται τέσσερις (4) μορφές που αφορούν στην οργάνωση της παραγωγής. Να τις κατονομάσετε πιο κάτω.

Οι μορφές οργάνωσης της παραγωγής που χρησιμοποιούνται στη βιομηχανία ένδυσης είναι:

- I. Το προοδευτικό σύστημα δεσμίδων.*
- II. Το ολοκληρωμένο σύστημα παραγωγής.*
- III. Το σύστημα παραγωγής κατά μονάδα.*
- IV. Το σύστημα άμεσης ανταπόκρισης.*

5. Να επιλέξετε και να υπογραμμίσετε την ορθή πρόταση.

- I. Η «υποδιαίρεση τομέων» στη βιομηχανία ένδυσης γίνεται ανάλογα με το βαθμό εξειδίκευσης ενός προϊόντος, καθώς επίσης και ανάλογα με την παραγωγική του δυνατότητα.*
- II. Η «υποδιαίρεση τομέων» στη βιομηχανία ένδυσης γίνεται ανάλογα με τα ενδύματα για τα οποία χρησιμοποιείται παρόμοιου τύπου τεχνολογία, με σκοπό την κατασκευή τους.*

6. Μία από τις δραστηριότητες του τμήματος Αγορών σε μία βιομηχανία ένδυσης, είναι η παραγγελία και η παραλαβή των πρώτων υλών.

Να αναφέρετε τέσσερα (4) στοιχεία τα οποία πρέπει να ελέγξει το τμήμα αγορών όσον αφορά στην παραλαβή των υλικών, ώστε να εγκριθούν τα τιμολόγια των προμηθευτών της επιχείρησης.

Τα τέσσερα στοιχεία τα οποία πρέπει να ελέγξει το τμήμα αγορών όσον αφορά στην παραλαβή των υλικών, ώστε να εγκριθούν τα τιμολόγια των προμηθευτών της επιχείρησης είναι:

- I. Ο έλεγχος των τιμών των πρώτων υλών που παραλήφθηκαν.*
- II. Ο έλεγχος των ποσοτήτων των πρώτων υλών που παραλήφθηκαν.*
- III. Ο έλεγχος των χρωμάτων των πρώτων υλών που παραλήφθηκαν.*
- IV. Ο έλεγχος της ποιότητας των πρώτων υλών που παραλήφθηκαν.*

7. Να συμπληρώσετε τα κενά στην πιο κάτω παράγραφο.
Ο στόχος της δραστηριότητας «εμπορία προϊόντων» του τμήματος *Μάρκετινγκ* σε μια βιομηχανία ένδυσης είναι ο προγραμματισμός, έτσι ώστε να παραχθούν τα σωστά προϊόντα, στη σωστή *στιγμή* στη σωστή *ποσότητα* και *τιμή* για τους πελάτες της.
8. Να ονομάσετε τα δύο (2) τμήματα της βιομηχανίας ένδυσης που παρουσιάζονται στις **Εικόνες 5** και **6**. Επιπρόσθετα, να αναφέρετε τον κύριο σκοπό του καθενός από αυτά.



Εικόνα 5



Εικόνα 6

Εικόνα 5: Η Εικόνα 5, παρουσιάζει το τμήμα Κοπτηρίου μιας βιομηχανίας ένδυσης. Ο κύριος σκοπός του κοπτηρίου είναι να κόψει τα πατρόν των ενδυμάτων σε ύφασμα, με ακρίβεια και με οικονομία, σε αριθμούς που θα κρατήσουν τη γραμμή παραγωγής συνεχώς απασχολημένη.

Εικόνα 6: Η Εικόνα 6, παρουσιάζει το τμήμα Αποθήκευσης μιας βιομηχανίας ένδυσης. Ο κύριος σκοπός της αποθήκευσης των ενδυμάτων σε μια βιομηχανία ένδυσης, είναι να παραδοθούν τα προϊόντα στους πελάτες της σε άψογη κατάσταση.

