

مطالعه موردی ترویج کت زنانه در بازار هندوستان^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۲۱ / تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۲۵

گروه نویسندگان^۲

مترجم: ساره سیّاحی^۳

دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران.

چکیده:

کت در بین خانم‌های هندی از محبوبیت کمتری برخوردار است و هدف اصلی این مطالعه موردی، تولید و طراحی کت‌های مناسب و راحت برای استفاده در انواع موقعیت‌ها است. داده‌ها در مرحله پیش طراحی و پس از تولید در قالب بازخورد از زنان گروه سنی خاص ساکن در کلان شهرها جمع‌آوری شد. بر اساس بازخورد به دست‌آمده، بررسی بازار و پیش‌بینی آینده، کت‌ها برای مصارف نهایی مختلف طراحی و تولید شدند. زنان هندی مشتاقانه خواستار این هستند که ظاهری جدید با نگاهی سنتی داشته باشند.

این خواسته را می‌توان با کت‌هایی که از لحاظ سبک (استایل) و ظاهر مناسب هستند، برآورده کرد. در این مقاله، کت‌های چند منظوره و قابل پوشش برای همه نوع مشتریان مانند ماجراجو، مد روز و سنتی طراحی شده‌اند. لباس‌های طراحی شده به خوبی توسط افراد هدف شناسایی شدند و دایره مشتری هدف را می‌توان گسترش داد. همچنین با افزایش تعداد طرح‌ها در یک مجموعه می‌توان گزینه‌های گسترده‌تری برای انتخاب ایجاد کرد. این مطالعه اطلاعات مفیدی را برای درک ذهنیت زنان هندی ارائه می‌دهد و در راه‌اندازی کت زنانه نوآورانه و پیش بردن سلیقه زنان هندی کاربردی است. این پژوهش سعی دارد با درک نیاز مشتریان، کت را به عنوان یک لباس پذیرفته شده در جامعه با سبک‌های (استایل) مختلف معرفی کند.

کلمات کلیدی: کت زنانه، توسعه طراحی، بسته فنی، توسعه محصول، کت چند منظوره، سبک‌های کت، بازخورد مشتری.

¹ Case Study on Augmentation of Women's Jacket for the Indian Market, 2018, 435-444.

² Authors: Priyalatha S . Sanjula A . Sneha Jennifer P .Susmitha R . Swetha R.

³ Email: sareh.sayahi@gmail.com

تحلیل مقاله:

در ذیل مقاله‌ای با عنوان "مطالعه موردی ترویج کت زنانه در بازار هندوستان" مورد بررسی و ترجمه قرار گرفته است که این مقاله می‌تواند الگوی مناسبی برای تحقیقات پیش از تولید انبوه باشد. در واقع، واحدهای پژوهش و توسعه در کارخانه‌ها مسئولیت این چینی دارند که بتوانند با تحقیقات علمی به توسعه تولید و اقتصاد برند کمک کنند. این امر در صنف و صنعت پوشاک ایران کاملاً مغفول مانده که بررسی اینگونه مقالات لاتین قطعاً می‌تواند راهگشا باشد و به عنوان نمونه از اینگونه پژوهش‌ها استفاده کرد.

نقاط قوت مقاله در تحلیل تولید پوشاک:

۱. شناسایی دقیق گروه مخاطب هدف و تقسیم‌بندی آنان به نسل Y و Z که این امر سبب می‌شود تا طراحی محصول دقیقاً بر اساس نیازها و سلیقه‌های آن سن انجام پذیرد.
۲. در طراحی و تحلیل محصولات بر این امر تأکید داشتند که شخصیت، سن، درآمد، وضعیت تأهل و تحصیلات زنان هندی بر میزان مشارکت آنان در مد تأثیرگذار است.
۳. در ابتدا بازار و سلیقه‌ها را تحلیل شده و سپس روندها (ترندهای) آینده مورد بررسی قرار داده شد.
۴. پنج کت با توجه به نیازهای مختلف از جمله نیاز زنان شاغل، مادران شیرده، به صرفه بودن لباس از لحاظ اقتصادی و... طراحی شده است.
۵. قبل از تولید انبوه کت‌ها، از ۳۰۰ نفر نظرخواهی می‌شود و با توجه به نظریات آن‌ها، در خصوص تولید محصول نهایی تصمیم‌گیری می‌کنند. از این طریق به اطمینان می‌رسند که کالای تولید شده در سطح انبوه می‌تواند از چه میزان استقبال در بازار برخوردار شود.
۶. توضیحات راجع به هر کت جامع بود و تصاویر تکنیکال شیت‌ها نیز گذاشته شده تا مخاطب بتواند دقیق‌تر با طراحی‌ها آشنا شود.
۷. اینگونه تحقیقات باعث می‌شود تولیدات یک کارخانه هدفمند باشد و از هدر رفتن انرژی، منسوجات، نیروی انسانی، پول و... جلوگیری کنند.

