

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

ΠΑΓΚΥΠΡΙΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2010

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ (I) ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΣΧΟΛΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ

**ΜΑΘΗΜΑ : ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΕΙΔΩΝ
ΕΝΔΥΣΗΣ (261)
ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ : ΠΕΜΠΤΗ, 27 ΜΑΪΟΥ 2010
ΩΡΑ ΕΞΕΤΑΣΗΣ : 11.00 – 13.30**

Επιτρεπόμενη διάρκεια γραπτού 2,5 ώρες (150 λεπτά)

Το εξεταστικό δοκίμιο αποτελείται από τρία μέρη (Α, Β, Γ) και δέκα (10) σελίδες.

ΟΔΗΓΙΕΣ:

1. Να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις.
2. Όλες οι απαντήσεις να δοθούν στις σελίδες του εξεταστικού δοκιμίου το οποίο θα επιστραφεί.
3. Απαγορεύεται η χρήση διορθωτικού υγρού ή άλλου υλικού.
4. Επιτρέπεται η χρήση μη προγραμματιζόμενης υπολογιστικής μηχανής.

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

1. Να συμπληρώσετε τα κενά επιλέγοντας την κατάλληλη λέξη ή φράση:
καταναλωτές, μεγάλες παραγγελίες, αρκετό, έγκαιρα
- α) Ο καταστηματάρχης/ αγοραστής έχει υποχρέωση να προμηθεύει
τους με ενδύματα τελευταίας μόδας.
- β) Τα συμφέροντα του παραγωγού ειδών ένδυσης απαιτούν.....
..... και χρόνο για τον προγραμματισμό και
την εκτέλεσή τους.

2. Σε μια βιομηχανία ένδυσης γίνεται καταμερισμός των εργασιών, ώστε αυτές να διεξάγονται πιο εύκολα και πιο γρήγορα. Το κάθε τμήμα της βιομηχανίας είναι αρμόδιο για κάποιες λειτουργίες.
Να αντιστοιχίσετε τα τμήματα της βιομηχανίας (στήλη Α) με τις λειτουργίες των τμημάτων, σημειώνοντας την επιλογή σας στην κενή στήλη.

Στήλη Α	
ΤΜΗΜΑΤΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ	
(i) Σχεδιασμού	
(ii) Μάρκετινγκ	
(iii) Αγορών	
(iv) Οικονομικών	

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΜΗΜΑΤΩΝ

- (α) Αποθήκευση υλικών
(β) Τελική κοστολόγηση ενδυμάτων
(γ) Προγραμματισμός συλλογής ενδυμάτων
(δ) Εμπορική προώθηση των προϊόντων

3. Να αναφέρετε τέσσερις (4) παράγοντες που επηρεάζουν την οργάνωση και την παραγωγή σε ένα εργοστάσιο ένδυσης.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Να σημειώσετε **ΟΡΘΟ** ή **ΛΑΘΟΣ** για τις πιο κάτω προτάσεις:

α)	Ένας παραγωγός ένδυσης ενδιαφέρεται να διασφαλίσει τα συμφέροντα της επιχείρησής του, αδιαφορώντας για τις απαιτήσεις της αγοράς.	
β)	Τα προϊόντα πρέπει να προσφέρονται από τον παραγωγό στον καταστηματάρχη/ αγοραστή σε ανταγωνιστικές τιμές, ώστε να διασφαλίζονται περιθώρια κέρδους.	
γ)	Το συμφέρον του παραγωγού ένδυσης απαιτεί συχνές αλλαγές στη μόδα και στους τύπους των υφασμάτων.	
δ)	Ο παραγωγός ένδυσης απαιτεί μεγάλες παραγγελίες και αρκετό χρόνο για την εκτέλεσή τους.	

5. Να αντιστοιχίσετε τους τύπους υφασμάτων (στήλη Α) με τους τρόπους απλώματος, σημειώνοντας την επιλογή σας στην κενή στήλη.

Στήλη Α	
ΤΥΠΟΙ ΥΦΑΣΜΑΤΩΝ	
i) Υφάσματα καρώ, υφάσματα με ρίγες	
ii) Ρολά υφάσματος με μεγάλο μήκος και φάρδος	
iii) Υφάσματα διπλής κατεύθυνσης	
iv) Υφάσματα κοτλέ και βελούδα	

ΤΡΟΠΟΙ ΑΠΛΩΜΑΤΟΣ

- α) Συνεχές άπλωμα υφάσματος από άκρη σε άκρη
- β) Άπλωμα υφάσματος στο χέρι
- γ) Απλωτική μηχανή με περιστροφική πλάκα
- δ) Ακριβές, εξειδικευμένες μηχανές απλώματος

6. Να αναφέρετε τον κύριο σκοπό της λειτουργίας του κοπτηρίου σε μια βιομηχανία ένδυσης.