9. Να επιλέξετε και να καταγράψετε **ΟΡΘΟ** ή **ΛΑΘΟΣ** για τις πιο κάτω προτάσεις:

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	ΟΡΘΟ ή ΛΑΘΟΣ
I. Οι μειωμένες πωλήσεις σε ένα κατάστημα προϊόντων μόδας, επιβάλουν την υποτίμηση των τιμών στα προϊόντα με σκοπό την πώλησή τους.	ΟΡΘΟ
II. Η κατηγορία των εμπόρων που βασίζεται στα «ψυχογραφήματα» είναι οι έμποροι εκπτώσεων.	ΛΑΘΟΣ
III. Η καλύτερη τακτική προσέλκυσης ταλαντούχων υπαλλήλων σε μια επιχείρηση είναι μέσω των γραφείων εξεύρεσης εργασίας.	ΟΡΘΟ
IV. Η «εξωτερική» διαφήμιση υπάρχει σε μεγάλους οργανισμούς λιανικής πώλησης, όπου διατίθενται ξεχωριστά τμήματα διαφήμισης εντός της επιχείρησης, τα οποία είναι υπεύθυνα για τις προωθητικές καμπάνιες της.	ΛΑΘΟΣ

10. Σύμφωνα με τη θεωρία της «ιεράρχησης των ανθρωπίνων αναγκών» του “Maslow”, υπάρχει μία δεδομένη σειρά όσον αφορά στην εκπλήρωση των ανθρωπίνων αναγκών.

Να κατατάξετε τα πιο κάτω στάδια ιεράρχησης των ανθρωπίνων αναγκών στη σωστή σειρά και να τα συμπληρώσετε στο **Σχεδιάγραμμα 1**.

ΣΤΑΔΙΑ ΙΕΡΑΡΧΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ

- Η ανάγκη για αυτοπραγμάτωση
- Η ανάγκη για εκτίμηση και κοινωνική καταξίωση
- Οι βασικές ανάγκες επιβίωσης
- Η κοινωνική ανάγκη και αναγνώριση
- Η ανάγκη για σιγουριά

5. Η ανάγκη για αυτοπραγμάτωση

4. Η ανάγκη για εκτίμηση και κοινωνική καταξίωση

3. Η κοινωνική ανάγκη και αναγνώριση

2. Η ανάγκη για σιγουριά

1. Οι βασικές ανάγκες επιβίωσης

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

Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με δέκα (10) μονάδες.

11. (α) Να αναφέρετε επτά (7) διευκολύνσεις που προσφέρουν οι ηλεκτρονικές απλωτικές μηχανές υφάσματος προηγμένης τεχνολογίας, οι οποίες χρησιμοποιούνται στο τμήμα κοπτηρίου στις βιομηχανίες ένδυσης. (μονάδες 7)

Οι ηλεκτρονικές απλωτικές μηχανές υφάσματος προηγμένης τεχνολογίας που χρησιμοποιούνται στο τμήμα κοπτηρίου στις βιομηχανίες ένδυσης, προσφέρουν τις πιο κάτω διευκολύνσεις:

- I. Ελεγχόμενη ταχύτητα της απλωτικής μηχανής, που προσφέρει μικρότερο βαθμό τεντώματος του υφάσματος κατά το άπλωμα του.*
- II. Εξασφαλίζεται η αυτόματη ευθυγράμμιση των φύλλων στη στρώση του υφάσματος.*
- III. Αυτόματο μηχανισμό εξακρίβωσης του πλάτους του υφάσματος.*
- IV. Ειδικό σύστημα ψεκασμού πεπιεσμένου αέρα, με το οποίο απομακρύνονται οι ζάρες από την επιφάνεια των φύλλων της στρώσης του υφάσματος.*
- V. Εξασφαλίζεται το αυτόματο ταίριασμα του σχεδίου των υφασμάτων.*
- VI. Εξασφαλίζεται η αυτόματη μεταφορά των ρολών των υφασμάτων.*
- VII. Η περιστροφική πλάκα εξασφαλίζει το εύκολο γύρισμα των ρολών του υφάσματος κατά το άπλωμα.*
- VIII. Αυτόματος ανιχνευτής που εντοπίζει γρήγορα και με ακρίβεια τυχόν ελαττώματα στο ύφασμα.*
- IX. Ειδική πλατφόρμα όπου ο απλωτής μπορεί να στέκεται ή να κάθεται σε κάθισμα στις περιπτώσεις όπου το μήκος του πάγκου είναι πολύ μεγάλο.*