در ادامه این پژوهش، ترجمه مقاله مذکور نوشته شده است.

موضوعات اصلی در بازاریابی مد با هدایت توزیع برخی از فروشگاه‌های بزرگ در مراکز شهری معمولاً نزدیک به جایی که افراد و مشاغل کاری می‌توانند صرفه‌جویی چشمگیری در هزینه‌ها انجام دهند، مطالعه می‌شوند. مصرف محصولات لوکس توسط گروه‌های نسل Y بر اساس دیدگاه‌های زیر مورد مطالعه قرار می‌گیرد: تأثیر آگاهی برند بر رفتارهای مصرف، بر حسب انگیزه‌های مصرف، تأثیر ویژگی‌های شخصیتی مرتبط با خود بر آگاهی برند، قصد خرید و وفاداری به برند. اقدامات انسانی و موضوعات پیچیده اجتماعی-اقتصادی را در فرآیند توسعه محصول جدید ادغام شده تا طراحی آن را با بازارهای رقابتی مختلف تطبیق دهد. مراحل اصلی به شرح زیر است، انتخاب نوع محصول، طراحی محصول و مهندسی جزئیات، توسعه و ارزیابی محصول و فرآیند، تولید محصول و بازار.

همچنین شخصیت، سن، درآمد، وضعیت تأهل و تحصیلات زنان هندی بر پیش‌بینی مشارکت آنان در مد متمرکز است. این موارد برای تولیدکنندگان و برندهای پوشاک بین‌المللی و ملی در برنامه‌ریزی، برندسازی و استراتژی‌های بازاریابی جهت ترویج مد در میان زنان هندی مفید است.

استفاده از دانش مد بر اعتماد مصرف‌کننده در تصمیم‌گیری‌های خرید پوشاک او تأثیرگذار است. این رویکرد سطح تئوری و عملی رفتار مصرف‌کننده مرتبط با مد را افزایش می‌دهد. درک عملی ویژگی‌های مصرف‌کننده و انگیزه آن‌ها برای تصمیم‌گیری خرید برای مد روز می‌تواند به خرده‌فروشان در توسعه استراتژی‌های بازاریابی برای عملکرد مؤثرتر در بازار کمک کند. جنسیت و میل به خرید مصرف‌کننده، محرک‌های مهمی در ارتباط آن‌ها با مد است. ارتباط مد با افراد تحت تأثیر جنسیت، سن و درجه اکتساب مصرف‌کننده است.

تجزیه و تحلیل قبل از طراحی

پیش طراحی مرحله‌ای از تحلیل است که قبل از شروع طراحی واقعی انجام می‌شود. در طول این مرحله پیش طراحی، مطالعات تحلیل در خصوص سبک (استایل)، روند (ترند) فعلی و تمایلات مصرف‌کننده در جامعه انجام می‌گردد.