.....

.....

.....

.....

7. Να κατονομάσετε τα τέσσερα βασικά στοιχεία του πρεσαρίσματος.

.....

.....

.....

.....

.....

8. Να σημειώσετε **ΟΡΘΟ** ή **Λ** για τις πιο κάτω προτάσεις που αφορούν στο «σύστημα παραγωγής κατά μονάδα».

α)	Η παραγωγή χωρίζεται σε μονάδες με 8 - 10 σταθμούς η κάθε μια.	
β)	Οι χειριστές μπορεί να είναι και ανειδίκευτοι ή ημειδίκευμένοι.	
γ)	Ο κάθε χειριστής μπορεί να χειρίζεται μόνο μια μηχανή.	
δ)	Ο βαθμός παραγωγικότητας του συστήματος είναι πολύ χαμηλός.	

9. Να δώσετε τον ορισμό της έννοιας «ποιότητα».

.....
.....
.....
.....
.....

10. Με ποιους άλλους τρόπους, πέραν της επίσκεψής τους σε καταστήματα, έχουν τη δυνατότητα οι καταναλωτές να κάνουν τις αγορές τους. Να αναφέρετε τουλάχιστο δύο (2).

.....
.....
.....
.....

11. Οι έμποροι ειδών πολυτελείας βασίζονται στη «**θεωρία της αυτογνωσίας**» για την προώθηση των προϊόντων τους. Να αναλύσετε τη «**θεωρία της αυτογνωσίας**» και να δηλώσετε τον τρόπο που ενεργεί ο έμπορος και τον τρόπο που επηρεάζονται οι καταναλωτές.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

12. Να σημειώσετε **ΟΡΘΟ** ή **ΛΑΘΟΣ** για τις πιο κάτω προτάσεις:

α)	Οι μεγάλες εταιρείες λιανικής πώλησης έχουν τη δυνατότητα για εσωτερική διαφήμιση.	
β)	Οι μικρές επιχειρήσεις λιανικής πώλησης δεν έχουν τη δυνατότητα για τη διεξαγωγή έρευνας αγοράς.	
γ)	Η εσωτερική διαφήμιση διεξάγεται από ανεξάρτητα διαφημιστικά γραφεία.	
δ)	Η τηλεόραση είναι πιο αποτελεσματικό μέσο για διαφήμιση προϊόντων μόδας από το ραδιόφωνο.	

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

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

13. α) Ποιος είναι ο κυριότερος στόχος του τμήματος αγορών σε μια βιομηχανία ένδυσης;

.....
.....
.....
.....

β) Να σχολιάσετε τους λόγους για τους οποίους το τμήμα αγορών επιβάλλεται να επικοινωνεί με:

(i) Το τμήμα μάρκετινγκ.

.....
.....
.....

(ii) Το τμήμα οικονομικών.

.....
.....
.....

(iii) Το τμήμα σχεδιασμού της βιομηχανίας ένδυσης.

.....
.....
.....

14. α) Να σχολιάσετε τα προβλήματα που μπορεί να προκληθούν στα κομμένα τμήματα των ενδυμάτων κατά το κόψιμο της στρώσης από:

(i) Το πολύ χαλαρό άπλωμα στη στρώση.

.....
.....
.....

(ii) Το υπερβολικό τέντωμα των φύλλων.

.....
.....
.....

β) Ποια είναι η αιτία για τη δημιουργία:

i) Ξεφτισμένων / τραβηγμένων άκρων

.....
.....
.....

ii) Καψαλισμένων άκρων στα κομμένα τμήματα της στρώσης;

.....
.....
.....

γ) «Ο τεχνολογικός εξοπλισμός μιας βιομηχανίας ένδυσης είναι σημαντικός παράγοντας που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη κατά το σχεδιασμό της συλλογής ενδυμάτων». Να υποστηρίξετε την πιο πάνω άποψη δίνοντας δύο (2) παραδείγματα.

.....
.....
.....
.....
.....
.....

15. α) Να απαντήσετε τις πιο κάτω ερωτήσεις που αφορούν στην αποθήκευση των τελειωμένων ενδυμάτων:

(i) Να απαριθμήσετε δυο τρόπους πακεταρίσματος των ενδυμάτων.

.....
.....
.....

(ii) Η ημερομηνία αποστολής των εμπορευμάτων στον αγοραστή είναι σημαντική για τη λειτουργία της αποθήκης. Να υποστηρίξετε την πιο πάνω άποψη.

.....

.....

.....

.....