(β) Το τμήμα οικονομικών μιας βιομηχανίας ένδυσης, εκτός από τις υπόλοιπες υπευθυνότητες του, εκτελεί επιπρόσθετα και τη λειτουργία κοστολόγησης των προϊόντων. Η κοστολόγηση των προϊόντων της επιχείρησης γίνεται σε ειδικό δελτίο, «το κοστολόγιο».

Να αναφέρετε τα έξι (6) κόστη παραγωγής των προϊόντων τα οποία συμπεριλαμβάνονται στο «κοστολόγιο».

(μονάδες 3)

Τα έξι κόστη παραγωγής των προϊόντων τα οποία συμπεριλαμβάνονται στο «κοστολόγιο» είναι:

- I. Το κόστος των υλικών.*
- II. Το εργατικό κόστος.*
- III. Το κόστος μεταφοράς.*
- IV. Τα έξοδα εισαγωγής.*
- V. Οι προμήθειες των πωλητών.*
- VI. Το κέρδος του βιομήχανου.*

12.(α) Τα στάδια που αφορούν στην πορεία εργασίας του τμήματος σχεδιαστηρίου σε μία βιομηχανία ένδυσης, είναι πολύ σημαντικά επειδή με βάση αυτά, θα διεκπεραιωθεί η παραγωγή και στη συνέχεια οι πωλήσεις των προϊόντων της επιχείρησης.

Να καταγράψετε στον **Πίνακα 2** τα πιο κάτω στάδια, με τη σειρά προτεραιότητάς τους.

(μονάδες 3,5)

ΣΤΑΔΙΑ ΠΟΡΕΙΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΤΗΡΙΟΥ:

- Η προσαρμογή του πατρόν με βάση την τεχνολογία που διαθέτει η βιομηχανία.
- Η κατασκευή των δειγμάτων της συλλογής ενδυμάτων.
- Η διαβάθμιση του πατρόν σε διάφορα μεγέθη.
- Η μελέτη των προβλέψεων και των τάσεων μόδας.
- Ο προγραμματισμός της συλλογής ενδυμάτων.
- Η κατασκευή πατρόν για τα δείγματα συλλογής ενδυμάτων.
- Η ανάπτυξη ιδεών της συλλογής ενδυμάτων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2	
ΣΤΑΔΙΑ ΠΟΡΕΙΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΤΗΡΙΟΥ	
Στάδιο α	<i>Η μελέτη των προβλέψεων και των τάσεων μόδας.</i>
Στάδιο β	<i>Η ανάπτυξη ιδεών της συλλογής ενδυμάτων.</i>
Στάδιο γ	<i>Ο προγραμματισμός της συλλογής ενδυμάτων.</i>
Στάδιο δ	<i>Η κατασκευή πατρόν για τα δείγματα συλλογής ενδυμάτων.</i>
Στάδιο ε	<i>Η κατασκευή των δειγμάτων της συλλογής ενδυμάτων.</i>
Στάδιο στ	<i>Η προσαρμογή του πατρόν με βάση την τεχνολογία που διαθέτει η βιομηχανία.</i>
Στάδιο ζ	<i>Η διαβάθμιση του πατρόν σε διάφορα μεγέθη.</i>

(β) Να παραθέσετε τη δική σας άποψη όσον αφορά στη φράση:
«Τη λειτουργικότητα ενός ενδύματος εκτός της εμφάνισής του, τη
χαρακτηρίζουν γνωρίσματα όπως, η χρησιμότητά του και η στερεότητά του».
(μονάδες 4,5)

