
Jalkinemalliston ohjeistaminen valmistajalle

Ohjeita aloittelevalle jalkinealan design-yrittäjälle



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Muotoilun koulutusohjelma

Visamäki, kevät 2016

Elina Sekki

Visamäki
Muotoilun koulutusohjelma
Jalkineen suuntautumisvaihtoehto

Tekijä	Elina Sekki	Vuosi 2016
Työn nimi	Jalkinemalliston ohjeistaminen valmistajalle Ohjeita aloittelevalle jalkinealan design-yrittäjälle	

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön aiheena oli selvittää miten aloittelevan jalkinealan design-yrittäjän tulisi esitellä ja ohjeistaa ensimmäinen mallistonsa jalkineiden valmistajalle ja valmistavaan yritykseen yhteistyössä olevalle tuotantoagentille. Työn tavoitteena oli tarkastella mitkä ovat tärkeimmät jalkinemalliston esittämistä ja ohjeistamista koskevat asiat, joiden avulla aloitteleva jalkinealalla toimiva suunnittelija voisi esitellä ja ohjeistaa mallistonsa ymmärrettävästi alihankintayritykselle. Opinnäytetyön aihe on ajankohtainen, sillä moni jalkinealaa opiskeleva opiskelija haluaa valmistumisensa jälkeen toimia design-yrittäjänä.

Teemahaastattelun avulla hankittiin tietoa design-yrittäjyydestä, malliston ohjeistuksesta ja valmistuttamisprosessista alihankkijalla. Opinnäytetyön tekijä haastatteli opinnäytetyöhönsä kahta kokenutta jalkinealan design-yrittäjää sekä tuotantoagenttia. Portugalilaisen tuotantoagentin haastattelu toteutettiin sähköpostitse. Design-yrittäjien haastattelut toivat opinnäytetyöhön jalkinealan nuoren yrittäjän näkökulman. Tuotantoagentin haastattelu toi opinnäytetyön puolestaan tuotannon näkökulman. Opinnäytetyön tuloksena syntyi kuvallinen ja sanallinen ohjeistus, joka auttaa jalkinealan design-yrittäjäksi aikovaa suunnittelijaa ohjeistamaan mallistonsa alihankintaketjulle. Opinnäytetyön kulkua havainnollistetaan myös opinnäytetyön tekijän oman jalkinemallin avulla.

Avainsanat Malliston ohjeistaminen, alihankinta, design-yrittäjyys, teollinen jalkine-tuotanto, tuotantoagentti

Sivut 36 s. + liitteet 3 s

Visamäki
Degree Programme in Design
Footwear

Author Elina Sekki **Year** 2016

Subject of Bachelor's thesis Instructing manufacturers on footwear production processes
Guidelines for beginning footwear design entrepreneurs

ABSTRACT

The topic of the thesis was to research how a young design entrepreneur should present his or her first collection to a producer or producing agent and instruct them on the manufacturing process. The goal was to list the key elements which had to be taken into consideration when presenting the collection or giving instructions to the manufacturer. The process becomes necessary when a young entrepreneur starts the career as a shoe designer.

Theme interviews were conducted to obtain information about design entrepreneurship, model instructions, production sheets and manufacturing by subcontractor. The author interviewed two experienced footwear designers in person and a Portuguese production agent via e-mail. The interviews of the designers brought a fresh and youthful point of view for the thesis. In turn the interview with the agent offered a different, production-oriented perspective for the study. As a result of the thesis, clear instructions were made that help a young designer to present the collection to production agent or manufacturer and direct them on the production process.