گفته می‌شود که کت‌ها در ابتدای دوره قرون وسطی یا اوایل رنسانس به‌عنوان جیرکین^۴ تولید می‌شدند. در اوایل قرن هجدهم، کت برای کسانی که در کشاورزی و خدمتکاران در محیط‌های شهری کار می‌کردند، تبدیل به یک لباس کار استاندارد شد. کت‌هایی با برش‌های به اصطلاح کمرگُستی با برش‌های راسته در جلوی لباس و جیب‌های کمری در دهه ۱۸۳۰ و کت‌های دو ردیف دکمه در سال ۱۸۶۲ رایج بود. در پایان قرن نوزدهم اعتقاد بر این بود که سه ردیف دکمه مد روز هستند. در مهمانی‌های شام کت‌هایی با یقه‌های ابریشمی می‌پوشیدند. همچنین کت‌های پشمی سبک کژوال هنوز هم پوشیده می‌شوند. در اوایل قرن بیستم، کت‌ها فقط مختص مراسم‌های رسمی نبود، بلکه شامل کت‌های کژوال، بلیزر^۵، بامبر^۶ و غیره نیز می‌شدند. از مفاهیم زیر می‌توان به این نتیجه رسید که سن مصرف‌کننده، جنسیت، سبک زندگی، شغل، شرایط اقتصادی از جمله عواملی هستند که بر مد تأثیر می‌گذارند. بر اساس این عوامل مشتریان هدف می‌توانند شناسایی شوند و طرح‌ها را بر اساس سلیقه آنان طراحی گردد. در این مقاله تأکید بر زنان متعلق به نسل Y (۱۹۹۵-۱۹۷۷) و نسل Z (از ۱۹۹۶ به بعد) است.

این جمله برای کسانی که کت‌های غیررسمی شیک دارند، مناسب است: «مثل یک رئیس بپوش، بدون آنکه مثل او خرج کنی». این کت‌های غیررسمی با قیمتی مقرون به صرفه عرضه می‌شوند و هدفشان این است که حداکثر راحتی را برای پوشیدن فراهم کنند. کت‌های کژوال برای چندین موقعیت مناسب هستند و می‌توانند به عنوان لباس‌های روزمره نیز استفاده شوند.

با قابلیت توسعه و مفهوم استراتژی توسعه می‌توان محصول جدیدی را توسعه داد. آن‌ها عمدتاً بر فرآیند مهندسی که در پس محصولات جدید نهفته است، از جمله بازاریابی، تولید، نقش مدیریت ارشد در هدایت و رهبری تلاش‌ها تمرکز دارند.

چهار نوع مشارکت عبارتند از: مشارکت در مصرف، مشارکت تبلیغاتی، مشارکت تصمیم خرید و مشارکت در محصول.

^۴ Bomber jackets بامبر نوعی کت کژوال است که آستین‌ها و کمر آن کش دارد.

^۴ Jerkin کت کوتاه و بسته مردانه است که معمولاً از چرم رنگ روشن و اغلب بدون آستین تولید می‌شد.

^۵ Blazer، بلیزر شیک‌تر از کت کژوال است و از نظر رسمی بودن، ما بین کت‌های کژوال و کت‌های رسمی قرار دارد.

پیش طرح‌ها، تکنیکال شیت‌ها با اطلاعات دقیق توسط نرم‌افزار ایلاستریتور طراحی شد (شکل ۱ و ۲).

بر اساس تکنیکال شیت‌ها، الگوها با اندازه‌گیری‌های دقیق به صورت جداگانه ترسیم شدند. سپس با استفاده از نرم‌افزار مخصوص، نحوه چینش الگوها روی پارچه مشخص گردید. پس از برش، عملیات دوخت کامل همراه با اکسسوری‌ها (لوازم جانبی) مانند زیپ و دکمه انجام شد (شکل ۱ تا ۳).

کت زنانه طراحی شده

توضیحات طرح شماره ۱:

طرح ۱: این کت به صورت جلو باز همراه با آسترکشی رنگ متضاد طراحی شده است. بریدگی‌های مثلی شکل در یقه جلوه‌ای متفاوت به یقه می‌دهد. جیب‌های فیلتایی در جلوی لباس کار شده و تنها با یک دکمه بسته می‌شود. این تک دکمه بودن مناسب زنان شاغل در کلان‌شهرها است تا اول صبح بتوانند سریع‌تر حاضر شوند. سر آستین‌ها هم با دکمه تزئین شده است (شکل ۱ تا ۳).

توضیحات طرح شماره ۲: این کت بلندتر و آزادتر از مدل‌های دیگر تولید شده و همچنین جلوی لباس و سرآستین‌ها هر کدام با یک دکمه بسته می‌شوند (شکل ۴ و ۵).