β) Να αναφέρετε τέσσερις (4) παράγοντες που λαμβάνονται υπόψη κατά την οργάνωση και τη διαρρύθμιση της αποθήκης μιας βιομηχανίας ένδυσης.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

16. α) Να κατονομάσετε τέσσερις τύπους επιχειρήσεων λιανικής πώλησης στο χώρο της ένδυσης και να επεξηγήσετε τον τρόπο λειτουργίας τους.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

β) Έχετε αποφασίσει να δημιουργήσετε επιχείρηση λιανικής πώλησης αθλητικών ειδών. Να καταγράψετε τον προβληματισμό σας και τους παράγοντες που θα λάβετε υπόψη για την επιλογή της τοποθεσίας της επιχείρησής σας.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**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 τις πέντε (5) λειτουργίες του τμήματος διεύθυνσης μιας βιομηχανίας ένδυσης.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

β) Ο προγραμματισμός στο τμήμα διεύθυνσης μιας βιομηχανίας ένδυσης γίνεται εκ των προτέρων για να κατανεμηθούν οι δραστηριότητες της επιχείρησης ώστε να υλοποιηθούν οι στόχοι. Να αναφέρετε δύο παράγοντες που λαμβάνονται υπόψη σ' αυτό τον προγραμματισμό.

.....

.....

.....

.....

.....

γ) Ποιος είναι ο στόχος της δραστηριότητας «**εμπορία προϊόντων**» του τμήματος μάρκετινγκ σε μια βιομηχανία ένδυσης;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

δ) Ποιοι είναι οι τρεις (3) στόχοι της δραστηριότητας των «**πωλήσεων**» του τμήματος μάρκετινγκ σε μια βιομηχανία ένδυσης;

.....

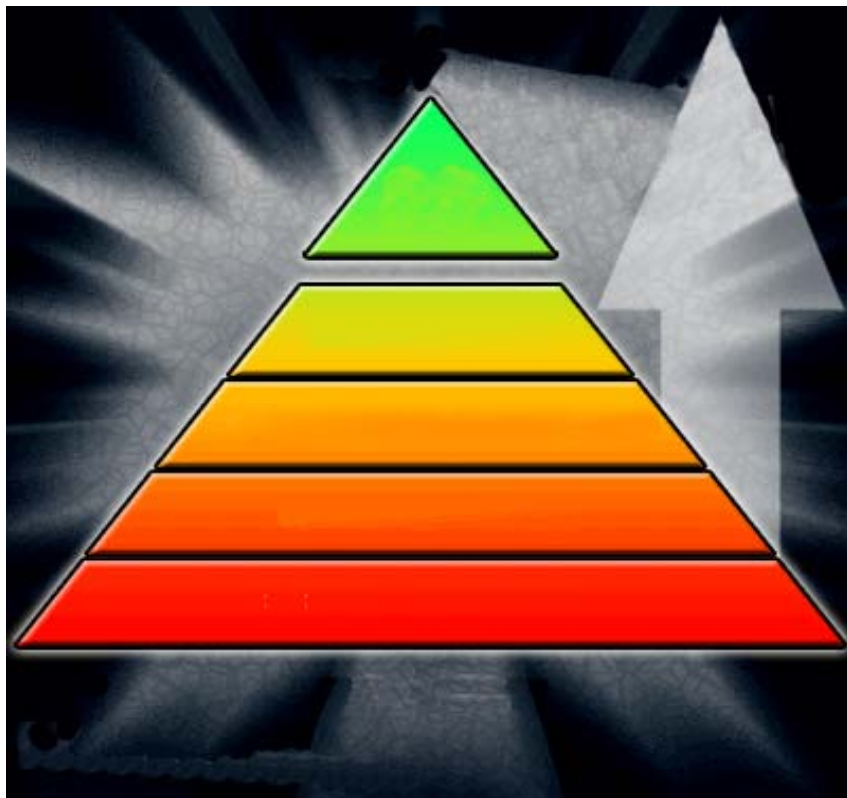
.....

.....

.....

.....

18. α) Να σημειώσετε στο πιο κάτω σχεδιάγραμμα τα πέντε (5) στάδια ιεράρχησης των ανθρωπίνων αναγκών σύμφωνα με τη θεωρία του *Maslow*.



β) Να απαριθμήσετε τις ανάγκες που καλύπτει το κάθε στάδιο ιεράρχησης των αναγκών του *Maslow*.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

γ) Ποια στοιχεία που αφορούν στους καταναλωτές αναλύονται στις έρευνες συμπεριφοράς καταναλωτών;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

δ) Γιατί οι έμποροι λιανικής πώλησης αξιοποιούν έρευνες συμπεριφοράς καταναλωτών;

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- ΤΕΛΟΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ -