

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

ΠΑΓΚΥΠΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2006

Μάθημα: Τεχνολογία Παραγωγής και Προώθησης Ειδών Ένδυσης
Ημερομηνία και ώρα εξέτασης: Παρασκευή, 2 Ιουνίου 2006
11.00-13.30

ΛΥΣΕΙΣ

Μέρος Α :

- 1. Να αναφέρετε (α) με ποια μορφή μπορούν να παρουσιαστούν ελαττώματα στο ύφασμα και (β) πότε και από ποίους γίνεται έλεγχος στο ύφασμα για την παρουσία ελαττωμάτων.**

(α) Τα ελαττώματα στο ύφασμα μπορούν να εμφανιστούν με τη μορφή τρύπας, παραφαντίδας, τοπικού γυαλισματος, τοπικού αποχρωματισμού, ύφανσης εκτός γραμμής, σφικτούφασμένης ούγιας.

(β) Έλεγχος για την παρουσία ελαττωμάτων στο ύφασμα γίνεται πρώτα από τον κατασκευαστή του υφάσματος. Σε δεύτερο στάδιο το ύφασμα εξετάζει και ο απλωτής κατά το άπλωμα του υφάσματος.

- 2. Να αναφέρετε δύο λόγους για τους οποίους τοποθετείται στην επιφάνεια του πάγκου ειδικό χαρτί, προτού ξεκινήσει το άπλωμα των φύλλων του υφάσματος για τη δημιουργία στρώσης.**

Το ειδικό χαρτί που τοποθετείται στην επιφάνεια του πάγκου προτού να ξεκινήσει το άπλωμα διατηρεί τη σταθερότητα των φύλλων της στρώσης αφού η βάση του ψαλιδιού εισχωρεί πιο εύκολα κάτω από τα φύλλα καθώς το ψαλίδι τα κόβει. Επίσης το ύφασμα προστατεύεται από την τριβή του απ' ευθείας με την επιφάνεια του πάγκου η οποία μπορεί να είναι φθαρμένη.

- 3. Να αναφέρετε σε ποιες περιπτώσεις χρησιμοποιείται για κόψιμο το ψαλίδι χεριού. Ποιο είναι το βασικό μειονέκτημα της χρήσης του;**

Το ψαλίδι του χεριού χρησιμοποιείται για το κόψιμο μονού ή διπλού φύλλου υφάσματος. Το βασικό μειονέκτημα του είναι ο χρόνος που παίρνει για κόψιμο πράγμα που επιδρά αρνητικά στο κόστος κοψίματος κατά ένδυμα.

4. **Να αναφέρετε τα μηχανήματα τα οποία χρησιμοποιούνται για το σημάδεμα των κομμένων τμημάτων της στρώσης του υφάσματος και την εργασία που εκτελεί το κάθε μηχάνημα.**

Για το σημάδεμα των κομμένων τμημάτων χρησιμοποιούνται (α) οι σημαδευτήρες υφάσματος και (β) τα δράπανα υφάσματος. Οι σημαδευτήρες ψαλιδίζουν ελαφρά το περιθώριο ραφής στα κομμένα τμήματα για να διευκολυνθεί η συναρμολόγηση τους στη γραμμή παραγωγής. Τα δράπανα τρυπούν τα πατρόν σε σημεία όπου πρέπει π.χ. να τοποθετηθούν τσέπες ή στη μύτη μιας πένσας, για να διευκολυνθεί και πάλι το τμήμα του ενδύματος κατά τη συναρμολόγηση του.

5. **Να αναφέρετε τρεις (3) παράγοντες από τους οποίους εξαρτάται ο διαχωρισμός των εργασιών ενός ενδύματος σε μικρούς, μέτριους και μεγάλους κύκλους στη γραμμή παραγωγής.**

Το σπάσιμο των εργασιών ενός ενδύματος σε μικρούς, μέτριους και μεγάλους κύκλους στη γραμμή παραγωγής εξαρτάται:

- (α) Από το μέγεθος της εργασίας που απαιτείται να γίνει στο ένδυμα
- (β) Από την ποσότητα που θα πρέπει να παραχθεί από αυτό
- (γ) Από τον αριθμό των ανθρώπων που εργάζονται στη γραμμή παραγωγής

6. **(α) Να αναφέρετε ποια εξωτερικά κριτήρια μπορεί να επηρεάσουν τον καταναλωτή κατά την αγορά ενός ενδύματος. Σε ποιά από αυτά ο καταναλωτής δίνει συνήθως περισσότερη σημασία;**

Κατά την αγορά ενός ενδύματος μπορούν να επηρεάσουν τον καταναλωτή εξωτερικά κριτήρια όπως η τιμή, η μάρκα και η φήμη του καταστήματος από το οποίο το αγοράζει.