Keywords Collection instructions, subcontracting, design, entrepreneurship, industrial footwear production, production agent

Pages 36 p. + appendices 3 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Aiheen valinta	1
1.2	Tavoitteet ja aiheen rajausta	2
1.3	Kysymysten asettelu ja tiedonhankinta	4
1.4	Viitekehys.....	5
1.5	Jalkinealan design-yrittäjyys	5
2	JALKINEMALLISTON TUOTANNOLLISTAMINEN.....	6
2.1	Jalkinemallisto.....	6
2.2	Teollinen tuotanto jalkinealalla.....	13
2.3	Tuotannon ohjeistaminen	14
3	TUOTTEIDEN SUUNNITTELU JA OHJEISTAMINEN	16
3.1	Jalkinealan yrittäjien haastattelut	16
3.1.1	Janne Lax, Saint Vacant	16
3.1.2	Terhi Pölkki, Terhi Pölkki Shoes	17
3.2	Tuotannon haastattelut	18
3.3	Haastattelujen yhteenveto	19
4	ESIMERKKI OMAN MALLINI OHJEISTAMISESTA.....	20
4.1	Kohderyhmä ja markkinasegmentti	20
4.2	Malliston sesongit	21
4.3	Malliston trendit	24
4.4	Malliston laajuus ja jalkinemallit	26
4.5	Materiaalit ja komponentit	27
4.6	Tuotannon dokumentit	29
4.7	Prototyyppi.....	31
4.8	Myyntikanavat ja maksut	32
4.9	Yleistietoa tuotantoagentin käyttämisestä.....	33
5	TULOKSET.....	34
6	POHDINTA.....	36
	LÄHTEET	37

Liitteet 1-2 Design-yrittäjien haastattelukysymykset
Liite 3 Tuotantoagentin haastattelukysymykset

1 JOHDANTO

1.1 Aiheen valinta

Valitsin opinnäytetyöni aiheeksi aiheen, joka käsittelee sitä miten aloittelevan jalkinealan yrittäjän tulisi esitellä ensimmäinen mallistonsa alihankintaketjulle tai tuotantoagentille. Työ keskittyy teolliseen valmistustapaan, ja tarkastelee aihetta jalkinealan design-yrittäjän näkökulmasta. Haastattelin työtä varten nuoria jalkinealan design-yrittäjiä, jotka valmistavat mallistonsa teollisesti ulkomailla. Erilaista näkökulmaa aiheeseen on haettu haastatteleamalla henkilöitä joilla joko on tai ei ole käytössään tuotantoagenttia. Tämän avulla opinnäytetyöhön saadaan molemmat näkökulmat tuotantoagentin palveluiden hyödyllisyydestä.

Jotta opinnäytetyöhön saataisiin mukaan myös teollinen näkökulma, haastattelin opinnäytetyöhön myös portugalilaista tuotantoagenttia. Tuotantoagentin teollisen tuotannon osaaminen tuo ainutlaatuisen näkökulman opinnäytetyöhön. Vain tuotannon keskipisteessä toimiva henkilö voi parhaiten kertoa, mitä nuorten jalkinealan design-yrittäjien tulisi ottaa huomioon ennen kuin lähestyvät alihankintaketjua. Tuotantoagentti pystyy osoittamaan asioita, joita suunnittelijan pitäisi ottaa huomioon mallistonsa suunnittelussa ja miten tehostaa tuotannon suunnittelua. Opinnäytetyöni kannalta oli tärkeää, että kaikki nämä jalkinealalla toimivat henkilöt jakoivat tietämyksensä jalkinemalliston suunnitteluun liittyvistä, erilaisista osa-alueista.

Teollisen tuotannon kohdemaaksi valitsin Portugalin, koska kaikki opinnäytetyössäni haastateltavat tahot olivat yhteydessä juuri tähän maahan. Valintani kohdistui Portugaliin myös siksi, koska haluaisin tulevaisuudessa tuottaa oman yritykseni jalkineet jossakin Etelä-Euroopan maassa. Opinnäytetyön kautta voin tarkastella olisiko Portugali hyvä vaihtoehto oman mallistoni tuottamiselle. Työssäni käytän esimerkkinä omaa jalkinemalliani, jonka avulla havainnollistan opinnäytetyössä läpikäytäviä aihealueita, jotka liittyvät malliston tuotannollistamiseen alihankintaketjua varten. Havainnollistamisen apuna käyttämäni jalkinemalli on suunniteltu Hämeen ammattikorkeakoulun, ”Mallistoprojekti”-nimiseen opintokokonaisuuteen, jonka kohokohtana järjestetään ”W16 Kajo”-niminen muotinäytös Helsingissä, jossa mallistot esitellään yleisölle. Näytöksessä esiteltävä mallistoni ei ole suunniteltu kaupalliseksi mallistoksi, vaan sen tarkoitus on pääasiallisesti esitellä taitojani ja tyyliäni tulevana jalkinemuotoilijana. Mallisto edustaa hyvin tyyliäni suunnittelijana, mutta on tyyliiltään enemmänkin taideteellinen kuin kaupallinen. Malliston muuntaminen teolliseksi ”ready-to-wear”-mallistoksi on asia, jonka suunnittelun haluan havainnollistaa yhdessä opinnäytetyöni tutkimuksen kanssa.