*Όσον αφορά στη χρησιμότητα η οποία χαρακτηρίζει ένα ένδυμα,
εξετάζουμε την άνεση που προσφέρει, την ευκολία καθαρισμού του
καθώς και την απόδοσή του για το σκοπό που προορίζεται.*

*Όσον αφορά στην στερεότητα η οποία χαρακτηρίζει ένα ένδυμα,
εξετάζουμε την ποιότητα κατασκευής του, τόσο κατά τη χρήση του
όσο και κατά το φόρεμά του.*

(γ) Τα υφάσματα διακρίνονται σε δύο (2) κατηγορίες ανάλογα με την
«κατεύθυνση» της επιφάνειάς τους. Οι κατηγορίες αυτές είναι:

I. «Μονής κατεύθυνσης».

II. «Διπλής κατεύθυνσης».

Να προσδιορίσετε και να καταγράψετε την κατηγορία «κατεύθυνσης» στην
οποία ανήκουν τα υφάσματα που απεικονίζονται στις **Εικόνες 8,9,10** και **11**,
με βάση τον τύπο τους και τα χαρακτηριστικά τους. (μονάδες 2)



Εικόνα 8: Το ύφασμα ανήκει στην κατηγορία της «Μονής κατεύθυνσης».

Εικόνα 9: Το ύφασμα ανήκει στην κατηγορία της «Μονής κατεύθυνσης».

Εικόνα 10: Το ύφασμα ανήκει στην κατηγορία της «Μονής κατεύθυνσης».

Εικόνα 11: Το ύφασμα ανήκει στην κατηγορία της «Διπλής κατεύθυνσης».

13. (α) Να ονομάσετε και να σχολιάσετε τη μέθοδο σημαδέματος του «οδηγού κοπής» που παρουσιάζεται στην **Εικόνα 7**, όσον αφορά στην πορεία που ακολουθείται, στα χαρακτηριστικά του, καθώς και στα υλικά που χρησιμοποιούνται για το σημάδεμά του.



Εικόνα 7

Η Εικόνα 7 παρουσιάζει τη μέθοδο σημαδέματος του οδηγού κοπής «απ' ευθείας στο ύφασμα». Η μέθοδος αυτή αποτελεί την πιο απλή μέθοδο σημαδέματος, είναι χρονοβόρα και διατρέχεται ο κίνδυνος ανακρίβειών κατά το σημάδεμά της. Κατά τη μέθοδο αυτή, σημαδεύεται το περίγραμμα των τμημάτων πατρόν απευθείας στο ύφασμα. Τα όργανα σημαδέματος του «οδηγού κοπής» με τη μέθοδο αυτή είναι: το μολύβι σημαδέματος για ύφασμα, το ειδικό στυλό σημαδέματος σε ύφασμα, η σημαδόπετρα και ο ψεκαστήρας.

- (β) Η **ΣΤΗΛΗ Α** αφορά στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης με τα οποία είναι δυνατό να γίνει διαφήμιση των προϊόντων μόδας και η **ΣΤΗΛΗ Β** αφορά στα χαρακτηριστικά τους.

Να αντιστοιχίσετε τη **ΣΤΗΛΗ Α** με τη **ΣΤΗΛΗ Β** στον **ΠΙΝΑΚΑ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΗΣΗΣ 1**.
(μονάδες 5)

ΣΤΗΛΗ Α: ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	ΣΤΗΛΗ Β: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
i. Εφημερίδες	Α. Δίνει την ευκαιρία στον έμπορο να γνωστοποιήσει τα προϊόντα του σε άτομα που πιστεύει ότι θα τα προτιμήσουν.
ii. Περιοδικά	Β. Ο καταναλωτής δεν έχει οπτική επαφή με το εμπόρευμα.
iii. Ταχυδρομείο	Γ. Η διαφήμιση κοστίζει λιγότερο από όποιο άλλο μέσο ενημέρωσης.
iv. Ραδιόφωνο	Δ. Συνδυάζει κίνηση, χρώμα, ομιλία και έτσι οι διαφημίσεις είναι ενδιαφέρουσες και πειστικές.
v. Τηλεόραση	Ε. Η ποιότητα του χαρτιού που χρησιμοποιείται είναι καλύτερη και έτσι αξιοποιούνται οι φωτογραφίες των προϊόντων.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΙΣΗΣ	1
Το i. αντιστοιχεί με το	Γ
Το ii. αντιστοιχεί με το	Ε
Το iii. αντιστοιχεί με το	Α
Το iv. αντιστοιχεί με το	Β
Το v. αντιστοιχεί με το	Δ

- 14.(α) Να σχολιάσετε τη διαφήμιση του οίκου μόδας DOLCE & GABBANA στην **Εικόνα 12**, αναφορικά με τον τύπο της διαφήμισης, το καταναλωτικό κοινό στο οποίο απευθύνεται, καθώς και το μέσο μαζικής ενημέρωσης με το οποίο πρόκειται να προβληθεί. (μονάδες 5)



Εικόνα 12

Στη διαφήμιση που παρουσιάζει η Εικόνα 12, η συλλογή του οίκου μόδας DOLCE & GABBANA είναι φανερά εμπνευσμένη από διάφορες τεχνοτροπίες της ζωγραφικής. Η επιλογή του οίκου μόδας να χρησιμοποιήσει ένα ατελιέ ζωγραφικής ως χώρο της φωτογράφισης, είναι πολύ πετυχημένη και επιπλέον ενισχύει την αισθητική εικόνα και τη σχεδιαστική ιδέα που επιθυμεί να μεταδώσει ο οίκος DOLCE & GABBANA. Το καταναλωτικό κοινό του οποίου η διαφήμιση στοχεύει να ελκύσει το ενδιαφέρον είναι η ανώτερη τάξη των καταναλωτών, αφού ο οίκος DOLCE & GABBANA αποτελεί ακριβή φίρμα ενδυμάτων. Το μέσο με το οποίο θα προβληθεί η διαφήμιση, είναι τα γυναικεία περιοδικά τα οποία ασχολούνται ως επί το πλείστον με τη μόδα.

- (β) Να συμπληρώσετε τα κενά στις πιο κάτω προτάσεις επιλέγοντας τις κατάλληλες λέξεις: (μονάδες 5)
τιμές, εποχιακά, ανάγκες, συνεχώς, ποιότητα, στυλ, σταθερά, εμπορευμάτων, χρώματα, σπάνια, μεγέθη, δειγμάτων

Το «πρότυπο απόθεμα εμπορευμάτων» είναι ένας συνδυασμός *εμπορευμάτων* τα οποία πρέπει να αγοραστούν για να καλύψουν τις *ανάγκες* του καταστήματος. Το «πρότυπο απόθεμα» θα πρέπει να ποικίλει όσον αφορά στην *ποιότητα*, στις *ποσότητες*, στις *τιμές*, στα *μεγέθη*, στο *στυλ* και στα *χρώματα*. Τα αντικείμενα μόδας είναι *εποχιακά* και έτσι, το «πρότυπο απόθεμα» αλλάζει *συνεχώς*.

15. (α) Να ονομάσετε και να περιγράψετε τον τύπο της βιτρίνας που παρουσιάζεται στην **Εικόνα 13** και απεικονίζει το πολυκατάστημα “Harrods” στο Λονδίνο. (μονάδες 5)



Εικόνα 13

Ο τύπος της βιτρίνας που παρουσιάζει η Εικόνα 13, είναι «Βιτρίνα παράλληλη σε πεζοδρόμιο». Ο τύπος αυτός της βιτρίνας, εφαρμόζεται περισσότερο στα πολύ μεγάλα καταστήματα τα οποία έχουν εκτεταμένη πρόσοψη. Η κύρια είσοδος του καταστήματος, πλαισιώνεται με δύο ή τρεις μεγάλες βιτρίνες σε κάθε πλευρά. Οι βιτρίνες αυτές επιτρέπουν στο κατάστημα να παρουσιάσει με εξαιρετικά φαντασμαγορικό τρόπο τα εμπορεύματα του καταστήματος.