Δίνει περισσότερη σημασία στην τιμή του ενδύματος αφού πιστεύει ότι είναι και ένδειξη της ποιότητάς του και κατά συνέπεια της αξίας του. Η τιμή του ενδύματος (ούτε η μάρκα ή η φήμη του καταστήματος) είναι ο αποφασιστικός παράγοντας αν ο καταναλωτής μπορεί οικονομικά να το αγοράσει.

7. **Να δώσετε την ερμηνεία του όρου «ποιοτική αλυσίδα» ενός προϊόντος ένδυσης.**

«Ποιοτική αλυσίδα» είναι η συνειδητή προσπάθεια για επίτευξη ποιότητας από όλους οι οποίοι παίρνουν μέρος στη δημιουργία ενός ενδύματος από τη σχεδίαση του μέχρι το πακετάρισμα του.

8. **Να αναφέρετε πως η Βιομηχανική Επανάσταση βοήθησε στην προώθηση και ανάπτυξη της λιανικής πώλησης ενδυμάτων.**

Η βιομηχανική επανάσταση συνέβη στα μέσα του 18^{ου} αιώνα και βοήθησε στην ανάπτυξη της λιανικής πώλησης γιατί δημιούργησε τη δυνατότητα κατασκευής ενδυμάτων σε μεγάλες ποσότητες, σε γρήγορο ρυθμό και φυσικά με λιγότερο κόστος. Αυτό οφειλόταν στην ανακάλυψη της ραπτομηχανής.

9. Πώς οι έμποροι μόδας ομαδοποιούν τους καταναλωτές μιας περιοχής; Σε τι βοηθά αυτή η ομαδοποίηση;

Οι έμποροι ομαδοποιούν τους καταναλωτές ανάλογα με την κοινωνική τους τάξη την οικογενειακή τους κατάσταση, την ηλικία τους και άλλους παράγοντες, γιατί κάθε ομάδα ανθρώπων έχει τις προτιμήσεις της όσον αφορά τα εμπορεύματα μόδας. Έτσι ανάλογα με τους καταναλωτές της περιοχής τους, φροντίζουν ώστε οι προμήθειες τους σε εμπορεύματα να ικανοποιούν τις ανάγκες των ανθρώπων αυτών, ώστε να έχουν περισσότερες πωλήσεις

10. Να εξηγήσετε το βασικό κανόνα που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη κατά την οπτική παρουσίαση των εμπορευμάτων.

Ο κανόνας που πρέπει να θυμόμαστε κατά την οπτική παρουσίαση των εμπορευμάτων είναι ότι **το εμπόρευμα** είναι το πιο σημαντικό στοιχείο σε μια παρουσίαση και όλα τα άλλα στοιχεία πρέπει να χρησιμοποιούνται με τρόπο ώστε να υποστηρίζουν και να προβάλλουν το εμπόρευμα και να μην αποσπούν την προσοχή του πελάτη από αυτό.

11. Πώς ονομάζεται διαφορετικά ο οδηγός κοπής στην Κυπριακή Βιομηχανία Ένδυσης και γιατί δίνεται μεγάλη σημασία στον οικονομικό σχεδιασμό του οδηγού αυτού.

Στην Κυπριακή Βιομηχανία Ένδυσης, ο οδηγός κοπής είναι γνωστός σαν «μάρκα». Η βιομηχανία ένδυσης δίνει μεγάλη σημασία στον οικονομικό σχεδιασμό του οδηγού κοπής (μάρκας) γιατί σύμφωνα με αυτόν θα κοπεί το ύφασμα το κόστος του οποίου απορροφά το μισό περίπου από τα κέρδη της επιχείρησης. Κάθε οικονομία που γίνεται στο ύφασμα για κάθε ένδυμα οδηγεί σε αύξηση κέρδους.

12. Το γεγονός ότι δύο διαφορετικοί άνθρωποι έχουν την ίδια περίπου αγοραστική δύναμη δεν σημαίνει ότι έχουν τις ίδιες ενδυματολογικές ανάγκες. Πως το αντιλαμβάνεστε αυτό; Δώστε παραδείγματα.

Οι ενδυματολογικές ανάγκες διαφέρουν από άνθρωπο σε άνθρωπο έστω και αν έχουν την ίδια αγοραστική δύναμη. Για παράδειγμα ένας διευθυντής επιχείρησης θα επέλεγε ένα κοστούμι για το χώρο της εργασίας του, ενώ ένας πλούσιος κτηνοτρόφος ή αγρότης θα προτιμούσε ή θα χρειαζόταν απλά ρούχα και όχι κοστούμι.