کت طرح شماره ۲: آستین‌دار است و با دکمه‌هایی برای اهداف تزئینی و یک دکمه برای بسته شدن در جلو طراحی شده است. این کت را می‌توان به عنوان لباس رسمی مناسب با روند فعلی استفاده کرد. انتخاب متریال مناسب به این کت ظاهر گشاد کاملی می‌دهد. رنگ سرمه‌ای کار به این دلیل انتخاب شده تا ظاهری حرفه‌ای به پوشنده دهد. این کت عمدتاً برای زنان لاغر طراحی شده تا جلوه‌ای پرت‌تر از لحاظ اندامی داشته باشند. همچنین این لباس به خاطر آزاد بودن در تن، قابل انتقاد نیست و احساس امنیت را به پوشنده انتقال می‌دهد. این کت را می‌توان با دامن‌های کوتاه، تی‌شرت‌های تنگ، شلوار جین و تاپ ست کرد و همچنین از سنجاق‌ها به عنوان تزئین روی یقه بهره برد (شکل ۶).

توضیحات طرح شماره ۳: این کت زمستانی دارای یقه بلند و با تعدادی دکمه کاربردی و تزئینی در جلو طراحی شده است.

تحلیل بازار

این تحلیل برای نظارت بر روند بازار و درک طرح‌ها، سبک‌ها و رنگ‌های دقیق مورد استفاده در کت‌ها و کت و شلووارهای زنانه انجام شده است. برخی از ویژگی‌های منحصر به فرد موجود در بازار عبارتند از: کت‌های تجزیه‌پذیر، کت‌های چرمی دوزی، کت‌های خزدار، کت‌های سگ‌دار و غیره. برندها سبک‌های مختلفی مانند کت دو ردیف دکمه، کت‌های جین و غیره را برای تطبیق روند آینده در بازار ارائه می‌دهند. این کت‌ها عمدتاً توسط مصرف‌کنندگان با سطح بالا، افراد شیک‌پوش، افراد مشهور و زنان تجاری درجه یک ترجیح داده می‌شوند. بنابراین، طرح پنج کت مختلف با استایل‌های مختلف از جمله لباس کژوال، لباس رسمی و کت چرمی مدل بایکر^۷ برای فصل پاییز و زمستان ۲۰۱۸ طراحی شده است.

پیش‌بینی

پیش‌بینی برای فصل پاییز و زمستان ۲۰۱۸ انجام شده است. کت زنانه برای فصل مورد نظر به پارچه‌ای ضخیم نیاز دارد که بتواند دمای طبیعی بدن را حفظ کند. پارچه‌های پیش‌بینی شده عبارتند از پشم، پارچه توتید، پنبه، ساتن، پارچه مصنوعی (نایلون، پلی‌استر، مخمل، مخمل کبریتی، چرم و پارچه جین). بنابراین، پارچه‌های ترجیح داده شده برای کاپشن زنانه، پارچه‌های لیکرا با کشسانی خوب هستند. رنگ‌های پیش‌بینی شده برای پاییز و زمستان ۲۰۱۸ رنگ‌های تیره مانند آبی، قهوه‌ای، مشکی، سبز زیتونی، آبی دریایی، بژ، خاکستری و خاکستری ملانژ است. محدوده قیمت کت‌های موجود در بازار از ۱۹۹۹ تا ۸۹۹۹ روپیه (RS) و بالاتر است.

طراحی

بر اساس مطالعه بازار و پیش‌بینی انجام شده، ۵ کت زنانه طراحی شد. فاکتورهای مهمی که در طراحی لباس باید در نظر گرفته شود، راحتی پوشنده، ظاهر، مناسب بودن برای مشتریان هدف و قیمت است.

در ابتدا پیش طرح‌ها یا اسکیس که شامل برخی از اطلاعات جزئی مانند نوع آستین، یقه و غیره آماده شد. طرح‌های حاوی این اطلاعات در ادامه برای تأیید ارسال می‌شوند. پس از تأیید

⁷ biker

طول بازرسی، لباس‌های معیوب مهم رد می‌شوند، در حالی که لباس‌های معیوب جزئی برای اصلاح فرستاده می‌شوند.

ارزیابی محصول نهایی: بازرسی‌های مختلف در بین هر مرحله یا قبل از اقدام به فرآیند بعدی انجام می‌شود. بازرسی برای اطمینان از کیفیت محصول و اجتناب از قطعات معیوب و در نتیجه کاهش محصولات ضایعاتی صورت می‌پذیرد.

