

Đáp Án Môn: Lý Thuyết Thời Trang

Câu 1 (3đ): Sự hình thành, phát triển của mạng **internet - truyền thông** ảnh hưởng như thế nào tới sự **lan truyền** thời trang và **phong cách** mặc của mọi người trên toàn thế giới?

Đáp án:

- Sự hình thành và phát triển của mạng **Truyền thông – Internet** vào thập niên 50 của thế kỷ 20, đặc biệt là việc ra đời của chiếc **máy tính gia đình Apple II** vào năm 1977, chiếc **máy tính cá nhân** đầu tiên của hãng **IBM** được đưa ra thị trường năm 1981 và phiên bản đầu tiên của hệ điều hành **Windows** năm 1985. Việc ra đời của những ứng dụng mang tính đột phá mạnh mẽ này đã giúp mọi người trên toàn cầu có thể kết nối với nhau, chia sẻ những sáng tạo mới cho nhau, chia sẻ những thông tin dưới hình thức số - văn bản - hình ảnh - dữ liệu - video, ... một cách nhanh nhất. Đây là một trong 10 nhân tố góp phần làm phẳng thế giới (Thomas L. Friedman – Thế giới phẳng) và lan truyền xu hướng thời trang một cách nhanh nhất, hiệu quả nhất.

- Như đã nói ở trên **Truyền thông – Internet** giúp trao đổi thông tin một cách nhanh chóng, bên cạnh đó là việc ra đời của chiếc **máy ảnh** những năm 60 của thế kỷ 19 đã giúp lưu giữ hình ảnh một cách nhanh chóng. Hai nhân tố này có tầm ảnh hưởng rộng lớn tới ngành công nghiệp thời trang, giúp lan truyền thời trang tới mọi nơi trên toàn cầu chỉ bằng một cái Click chuột.

- Truyền thông ngày một hoàn thiện, xuất hiện nhiều kênh truyền hình với nội dung phong phú, đặc biệt là các kênh truyền hình thời trang **Fashion TV**. Chất lượng đường truyền ngày một cao giúp cập nhật thông tin một cách nhanh chóng về thời trang, chỉ cần dành vài phút lang thang trên mạng là chúng ta có thể nắm bắt cả thế giới thời trang trong tay ở phạm vi toàn cầu. Thời trang là mang tính **lan tỏa** và **phổ biến** trong phạm vi rộng. Do đó nó ảnh hưởng lớn tới phong cách mặc của mọi người trên toàn cầu, từ người này qua người khác, từ quốc gia này sang quốc gia khác thông qua mạng truyền thông và internet.

Câu 2 (2đ): Anh chị hiểu như thế nào về câu nói “**chi tiết trang trí trên sản phẩm may mặc giống như một ảo thuật gia đánh lừa thị giác**”? (1đ), thông qua đó cho biết **vai trò** của chi tiết trang trí trong lĩnh vực dệt may? (1đ)

Đáp án:

- Trang trí là một môn nghệ thuật xuất hiện rất sớm trong lịch sử loài người. Bằng cách vận dụng các vật liệu sẵn có trong tự nhiên để tạo nên những điều khác biệt trong nghệ thuật làm đẹp nói chung và làm đẹp trong thời trang nói riêng.

- Ngày nay trang trí đóng vai trò quan trọng trong cuộc sống, ngoài việc mang lại một hình thức tốt cho sản phẩm để kích thích sự ham muốn thị giác của người thưởng ngoạn, làm tăng giá trị kinh tế cho sản phẩm ra, chi tiết trang trí được xem là một “**ảo thuật gia** hoặc **một chuyên gia** đánh lừa thị giác” trong lĩnh vực thiết kế thời trang. Trong thiết kế thời trang chi tiết trang trí là một trong bốn nhân tố quan trọng không thể thiếu để tạo nên những **giá trị thẩm mỹ cao** cho trang phục, góp phần **cải thiện yếu tố nhìn** và làm **tăng sự khác biệt** để thời trang ngày một hấp dẫn hơn. Tùy theo từng mùa của thời trang mà chi tiết trang trí có sự thay đổi.

- Thông qua nhận định ở trên ta thấy chi tiết trang trí có một vài vai trò như sau:

+ Tạo điểm nhấn trên trang phục để hướng sự **tập trung** của trường nhìn thị giác vào 1 điểm và **phân tán** sự tập trung trường nhìn thị giác vào khuyết điểm trên cơ thể của người mặc.

+ Tạo phong cách thiết kế cũng như phong cách của người mặc: **ngghiêm túc, vui vẻ, lãng mạn, điệu đàng, lè phè, mạnh mẽ, cá tính, phá phách, ...**

Câu 3 (3đ): Sự **cộng hưởng trong sáng tạo** có thật sự cần thiết trong lĩnh vực thiết kế thời trang? (vận dụng **vòng quay thời trang** để phân tích câu nói trên).

Đáp án:

- Trong lĩnh vực thiết kế thời trang “**Sự cộng hưởng trong sáng tạo**” là một điều thật sự cần thiết. Thông qua sự cộng hưởng này sẽ giúp mang lại giá trị kinh tế cao và sự hoàn thiện cho sản phẩm may

mặc. Trong sáng tạo thì 60% là thuộc về ý tưởng, 40% còn lại là thuộc về sự vận dụng các kỹ năng - sự kết hợp với các bộ phận khác có liên quan.

- Để thấy rõ tầm quan trọng của nó trong thiết kế thời trang ta tìm hiểu một vài bộ phận trong tổng số 19 bộ phận của vòng quay thời trang để có cái nhìn tổng quát hơn.

+ Công việc đầu tiên thuộc về bộ phận “**ngiên cứu thị trường – nghiên cứu xu hướng thời trang**”. Nghiên cứu thị trường là một trong những bước được đánh giá là rất quan trọng trong sản xuất – kinh doanh. Bước nghiên cứu thị trường tốt sẽ giúp cho những bước công việc tiếp sau sẽ dễ dàng, sản phẩm sẽ được tích lũy nhiều hàm lượng sáng tạo, mang lại giá trị kinh tế cao và chất lượng sản phẩm tốt hơn. Ngược lại bước này triển khai không tốt sẽ dẫn tới sản phẩm không gần gũi với thực tế, không kích thích được sự ham muốn mua sắm của người tiêu dùng và không cung cấp đủ thông tin cho những bộ phận còn lại trong vòng quay thời trang.

+ Tiếp theo là bộ phận Designer, đây là trung tâm của vòng quay, trung tâm sáng tạo ra những sản phẩm mới. Nếu không có bộ phận sáng tác mẫu này thì những sản phẩm may mặc sẽ thật tẻ nhạt. Tuy nhiên sản phẩm mới này có thật sự thành công trên thị trường hay không thì nó còn phụ thuộc rất nhiều vào các bộ phận phía trước và sau nó. Theo nhận định của một designer đã thành danh thì một sản phẩm thành công là nó phải được người tiêu dùng đón nhận chứ không chỉ tồn tại trên sàn diễn không.

+ Tiếp theo là bộ phận “**quản lý chất lượng và sản xuất quần áo**”, hàng có đạt được hiệu quả cao hay không, sản xuất công suất có cao hay không phụ thuộc rất nhiều vào cách tổ chức sản xuất. Thông thường quản lý chất lượng sản phẩm là chốt chặn cuối cùng về chất lượng sản phẩm trước khi được đưa ra thị trường để đảm bảo duy trì tính cạnh tranh và uy tín của thương hiệu.

Ngoài ra ra những bộ phận còn lại: vận chuyển, hệ thống phân phối, marketing, ... cũng đòi hỏi nhiều sự sáng tạo để đưa sản phẩm tới tay người tiêu dùng được hiệu quả nhất.

Câu 4 (2đ): Tại sao bộ phận **thu mua vải** lại cùng lúc bị chi phối bởi bộ phận **thiết kế mẫu** và bộ phận **phân tích trước bán hàng**? (1,5đ) Cho một vài ví dụ minh họa (0,5đ).

Đáp án:

- Người Việt xưa có câu nói “**thứ nhất gần chợ - thứ nhì gần sông**”, với cuộc sống thuần nông thì đây là hai môi trường giúp duy trì cuộc sống khá thuận tiện so với các môi trường sống khác. Ngày nay trong sản xuất kinh doanh, đặc biệt là kinh doanh hàng may mặc thì câu nói “**thứ nhất gần chợ**” là một triết lý kinh doanh thật sự hiệu quả.

- Trong xu thế chung của thế giới là vòng quay thời trang ngày một rút ngắn lại so với chu kỳ trước đây là 35 năm, 20 năm, 8 năm, 5 năm, bây giờ chỉ còn 2 – 3 năm chu kỳ thay đổi một lần. Do đó, việc sản xuất, kinh doanh hàng thời trang ở gần các khu chợ cung cấp nguyên vật liệu sẽ giúp chúng ta chủ động về nguyên vật liệu và thường xuyên tiếp cận được nguồn nguyên liệu mới khi nó vừa mới xuất hiện trên thị trường. Điều kiện thuận lợi này sẽ làm tăng khả năng cạnh tranh so với các thương hiệu khác cùng kinh doanh chung một dòng sản phẩm.

- Chính vì lý do đó mà bộ phận thu mua vải cùng một lúc bị chi phối bởi **bộ phận thiết kế mẫu** và bộ phận **phân tích trước bán hàng**. Bộ phận thiết kế mẫu cung cấp thông tin về các loại vải cần dùng cho BST, còn bộ phận phân tích trước bán hàng cung cấp thông tin về nhu cầu của thị trường về từng dòng sản phẩm thông qua các cuộc trưng bày mẫu tại các hội chợ triển lãm và các fashion show. Hai nguồn thông tin này giúp cho bộ phận thu mua vải chủ động thu gom nguyên vật liệu để chuẩn bị cho công đoạn sản xuất hàng loạt.

- Ví dụ:

+ Công ty A nằm gần khu chợ Tân Bình nên có thể bình quân dạo quanh khu chợ 2 – 4 lần / ngày so với ở xa khu chợ tối thiểu 1 – 2 ngày đi một lần. Như vậy ở gần khu bán nguyên vật liệu sẽ có lợi thế thu mua được những loại vải mới, chất lượng tốt hơn và tiết kiệm được nhiều thời gian hơn so với ở xa.

+ Thiết kế mẫu định hướng thẩm mỹ tiêu dùng, phân tích trước bán hàng định hướng số lượng vải cần dùng. Hai thông tin này kết hợp lại sẽ cho ra một mã hàng thành công tới người tiêu dùng.

Cán bộ giảng dạy



Vũ Hồng Đức