- (β) Να υποθέσετε ότι έχετε αποφασίσει να ιδρύσετε τη δική σας επιχείρηση μόδας και να εγκαθιδρύσετε στην αγορά ένα κατάστημα το οποίο στοχεύει ως αγοραστικό κοινό τους νέους, ηλικίας 15 έως 25 ετών. Να καταγράψετε τον προβληματισμό σας και να σχολιάσετε τους παράγοντες που κατά τη δική σας άποψη, θα λάβετε υπόψη για τη σύνθεση της κατάλληλης εικόνας (image) του καταστήματός σας. (μονάδες 5)

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) του νέου καταστήματος, πρέπει να ικανοποιεί όλα τα πιο πάνω, για να έχει πιθανότητες επιτυχίας. Ένα κατάστημα σε εμπορικό κέντρο, 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.

16. (α) Να αναφέρετε πέντε (5) λειτουργίες που εκτελούνται από το Τμήμα Διοίκησης Εργατικού Δυναμικού, στις μεγάλες επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου. (μονάδες 5)

Οι λειτουργίες που εκτελούνται από το Τμήμα Διοίκησης Εργατικού Δυναμικού στις μεγάλες επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου είναι:

- I. Η εξεύρεση προσωπικού.
- II. Η διαδικασία πρόσληψης του προσωπικού.
- III. Η αξιολόγηση του προσωπικού.
- IV. Ο καταρτισμός των σχεδίων αμοιβών του προσωπικού.
- V. Ο καταρτισμός των σχεδίων υπηρεσιών και ωφελημάτων που προσφέρονται στο προσωπικό από την εταιρεία.
- VI. Οι εργασιακές σχέσεις μεταξύ διοίκησης και προσωπικού.

(β) Να σχολιάσετε τον τύπο της εσωτερικής διακόσμησης της μπουτίκ γυναικείων ενδυμάτων που παρουσιάζεται στην **Εικόνα 14**, αναφορικά με: (μονάδες 5)

- I. Το στυλ της εσωτερικής διακόσμησης.
- II. Τη σημασία που έχει η εσωτερική διακόσμηση της μπουτίκ για ένα κατάστημα προϊόντων μόδας.
- III. Το προφίλ του αναμενόμενου πελάτη.



Εικόνα 14

Η **Εικόνα 14** παρουσιάζει το εσωτερικό μιας μοντέρνας γυναικείας μπουτίκ. Η εσωτερική διακόσμηση της μπουτίκ είναι μοντέρνα, επιβλητική και πλούσια φτιαγμένη.

Η εσωτερική διακόσμηση της μπουτίκ για ένα κατάστημα προϊόντων μόδας είναι πολύ σημαντική και τα τελευταία χρόνια οι καταστηματάρχες άρχισαν να δίνουν περισσότερη σημασία στη διακόσμηση των καταστημάτων τους διότι αναγνώρισαν τόσο την ανάγκη δημιουργίας ενός ιδιαίτερου χώρου τοποθέτησης των προϊόντων τους, όσο και στην ανάγκη δημιουργίας προσωπικού ύφους στο κατάστημά τους, έτσι ώστε ο καταναλωτής να διαφοροποιεί στο μυαλό του, το ένα κατάστημα από το άλλο.

Ο πελάτης ο οποίος αναμένεται να ψωνίσει από αυτό το κατάστημα, είναι ένα οικονομικά ισχυρό άτομο, το οποίο έχει γούστο, εκτιμά την ποιότητα στη ζωή του και στο ντύσιμό του.

ΤΕΛΟΣ ΤΟΥ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟΥ ΔΟΚΙΜΙΟΥ