کتهای توسعه‌یافته برای کاربران نهایی جهت دریافت بازخورد آن‌ها برده شد. این بازخوردها برای تعیین طراحی، کیفیت، راحتی، تناسب و قیمت کت‌ها با انتظارات مشتری به دست می‌آید. بازخورد هر دو از طریق تعامل شخصی و آنلاین به دست آمد. پرسشنامه‌های بازخورد شامل ۱۰ سؤال تهیه شد. کیفیت، راحتی، تناسب و طراحی کت‌ها با پوشیدن شخصی آن‌ها قضاوت شد. اطلاعات جمع‌آوری شده از بازخوردها در درک نیازها و انتظارات مشتریان مفید بود. فرم‌های بازخورد (پرسشنامه) توسط ۳۰۰ عضو پر شده است. بازخوردها در دو نمودار زیر تحلیل شده است.

از نمودار کیفیت این نتیجه حاصل می‌شود که تزیینات، کیفیت محصول و انتخاب رنگ بسیار خوب بوده است. همچنین مشتریان انتظار رنگ‌های متفاوت با سایه روشن را دارند تا انتخاب‌های بیشتری برای آن‌ها فراهم شود. از آنجایی که رنگ انتخاب از فردی به فرد دیگر بر اساس سلیقه آن‌ها متفاوت است، کسب امتیاز ۳.۳۶ نتیجه عادلانه‌ای در نظر گرفته می‌شود (شکل ۱۶).

از نمودار طراحی، نتیجه‌گیری می‌شود که انتظارات مشتری در مورد طراحی محصول، انتخاب تزیینات و سبک برآورده شده است و به نظر می‌رسد مشتریان به شدت جذب طراحی محصول شده‌اند. از آنجایی که روند فعلی و انتظار ۴/۳ مشتریان برآورده شده است، می‌توان این طرح‌ها و ایده‌های کت زنانه را در فصول آینده برای تولید عمده عرضه کرد (شکل ۱۷).

حاصل کار: بنابراین، در این مطالعه موردی، پنج کت زنانه مختلف طراحی، تولید و نظرات مشتریان برای بهبود ویژگی‌های طراحی دریافت شد. رتبه‌بندی‌های به‌دست‌آمده از بازخورد مشتری در نمودار میله‌ای در بالا، برای درک بهتر خوانندگان نشان داده شده است. کت‌ها بیشتر بر اساس شرایط آب و هوایی، سبک، راحتی و طراحی مناسب برای جلب رضایت مشتری تولید

دارای یک کش در پشت لباس که سبب شده برای سایزهای مختلف اندازه شود. این ژاکت به عنوان یک لباس کاربردی، ترجیحاً در فصل زمستان استفاده می‌شود. یک کلاه قابل جدا شدن روی آن تعبیه شده که برای رفتن به مکان‌های سرد مناسب است. تعدادی جیب داخلی و خارجی نیز برای قرار دادن وسایل کاربردی مانند تلفن همراه، آی‌پد، عینک آفتابی، هدفون طراحی شده است. این کت را می‌توان با شلوار جین، شلوار چرمی، بوت، روسری پشمی، دستکش و گوش‌بند ست کرد (شکل ۱۲-۱۵).

توضیحات طرح شماره ۴: این کت زیبایی شبیه کت‌های بایکر است. دارای دهانه نامتقارن در جلو که برای بسته شدن از زیپ فلزی استفاده می‌شود. دارای یک جیب مورب تکی در جلو و جیب در قسمت‌های داخلی برای حمل وسایل دستی تعبیه شده است. همچنین آستین‌ها دارای زیپ برای بستن هستند. این یک کت چند منظوره است. در قسمت پشتی برای حمل لپ‌تاپ پیش‌بینی شده است. طراحی آن به گونه‌ای است که مادران شیرده از شیر دادن به فرزندان خود احساس راحتی کنند. دارای درزی در آستین است که انگشت شصت از آن بیرون بیاید و مانند دستکش استفاده شود تا در حین رانندگی چسبندگی مناسبی داشته باشد. این کت برای کسانی طراحی شده است که توانایی خرید کت بایکر چرمی را ندارند. پارچه‌های ضخیم و رنگ تیره به دلخواه مشتریان برای این سبک انتخاب می‌شوند. این را می‌توان با شلوار جین، شلوارک و غیره ست کرد.