Opinnäytetyöni aihealueen valinta on tulosta Emil Aaltosen Muistorahaston (EAM) ”Kick-off”-tapaamisesta, joka järjestettiin 1.4.2016 Hämeen ammattikorkeakoulun jalkinekeskityksessä. Hämeen ammattikorkeakoulun muotoilun koulutuksen jalkineenprofiilin opettaja Merianne Nebo ja EAM ovat suunnitelleet yhteistyössä vuodesta 2015 alkaen jalkinealalle tulevien

nuorien yrittäjien liiketoiminnan tukemista. Liiketoimintamalleina ovat käsitteilyyrittäjyys ja alihankintatoimintaa hyödyntävä design-yrittäjyys. Design-yrittäjyydessä jalkineet useimmiten valmistetaan alihankintana joko Suomessa tai Euroopassa. Vaihtoehtoinen liiketoimintamuoto on kollektiivinen työpaja. Kollektiivisen työpajan aihealuetta selvittää tällä hetkellä jalkinemuotoilijaksi valmistuva Anna Laitila, omassa opinnäytetyössään. Yksi mahdollinen palvelumuoto työpajassa tulee olemaan design-yrittäjien mentorointi. Mentoroinnissa tuetaan jalkinealan asiantuntijoista koostuvan tiimin avulla esimerkiksi alihankintaprosessia ja sen toteuttamista.

EAM:n ”Kick off”-tilaisuudessa kuultiin jalkinealan opiskelijoiden mielenkiintoja siitä, mitkä asiat heitä askarruttavat jalkinealan yrittäjyydessä. Yhteistyötä tukemaan HAMKin jalkinealan lehtori Merianne Nebo valmisti ”Kick-off”-tapaamiseen selvityksen siitä, mitkä asiat askarruttavat jalkinealan yrittäjyydestä kiinnostuneita opiskelijoita. Selvitykseen kerättiin opiskelijoiden kysymykset, ja ne jaoteltiin erilaisiin teemoihin. Selvityksestä nousi esille voimakkaasti valmistuksen alihankinta. Opinnäytetyötäni varten kävin läpi tämän kysymyslistan, josta valitsin opinnäytetyöni aiheeseen sopivia kysymyksiä, hyödynsin niitä opinnäytetyöni teemahaastattelussa. (Nebo 2016.)

Opinnäytetyöni teemahaastatteluja varten sain myös arvokkaan kontaktin jalkinealan asiantuntija Ville Siipolalta, joka järjesti minulle yhteyden portugalilaiseen tuotantoagenttiin. Haastattelun avulla sain opinnäytetyöhöni konkreettista tietoa tuotantoagentin työnkuvasta ja työskentelystä tuotantoagentin kanssa.