ΜΕΡΟΣ Β :

13. Κατά τη διαδικασία της κοπής των φύλλων υφάσματος στη στρώση μπορεί να παρουσιαστούν στα κομμένα τμήματα προβλήματα όπως:

- Ξεφτισμένες ή τραβηγμένες άκρες
- Καψαλισμένες άκρες
- Συγκολλημένα μεταξύ τους φύλλα από καψάλισμα

Να εξηγήσετε:

(α) την αιτία η οποία προκαλεί τα πιο πάνω προβλήματα και

(β) πώς μπορεί να αποφευχθεί η συγκόλληση των φύλλων από καψάλισμα.

Αιτία για τη δημιουργία ξεφτισμένων – τραβηγμένων άκρων είναι το κακό ακόνισμα της λεπίδας του ψαλιδιού ενώ το καψάλισμα –συγκόλλημα των άκρων στα κομμένα τμήματα, οφείλεται στη συσσώρευση θερμότητας στη λεπίδα του ψαλιδιού και η οποία δημιουργείται από την τριβή της λεπίδας με το ύφασμα κατά τη στιγμή της κοπής.

Η συγκόλληση από το καψάλισμα μπορεί να αποφευχθεί με:

- (α) Τα τακτικό και σωστό ακόνισμα της λεπίδας
- (β) Το ψεκασμό της λεπίδας με ειδικό λιπαντικό
- (γ) Την ελάττωση της ταχύτητας του ψαλιδιού
- (δ) Τα λιγότερα φύλλα (άρα χαμηλότερο ύψος) της στρώσης

14. Να αναφέρετε και να εξηγήσετε δύο λόγους για τους οποίους οι έμποροι μόδας βασίζονται πάνω σε έρευνες συμπεριφοράς καταναλωτών για να λειτουργήσουν με επιτυχία τις επιχειρήσεις τους.

- Μια επιχείρηση μόδας για να πετύχει, πρέπει να προλαβαίνει τις επιθυμίες των πελατών της και να προβαίνει στις απαραίτητες παραγγελίες στα σωστά μεγέθη, χρώματα και στυλ, αρκετά νωρίτερα από την αλλαγή της εποχής.
- Επειδή επικρατεί μεγάλος συναγωνισμός στον τομέα των πωλήσεων ειδών μόδας, οι έμποροι είναι υποχρεωμένοι να ενημερώνονται για τις απαιτήσεις των καταναλωτών, μελετώντας έρευνες συμπεριφοράς καταναλωτών, για να αντιμετωπίσουν με επιτυχία τους ανταγωνιστές τους.

15. Στις μέρες μας τα πολυκαταστήματα σημειώνουν επιτυχία. Αιτιολογήστε την επιτυχία αυτή.

Τα πολυκαταστήματα προσφέρουν στον καταναλωτή ευκολία στις αγορές. Για παράδειγμα ένας καταναλωτής μπορεί να ικανοποιήσει τις αγοραστικές του ανάγκες για διάφορα προϊόντα σε ένα πολυκατάστημα χωρίς να χρειάζεται να μετακινηθεί από το ένα ανεξάρτητο ειδικευμένο μαγαζί στο άλλο. Εκτός από αυτό, τα πολυκαταστήματα προσφέρουν στον καταναλωτή και άλλες υπηρεσίες στο χώρο τους όπως εστιατόριο, καθαριστήριο, φωτογραφείο, τράπεζα, κομμωτήριο, μυροπωλείο κλπ.

16. Να αναφέρετε τέσσερα στοιχεία τα οποία θα συνέθεταν ευνοϊκή εικόνα σε ένα κατάστημα μόδας που απευθύνεται σε νέους.

Τέτοια στοιχεία θα ήταν η θέση ενός καταστήματος σε χώρους όπου συχνάζουν οι νέοι όπως για παράδειγμα ένα εμπορικό κέντρο, με άφθονο εμπόρευμα στα αγαπημένα στίλ των νέων, με λαμπερά χρώματα, με μοντέρνο διάκοσμο, κατάλληλη μουσική, έντονο φωτισμό και εξυπηρέτηση που δεν τους εμποδίζει να κινηθούν και επιλέξουν ελεύθερα χωρίς καταπιεστικούς πωλητές ή και δυνατότητα αυτοεξυπηρέτησης (self-service) αν είναι δυνατό.

ΜΕΡΟΣ Γ:

17. Κάνετε μια ιστορική αναδρομή των υπηρεσιών καταλόγου και εξηγήστε πως σήμερα χρησιμοποιούνται σαν μέσο διαφήμισης από τα καταστήματα λιανικής πώλησης.