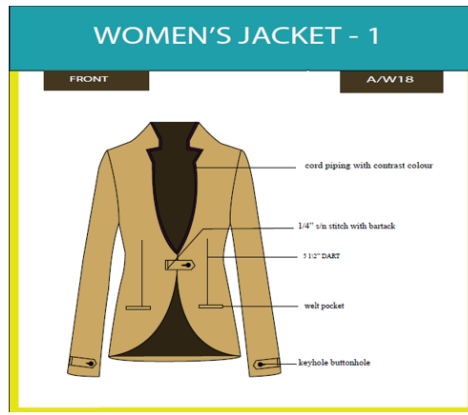
توضیحات طرح شماره ۵: این کت کراپ (نیم‌تنه) دارای سرآستین پفی است. جلوی آن به صورت بازتر و با کمی هم-پوشانی طراحی شده است. برای بسته شدن از یک دکمه استفاده می‌شود. این کت را می‌توان با دامن، شلوار جین، جگینگ، شلوارک و شلوار راسته ست کرد. این کت با وجود اندامی ایده‌آل برای همه سلیقه‌ها مناسب است (تصویر ۲۰).

کارهای پس از طراحی: فرآیند تولید شامل برش، شماره‌گذاری، بسته‌بندی، دوخت، پرس و تکمیل است. پارچه‌ها پس از برش، شماره‌گذاری و بسته‌بندی می‌شوند. این بسته‌ها به بخش خیاطی ارسال می‌شوند، سپس کت برای پرس و سپس بسته‌بندی به بخش تکمیل ارسال می‌گردد. مراحل مختلف بازرسی عبارتند: از بازرسی در فرآیند و بازرسی کل لباس. در

شده‌اند. بیشتر زنان شاغل در کلان شهرها نسبت به مردم عادی دنبال لباس‌هایی با هزینه مقرون به صرفه هستند.

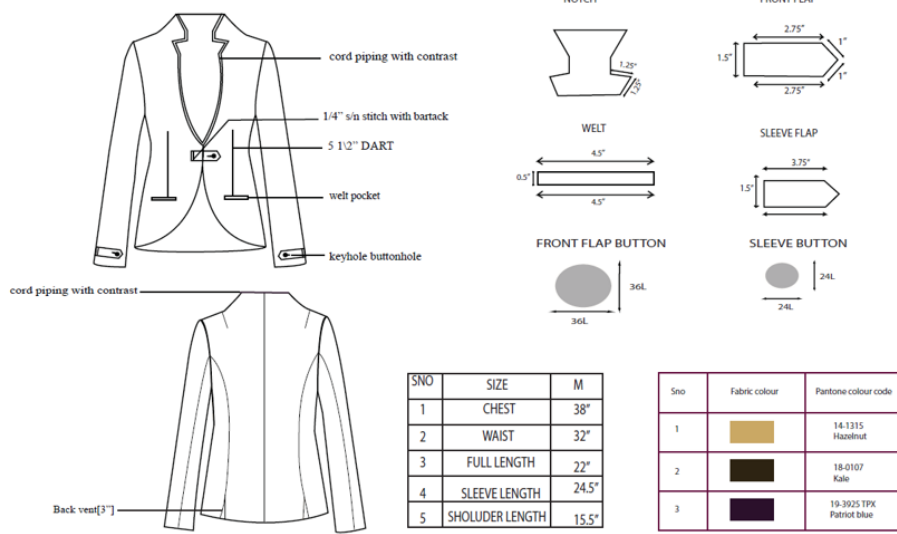
نتیجه جمع‌آوری شده از بازخورد مشتریان نشان می‌دهد که کمترین امتیازی که مشتری داده، خوب است و از این رو اجراء بیشتر محصول در آینده منجر به موفقیت خواهد شد.

نتیجه‌گیری: بحث بالا دیدگاه دقیقی را در مورد توسعه محصول از طراحی تا پایان تولید کت زنانه را ارائه می‌دهد. این کار با شناسایی فرصت‌های موجود در بازار آغاز می‌شود. مرحله بعد غربالگری ایده‌ها، ارزیابی ایده‌های موجود و سپس توسعه محصول است. این به ما در درک گردش کار در به دست آوردن یک محصول نهایی کمک می‌کند. توسعه محصول بسیار مهم است زیرا کیفیت، تناسب مناسب، ظاهر شیک و جذاب را تضمین می‌کند و سرعت آن را برای جلب رضایت مصرف‌کننده افزایش می‌دهد. روند فعلی همراه با راحتی افراد در هنگام پوشیدن کت باید به عنوان هدف اصلی در نظر گرفته شود. طراحی، مرحله اولیه برای توسعه یک محصول است. از این رو نیاز به توجه بیش از حد و کار هوشمندانه دارد. با این حال، هنگام طراحی محصول، باید ویژگی‌های منحصر به فرد توسعه محصول را در نظر داشت و باید نیازهای مشتریان را برآورده کرد. این مقاله هر یک از فرآیندهای طراحی و توسعه محصول را توضیح می‌دهد. و از این رو طراحان آینده را برای تولید یک محصول موفق راهنمایی می‌کند.