1.2 Tavoitteet ja aiheen rajaus

Työn tavoitteena on saada tietoa siitä miten aloittelevan jalkinealan yrittäjän tulisi lähestyä tuotantoagenttia uuden mallistonsa kanssa, joka ei aikaisemmin ole ollut teollisessa tuotannossa. Työn tarkoituksena on ohjeistaa sitä, minkälaisia asioita suunnittelijan pitäisi olla valmis esittämään ja ohjeistamaan mallistostaan tuotantoagentille, jotta hän varmistaa tuotteidensa tuotantoon pääsemisen. Opinnäytetyössäni haluan selkeyttää malliston suunnitteluun ja esittämiseen liittyviä asioita. Tavoitteenani on ryhmitellä malliston suunnitteluun ja esittämiseen liittyvät asiat erilliseksi ryhmäksi, jotka avaan lukijalle pala kerrallaan. Tätä esitystapaa tukee myös opinnäytetyössäni käyttämät teemahaastattelut. Käytin haastattelutilanteessa teemahaastattelulle tyypillistä kysymysten teemoittamista, jotta haastatteluni etenisi selkeiden, ennalta määrättyjen aihe-alueiden sisällä (Hirsjärvi 2000, 66). Nämä käyttämäni teemat toistuvat haastattelujen yhteenvedossa, ja ne mallintuvat selkeästi ymmärrettäväksi kokonaisuudeksi, jota nuori jalkinealan yrittäjä voi käyttää työssään. Haastattelutulosten esittäminen tapahtuu pääasiallisesti kirjallisesti, seuraten ennalta valittuja teemoja, jotka muodostuivat teemahaastattelun kysymysten jäsentelyvaiheessa. Tulosten havainnollistamiseen käytän suunnittelemaani jalkinemallia, jonka olen valmistanut prototyyppiksi asti opintoihini kuuluvan Mallistoprojekti -nimisen kurssikonaisuuden aikana. Mallistoprojekti on osa ”W16 Kajo”-muotinäytöstä. Oman jalkinemallini avulla havainnollistan, miten uniikista muotinäytösjalkineesta suunnitellaan teollisesti tuotettava ”ready-to-wear”-jalkinemalli.

Mallistoprojektiin suunnittelemani, ”W16 Kajo”-muotinäytöksen jalkine-malli tulee muuttumaan merkittävästi teollista tuotantoa varten, sillä ”W16 Kajo”-malliston suunnittelussa en ottanut lainkaan huomioon teollisen tuotannon vaatimuksia. Malliston jalkinetyypit eivät myöskään ole sellaisia, joita haluaisin yrityksessäni valmistaa teollisesti. ”W16 Kajo”-mallistoni jalkineet ovat pääasiallisesti korkeakorkoisia, vaikka todellisuudessa haluaisin valmistaa yrityksessäni matalakorkoisia kävelykenkiä. Näin ollen ”W16 Kajo”-mallistoon suunnittelemani jalkinemallit edustavat lähinnä visuaalista tyyliäni suunnittelijana (Kuva 1). Teollisesti tuotettava mallisto tulee olemaan hyvin erilainen kuin lähtökohtanani käyttämä ”W16 Kajo”-jalkinemallisto (Kuva 2).



Kuva 1. W16 Kajo, jalkinemalliston inspiraatiokartta.



Kuva 2. W16 Kajo, mallistoon kuuluvan jalkineen prototyyppi.

1.3 Kysymysten asettelu ja tiedonhankinta

Opinnäytetyössä etsitään vastausta pääkysymykseen

- Miten aloittelevan jalkinealan design-yrittäjän tulisi ohjeistaa uusi mallistonsa alihankintaketjulle tai tuotantoagentille?

Tarkentavia alakysymyksiä ovat

- Miten tuotantoagentin kanssa toimitaan?
- Mitä teollisen jalkinemalliston suunnittelussa pitää ottaa huomioon?
- Mitkä ovat tärkeimmät tiedot jotka mallistosta esitetään visuaalisesti?