Οι υπηρεσίες καταλόγου ήταν στην αρχή εκδόσεις που περιελάμβαναν διάφορα είδη προϊόντων και που προορίζονταν κυρίως για ανθρώπους που δεν μπορούσαν να φτάσουν εύκολα στην αγορά λόγω μεγάλων αποστάσεων της υπαίθρου, μεγάλων χωρών. Όσο αφορά τα είδη ένδυσης που παρουσιάζονταν σε αυτούς τους καταλόγους ήταν πρακτικά είδη, κυρίως πρώτης ανάγκης, χωρίς να δίνεται μεγάλη σημασία στη μόδα τους.

Στα μέσα της δεκαετίας του '80 άρχισε να μεγαλώνει η δημοτικότητα των αγορών μέσω καταλόγων, με κυρίαρχο αγοραστή την εργαζόμενη γυναίκα, η οποία μπήκε για καλά στο εργατικό προσκήνιο. Η εργαζόμενη γυναίκα είχε και έχει, λιγότερο χρόνο για αγορές και τρεχάματα στα καταστήματα, προσπαθώντας να προλάβει τα επιπλέον καθήκοντα του νοικοκυριού, της οικογένειας και της εργασίας της ταυτόχρονα. Παράλληλα υπάρχει η ανάγκη να είναι πιο καλοντυμένη στο περιβάλλον της εργασίας της και επί πλέον είναι πολύ ενήμερη και έχει επίγνωση των νέων τάσεων της μόδας. Για αυτό οι καταλόγοι ήταν μια πολύ καλή λύση για αυτήν, μέσω των οποίων μπορούσε να κάνει τις αγορές της εύκολα, από την άνεση του σπιτιού της.

Εκτός από τις υπηρεσίες που πωλούν προϊόντα αποκλειστικά μέσω καταλόγων, πολλοί έμποροι τους χρησιμοποιούν σαν μέσο υπενθύμισης των υπηρεσιών και προϊόντων τους στους πελάτες τους, αποστέλλοντάς τους ταχυδρομικώς τους καταλόγους, επιτυγχάνοντας ταυτόχρονα να κάνουν και διαφήμιση.

18. Τα «προνόμια» και οι «άδειες» είναι δύο τρόποι λειτουργίας κάποιων καταστημάτων. Να αναφέρετε:

- Πως διαφέρουν μεταξύ τους οι δύο αυτοί τρόποι λειτουργίας
- Με ποιο τρόπο επωφελούνται αυτοί που εξασφαλίζουν «προνόμια» και «άδειες»
- Τυχόν περιορισμούς στους οποίους υπόκεινται οι «προνομιούχοι» ή και οι «αδειούχοι» και τι εξασφαλίζει η ιδιοκτήτρια εταιρεία μέσω των περιορισμών αυτών.

- Η διαφορά βρίσκεται στο γεγονός ότι η λειτουργία ενός καταστήματος με «προνόμια» απαιτεί την πληρωμή δικαιωμάτων (αρχικού φόρου) για την παροχή προνομίων, ενώ η «άδεια» δεν απαιτεί την πληρωμή τέτοιων δικαιωμάτων. Και στις δύο περιπτώσεις όμως απαιτείται από την παραχωρούσα τα δικαιώματα εταιρεία η κατάθεση ορισμένου κεφαλαίου προτού οι ιδιώτες εισαχθούν στον οργανισμό και η υπογραφή πολύ απαγορευτικών συμβολαίων που υπαγορεύουν τις αγοραστικές απαιτήσεις και την πολιτική της εταιρείας.
- Στους εμπόρους που εξασφαλίζουν «προνόμια» και «άδειες» δίνεται η ευκαιρία να κερδίζουν από τη φήμη γνωστών οίκων /επιχειρήσεων μόδας. Τους προσφέρονται επίσης κάποια πλεονεκτήματα όπως το όνομα της φίρμας και απαλλάσσονται από προβλήματα όπως εξεύρεση της τοποθεσίας του καταστήματος, καθορισμό τιμών, εκπαίδευση του προσωπικού κλπ.
- Οι «προνομιούχοι» ή «αδειούχοι» περιορίζονται από το συμβόλαιό τους όσον αφορά τον τρόπο λειτουργίας των καταστημάτων τους και είναι γενικά εκτελεστικά όργανα της ιδιοκτήτριας εταιρείας. Επίσης δεν έχουν το δικαίωμα να ανοίξουν και άλλα καταστήματα (δηλαδή να δημιουργήσουν «αλυσίδα» καταστημάτων) με το όνομα της ιδιοκτήτριας εταιρείας χωρίς την άδειά της και χωρίς να πληρώσουν και γι αυτά δικαιώματα προνομίων.