شکل ۲: نمای رو به روی کت زنانه طرح ۱

شکل ۱: کت زنانه طرح ۱



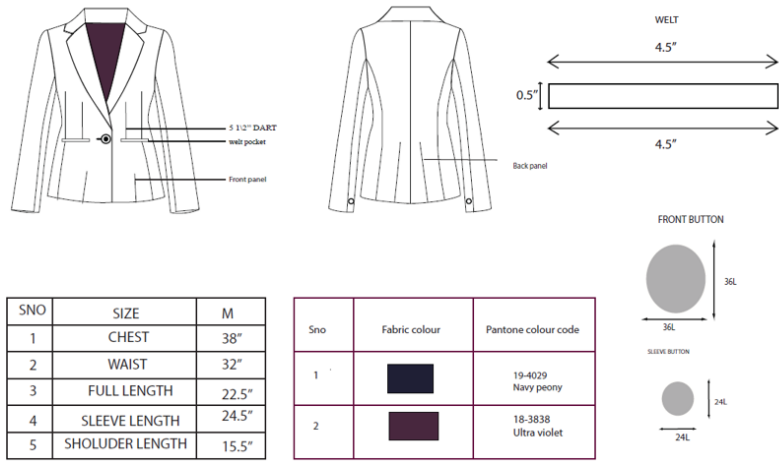
شکل ۳: تکنیکال شیت کت زنانه طرح ۱



شکل ۵: جلو و پشت کت زنانه طرح ۲



شکل ۴: کت زنانه طرح ۲



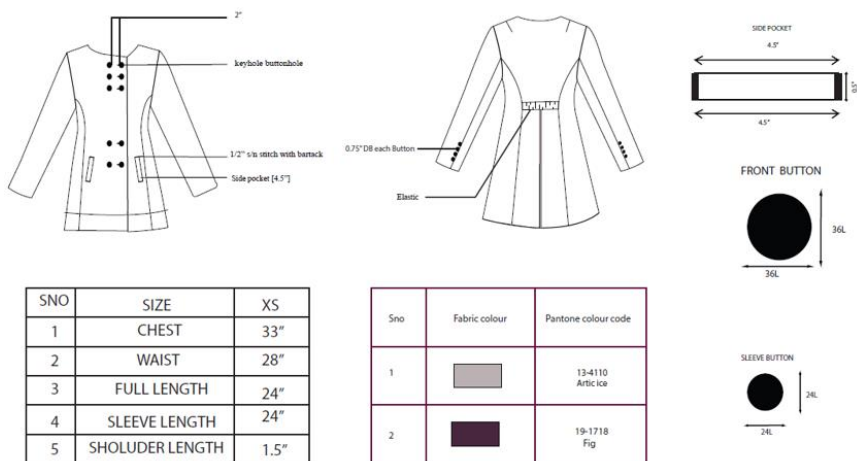
شکل ۶: تکنیکال شیت کت زنانه طرح



شکل ۸: جلویی کت زنانه طرح ۳



شکل ۷: کت زنانه طرح ۳

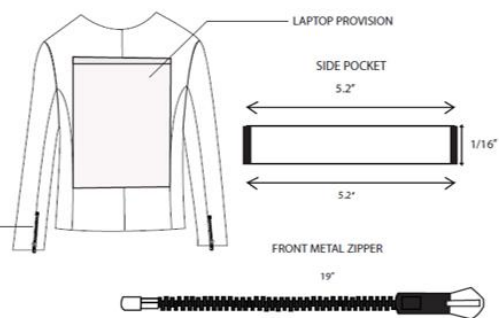
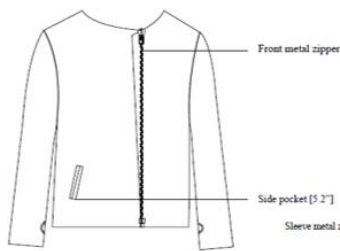


شکل ۹: تکنیکال شیت کت زنانه طرح ۳



شکل ۱۱: جلو کت زنانه طرح ۴

شکل ۱۰: کت زنانه طرح ۴

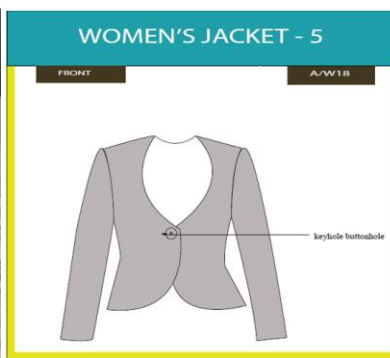


SNO	SIZE	S
1	CHEST	36"
2	WAIST	30"
3	FULL LENGTH	21"
4	SLEEVE LENGTH	23.5"
5	SHOLDER LENGTH	15"

Sno	Fabric colour	Pantone colour code
1		18-1112 Walnut
2		18-1619 Maroon

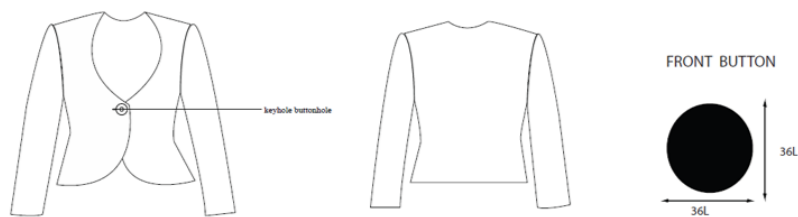


شکل ۱۲: تکنیکال شیت کت زنانه طرح ۴





شکل ۱۴: جلوی کت زنانه طرح ۵

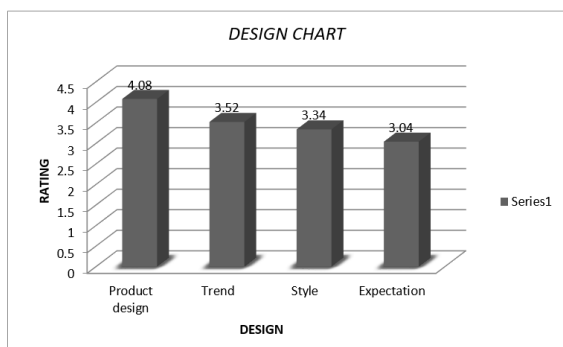
شکل ۱۳: کت زنانه طرح ۵



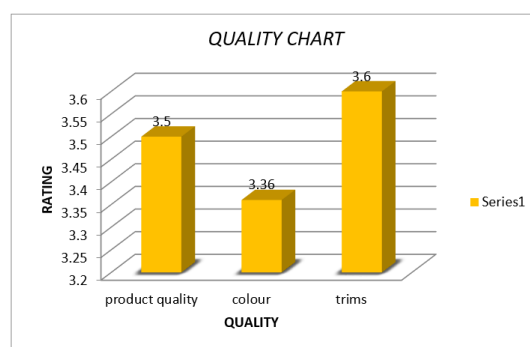
SNO	SIZE	M
1	CHEST	38"
2	WAIST	32"
3	FULL LENGTH	16"
4	SLEEVE LENGTH	24.5"
5	SHOLDER LENGTH	15.5"

Sno	Fabric colour	Pantone colour code
1		15-4702 Puritan grey
2		18-3518 TPX Patrician purple

شکل ۱۵: تکنیکال شیت کت زنانه طرح ۵



شکل ۱۷: نمودار طراحی



شکل ۱۶: نمودار کیفیت