Tutkimusmenetelmän valinnan tulisi sopia yhteen muiden valintojen kanssa ja palvella niitä laajempia päämääriä, joita tutkimuksella on (Hirsjärvi 2000, 16). Haastattelu on yksi tämän työn tiedonhankinnan perusmuoto. Se on joustava menetelmä, joka sopii moniin erilaisiin tutkimustarkoituksiin. Suora vuorovaikutus haastattelutilanteessa antaa myös haastattelijalle mahdollisuuden ohjata haastattelun kulkua. (Hirsjärvi 2000, 34.) Haastattelussa voidaan säädellä kysymysten järjestystä, joka mahdollistaa haastattelun joustavuuden ja täsmennykset, jotka eivät ole mahdollisia lomaketutkimuksissa (Hirsjärvi 2000, 36). Metodina haastattelumenetelmä koetaan yleensä miellyttäväksi, koska se on tyypiltään lähellä arkista käytäntöä. Haastattelu on metodina toimiva kun haluamme kuulla ihmisten mielipiteitä, kerätä tietoa, käsityksiä ja uskomuksia. On luonnollista keskustella ihmisten kanssa, kun haluamme ymmärtää, miksi ihmiset toimivat havaitsemallamme tavalla tai miten he arvottavat tapahtumia. (Hirsjärvi 2000, 11.) Tiedonhankintamenetelmänä opinnäytetyössä käytetään haastattelua. Haastattelu toteutetaan puolistrukturoituna haastatteluna eli teemahaastatteluna. Teemahaastattelussa haastateltaville esitetään samat tai osittain samat haastattelukysymykset, jotka on jaettu teemoittain. Tuotannon haastattelut tapahtuivat opinnäytetyössä lomakehaastatteluna sähköpostin välityksellä, koska mahdollisuutta kasvokkain tapahtuvaan haastatteluun ei ollut.

Tässä opinnäytetyössä alihankintaketjulla tarkoitetaan tuotetta tai sen komponentteja valmistavaa tahoa, joka teollisesti valmistaa tuotteet suunnittelijalle. Tuotantoketjulla tarkoitetaan kokonaisuutta joka muodostuu tuotannon ja erilaisten alihankkijoiden yrityksistä. Näiden yritysten yhteistyö mahdollistaa tuotteen sujuvan tuotannon. Tuotantoagentti on henkilö, joka toimii yhteistyössä tuotannon ja jalkinesuunnittelijan kanssa. Tuotantoagentti on alansa asiantuntija, jonka suhteita ja tuotannon tuntemusta jalkinesuunnittelija voi käyttää hyväkseen jalkineiden tuotannossa. Tuotantoagentti vastaa tarvittaessa suunnittelijalle koko tämän tuotteen tuotantoketjun toimivuudesta kohdemaassa. Tuotantoagentti toimii eräänlaisena välikätenä tuotannon ja suunnittelijan välissä.

1.4 Viitekehys

Opinnäytetyön teoreettisen viitekehysten (Kuvio 1) keskiössä on jalkinemalliston ohjeistaminen tuotteita valmistavalle taholle sekä design-yrittäjäyys jalkinealalla. Läpi tutkimuksen hankittavaa aineistoa ja tietoa tarkastellaan nuoren jalkinealan yrittäjän näkökulmasta.

Aineistoa jalkinemalliston suunnittelusta ja esittämisestä saadaan aihetta käsittelevistä kirjallisuudesta, tutkimuksista ja artikkeleista. Kerätty aineisto toimii pohjana sitä seuraavalle tiedonhankintavaiheelle, jossa lisätietoa aiheesta haetaan asiantuntija haastatteluiden kautta. Tutkimuksen kokonaisluonteen ymmärtämisen kannalta on tärkeää ymmärtää eri vaiheiden välillä tapahtuvaa vuorovaikutusta. Tärkein vaiheista on kuitenkin tutkimusongelman ymmärtäminen. (Hirsijärvi 2000, 15.) Tiedonhankintamenetelmänä käytettävät asiantuntijoiden haastattelut ovat tämän opinnäytetyön merkittävä osa, koska jalkinealan kirjallisuutta valitusta aiheesta on saatavilla rajoitetusti.



Kuvio 1. Viitekehys

1.5 Jalkinealan design-yrittäjäyys

Opinnäytetyön tärkeimpänä tavoitteena on havainnollistaa miten nuoren jalkinealan yrittäjän tulisi esittää mallistonsa alihankintaketjulle tai tuotantoagentille. Opinnäytetyö on tarkoitettu apuvälineeksi opiskelijoille, jotka valmistumisensa jälkeen harkitsevat oman design-yrityksensä perustamista. Olennaista on että design-yrittäjät käyttävät teollista valmistapaa jalkineiden valmistamisessa. Tämän vuoksi on hyvä avata design-yrittäjäyttä käsitteenä, ja selvittää minkälaista design-yrittäjäyys jalkinealalla on.

Nebon, Artelogi 14 –lehden (2016) artikkelin mukaan jalkinealan design-tuotteiden yrittäjäyys keskittyy pääsääntöisesti kaupalliselle ”ready-to-wear”-tuotesektorille. Design-yrittäjäydessä suunnittelu, materiaalivalinnat

ja valmistus ovat korkealaatuisia. ”Ready-to-wear” tarkoittaa standardimitoilla valmistettua piensarjaa. Jalkinealan yrittäjyys on usein mikroyritystä, jolloin yrityksessä työskentelee alle kymmenen henkilöä, useimmiten design-yrityksissä itse suunnittelija on ainoa työntekijä. (Nebo, 2016.)

Merianne Nebo luokittelee design-yrittäjyyden (Modin, 2014) tutkimukseen kahteen ryhmään: kokeneisiin ja aloitteleviin design-yrittäjiin. Kokeneiden design-yritysten tuotteet ovat kaupallisia ja sarjatyönä valmistettuja. Tuotteet valmistetaan yleensä alihankintana Euroopassa. Aloittelevien suunnittelijoiden tuotteet puolestaan valmistetaan käsityömaisesti piensarjana tai yksittäistuotteina. Aloitteleva design-alan yrittäjä perustaa yrityksensä usein jo opiskelun aikana. Tuotteiden suunnittelu lähtee usein liikkeelle pienistä ja yksinkertaisemmista tuotteista kuten koruista ja laukuista. Design-yrittäjyyden Nebo sijoittaa yhdeksi luovan toimialan, muotoilun ja käsi- ja taideteollisuuden toiminnaksi (Modin, 2014). Design-yrityksen toimintaan kuuluu tuotemerkin tuotteiden suunnittelu, valmistus, markkinointi ja myynti. Lisäksi design-yrittäjien työnkuvaan voi kuulua työtehtäviä ulkopuolisille, kuten freelancer-suunnittelua tai asiantuntijapalveluita.

Nebon selvityksen (2016) mukaan EAM:n ”Kick-off”-tapaamiseen osallistuneista opiskelijoista 55 prosenttia halusi tulevan yrityksensä olevan ”craft” eli käsityöpainotteinen, joka tarkoittaa että yrityksen tuotteet valmistettaisiin käsityönä, pääasiassa itse. Puolestaan 34 prosenttia vastanneista opiskelijoita halusi tulevan yrityksen olevan kaupallinen design-yritys, joka valmistaa tuotteensa piensarjatuotantona alihankintana. Vastanneista 11 prosenttia halusi käyttää tulevassa yrityksessään molempia valmistusmalleja. (Nebo 2016)

2 JALKINEMALLISTON TUOTANNOLLISTAMINEN

2.1 Jalkinemallisto

Valmis jalkinemallisto syntyy huolellisen suunnittelun ja tuotekehityksen tuloksena. Tuotekehityksen ei aina tarvitse olla systemaattista vaan se voi olla vapaasti virtaavaa ja sisältää erilaisia konsepteja suunniteltavan malliston tuotteista. (Choklat 2012, 92.) Malliston suunnittelun ja tuotekehityksen jälkeen aloitetaan malliston kokonaisuuden suunnittelu. Malliston yhteenkokoamisprosessia ilmaistaan englannin kielessä termillä ”range plan”. Suomen kielessä käytämme usein termiä ”malliston laajuus”. (Choklat 2012, 110.) Paras tapa mallistokokonaisuuden suunnittelun aloittamiselle on suunnitteluvaiheen ideoiden uudelleen tarkastelu. Suunnittelun tässä vaiheessa suunnittelijan on hyvä miettiä tulevan mallistonsa teemaa ja tyyliä. Mallisto voi olla tyyliltään esimerkiksi kokeilullinen, kaupallinen, taiteellinen tai klassinen. Malliston suunnittelu osuus yleensä ohjaa luontevasti sitä minkä tyyliksi mallisto lopulta muodostuu. (Choklat 2012, 120.)

Konsepti on koko valmistuvan malliston suunnittelun ydin, johon olennaisena osana kuuluu myös malliston laajuus. Malliston laajuutta tarkastellaan taiteellisen, teknisen ja taloudellisen näkökulman läpi. