

Trường ĐH Bách Khoa Tp,HCM

Khoa Cơ Khí

Bộ môn Kỹ Thuật Dệt May

Thi cuối kỳ hệ chính quy ngày 06/01/2012

Đáp án Môn: Lý Thuyết Thời Trang

Câu 1. (3đ). Yếu tố kinh tế ảnh hưởng như thế nào tới sự phát triển của ngành thiết kế thời trang?

Đáp án:

- Kinh tế đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển chung của mỗi quốc gia. Với vai trò là van lưu thông điều tiết cho mọi hoạt động sống và sản xuất của loài người, kinh tế ảnh hưởng trực tiếp tới SX và tiêu dùng khi nó có sự thay đổi.
- Xét trong khía cạnh ngành nghề, ngành công nghiệp thời trang là một trong những lĩnh vực nhạy cảm dễ bị tác động bởi sự thay đổi của nền kinh tế nói chung.
- Kể từ năm 2008 khởi đầu cho những tín hiệu đi xuống của nền kinh tế thế giới đã kéo theo sự đi xuống của ngành công nghiệp thời trang thế giới. Theo đánh giá của hiệp hội thời trang thế giới thì giữa năm 2009 và đầu 2010 là thời kỳ đen tối nhất của ngành công nghiệp thời trang khi mà hàng loạt những thiết kế thiếu sự cuốn hút của hàng loạt những thương hiệu thời trang lớn trên thế giới lần lượt tung lên sàn diễn. Điểm đen tối nhất mà do sụt giảm kinh tế mang lại là một vài thương hiệu thời trang nổi tiếng thế giới có bề dày lịch sử trên 60 năm phải tuyên bố phá sản do không chịu nổi gánh nặng chi phí tài chính để duy trì sản xuất (Christian Lacroix).
- Tiếp tục dự báo cho năm 2012 nhu cầu mua sắm quần áo sẽ giảm mạnh với chính sách ưu tiên hàng đầu là thực phẩm, y tế và giáo dục khi mà kinh tế thế giới vẫn xuống dốc không phanh như hiện nay.
- Thông qua một vài điểm nêu trên, ta thấy rằng kinh tế có khả năng **kích thích** hoặc **kìm hãm** sự phát triển của ngành công nghiệp thời trang nói riêng và các ngành nghề sản xuất khác nói chung.

Câu 2. (1đ). Phương pháp cắt rập 3D có ưu và nhược điểm gì so với phương pháp cắt may thông thường (cắt rập công nghiệp – 2D)?

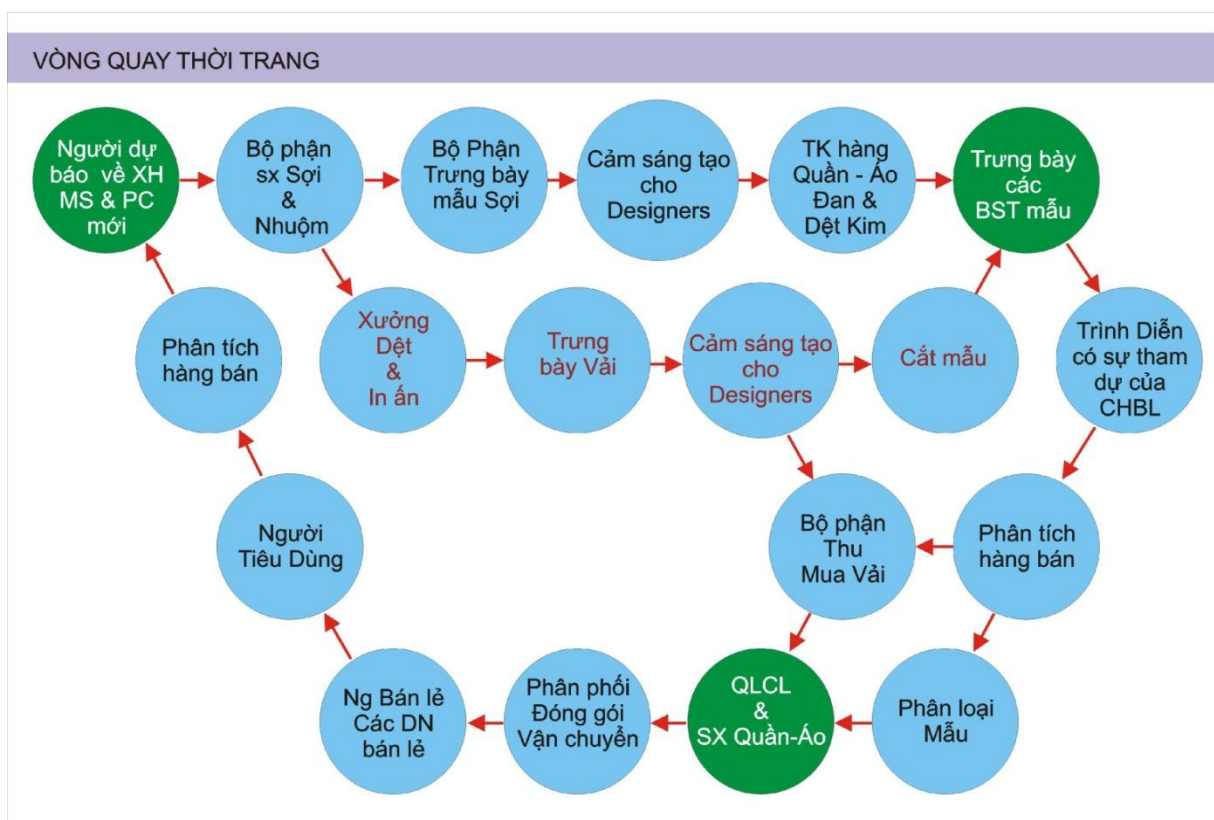
Đáp án:

- Phương pháp cắt rập 3D được du nhập vào Việt Nam đầu những năm 2000, thông qua con đường trao đổi kỹ thuật và công nghệ giữa Viện mẫu thời trang VN và Pháp. Đây là phương pháp cắt rập được thực hiện trực tiếp trên mô hình 3D không dựa trên kỹ thuật cắt bằng phương thức tính toán.

- Ưu điểm: + độ chính xác cao.
+ tạo những đường cúp, kết cấu khối lạ.
+ Nâng cao giá thành sản phẩm.
+ tạo sức cuốn hút cao.
- Nhược điểm:
+ khó thực hiện
+ khó ứng dụng trực tiếp vào sản xuất hàng loạt.
+ mất nhiều thời gian, hao tổn vật liệu làm rập.

Câu 3 (5đ). Vẽ sơ đồ đường đi của Vòng Quay Thời Trang (1đ). Ghi chú tên gọi của từng vị trí trên vòng quay thời trang(0,5đ). Phân tích mối liên hệ của các bước trong vòng quay thời trang (3,5đ).

a. Sơ đồ đường đi của Vòng quay thời trang và ghi chú.



b. Mối liên hệ giữa các bước trong vòng quay thời trang.

* **Nghiên cứu thị trường [1].** Nghiên cứu thị trường (NCTT) là công việc tìm kiếm tư liệu từ thực tế thông qua các bước quan sát, cảm nhận, ghi chép, quay phim, chụp hình, phỏng vấn, ... để chuẩn bị cho BST mới: Phom dáng – Màu sắc – Chất liệu – Chi tiết và Thị hiếu tiêu dùng ở thời điểm hiện tại và trong tương lai gần. Bước này đóng vai trò định hướng cho toàn bộ các bước còn lại.

* **Sản xuất Sợi và nhuộm [2]**. Bộ phận này đóng vai trò rất quan trọng cho việc khởi động một mùa thời trang mới. Những nghiên cứu từ bộ phận NCTT được xử lý sau đó chuyển tới hai bộ phận song song (**BP sản xuất hàng Dệt kim, đan [3,4,5]** và **sản xuất hàng Dệt thoi [6,7,8]**) cùng tham gia vào quá trình sản xuất, là nguồn cung ứng đầu mối vải - sợi cho thị trường mùa tới.

* **Trung bày mẫu [3]**. Những mẫu Sợi và mẫu Nhuộm sau khi sản xuất sẽ được trưng bày tại một số Showroom trước các nhà sản xuất quần áo lớn – các Designer - các bộ phận khác và các đại lý lớn để cùng đánh giá, lựa chọn sản phẩm khả thi nhất.

* **Các Designer (bộ phận thiết kế mẫu) [4]**. Song hành cùng hội trợ triển lãm, các Designer lấy cảm hứng và bắt tay vào xây dựng kế hoạch thiết kế BST mẫu hàng dệt kim, đan cho mùa tới.

* **Thiết kế sản xuất mẫu Quần áo đan, hàng Dệt kim ...[5]**. Do đặc thù riêng của sản xuất, bộ phận này chỉ TK & SX một mặt hàng duy nhất là hàng dệt kim – đan dựa trên những bước ghiên cứu ban đầu. Do đặc thù của sản phẩm dệt kim, các công đoạn cũng như các bước thực hiện ít hơn và đơn giản hơn rất nhiều so với hàng dệt thoi.

* **Xưởng Dệt vải & In ấn [6]**. Công đoạn hoàn tất vải chuyển sang thiết kế mẫu và may mẫu. Nhằm đa dạng hóa mẫu mã và sản phẩm may mặc hàng dệt thoi được chia làm một số công đoạn sau:

- Thiết kế vải dệt thô và dệt vải hoàn tất (có hoa văn sẵn) vd : Vải caro, sọc, vân nổi ...
- Thiết kế vải in hoàn tất (hoa văn in– họa tiết) vd : hoa lá, cây cỏ, chim, thú ...

* **Trung bày mẫu vải [7]**. Vải mẫu sau khi sản xuất sẽ được trưng bày tại một Showroom trước các nhà sản xuất quần áo lớn - các bộ phận khác, các Designer và các đại lý lớn để cùng đánh giá, lựa chọn mẫu vải có tính khả thi cao.

* **Các Designer [8]**. Sau khi vải mẫu được thu thập qua các cuộc trưng bày ở các hội chợ và các cửa hàng bán vải đã mang lại nguồn cảm hứng sáng tác cho các Designer bắt tay vào thiết kế BST hàng dệt thoi.

* **Cắt mẫu [9]**. Khâu cuối cùng trong giai đoạn chuẩn bị mẫu hàng dệt thoi trước khi đưa vào sản xuất hàng loạt. Công đoạn cắt mẫu thử được chỉnh sửa tới lần thứ 5, nếu không khả thi, mẫu thiết kế đó sẽ được loại bỏ.

* **Tổng hợp các BST [10]**. Các BST mẫu sản phẩm từ hai bộ phận sản xuất hàng dệt kim và bộ phận sản xuất hàng dệt thoi được gom lại để chuẩn bị trình diễn (Fashion shows) trước một hội đồng kiểm duyệt mẫu.

* **Trình diễn các BST [11]**. Các BST sẽ lần lượt được trình diễn trước một hội đồng kiểm duyệt mẫu, thành phần tham dự là các vị trí của các phòng ban, đại diện của các nhà

buôn lớn và các cửa hàng bán lẻ. Mục đích là lấy ý kiến đánh giá mức độ khả thi của các dòng sản phẩm mới trước khi đưa ra thị trường nhằm mang lại hiệu quả kinh tế cao nhất.

* ***Phân tích trước bán hàng [12]***. Đây là một kênh thông tin rất quan trọng giúp cho các đơn vị sản xuất, các Designer dễ dàng nắm bắt được nhu cầu của thị trường, để từ đó đưa ra các dòng sản phẩm tối ưu nhất và thu hút khách hàng nhất bằng tính mới lạ, chất lượng, ...

* ***Bộ phận thu mua vải [13]***. Đây là bộ phận cùng lúc được chi phối bởi bộ phận *phân tích trước bán hàng* và các Designer để đảm bảo vòng quay sẽ không bị gián đoạn do thiếu nguyên phụ liệu. Ba bộ phận này thường xuyên tác động qua lại lẫn nhau, hỗ trợ cho nhau trong toàn bộ quá trình chuẩn bị mẫu trước khi đưa vào sản xuất hàng loạt.

* ***Phân loại mẫu [14]***. Phân loại mẫu là bước kiểm định cuối cùng trước khi đưa vào sản xuất dựa theo kết quả nghiên cứu của bộ phận bán hàng.

* ***Quản lý chất lượng và sản xuất quần áo [15]***. Khâu cuối cùng trong chu trình sản xuất quần áo, bộ phận này thu nhận tất cả thông tin từ các phòng ban để tiến hành tổ chức sản xuất hàng loạt. Bộ phận QLCL & SXQA chịu toàn bộ trách nhiệm về chất lượng của quần áo trước khi tung ra thị trường.

* ***Đóng gói - Phân phối - vận chuyển [16]***. Yếu tố mang lại thành công cho một hay nhiều dòng sản phẩm là đảm bảo chất lượng, đóng gói hiệu quả và phương thức vận chuyển nhanh gọn ... Và, đặc biệt trong sản xuất – kinh doanh thời trang là tung hàng ra thị trường đúng thời điểm sẽ mang lại hiệu quả kinh tế cao.

* ***Các đại lý và cửa hàng bán lẻ [17]***. Là các kênh phân phối hàng hóa hiệu quả, nhanh chóng. Đồng thời cũng là nơi thu nhận thông tin hiệu quả nhất, nhanh nhất để chuẩn bị cho một vòng quay thời trang tiếp theo.

* ***Khác hàng [18]***. Một nhà thiết kế giỏi phải bán được nhiều sản phẩm, một nhà kinh doanh giỏi là thỏa mãn được nhu cầu của khách hàng “yếu tố quyết định mang lại thành công cho các nhà KD thời trang”, ngoài ra đây cũng là một mắt xích không thể thiếu trong vòng quay.

* ***Phân tích sau bán hàng [19]***. Bộ phận này khác với phân tích trước bán hàng ở giữa vòng quay. Đây là bộ phận phân tích sau bán hàng để tìm giải pháp cho mùa sắp tới, mục tiêu nghiên cứu chính là đối tượng khách hàng, cùng với những biến động của thị trường thời trang thời điểm hiện tại để cung cấp cho bộ phận nghiên cứu thị trường.

Câu 4. (1đ). Sản phẩm thời trang trong vòng quay về giá đi từ thấp đến cao hay từ cao đến thấp? phân tích ngắn gọn.

Đáp án:

- Sản phẩm thời trang trong vòng quay về giá đi từ giá trị cao nhất tới giá trị thấp nhất theo quy luật chung của thị trường.
- Trong vòng quay về giá sản phẩm thời trang mang một giá trị đôi khi không thể tính bằng công thức 1: **giá vật liệu + giá nhân công + giá hao mòn máy móc + giá chi phí quảng cáo và không gian trưng bày, ...** \implies **giá bán** như những sản phẩm thông thường. Giá của sản phẩm đầu tiên trong vòng quay về giá được tính theo công thức 2: **sự sáng tạo (độc quyền – cái đầu tiên – mang tính định hướng) + thương hiệu + sự yêu thích + uy tín** \implies **giá bán.**
- Thông qua phân tích trên ta thấy, giá của sản phẩm thời trang trong vòng quay về giá luôn luôn đi từ giá trị cao nhất cho tới giá trị thấp nhất. Ngoài ra còn phải kể tới một yếu tố quan trọng để vận hành vòng quay về giá luôn giữ sự ổn định đó là **“thời trang luôn mang tính chu kỳ - những sản phẩm khởi động chu kỳ mới luôn là sản phẩm mang tính định hướng cho sự phát triển tiếp theo – sản phẩm mang tính chất mới lạ - khách hàng là những người đi tiên phong về một – sự phổ biến bắt đầu khi những người chạy theo một ngày một nhiều - giá sản phẩm dần xuống dốc – hàng không bán được do sự yêu thích không còn – khởi động một vòng quay về giá mới”**.

Cán bộ giảng dạy

Bộ Môn Dệt – May

Vũ Hồng Đức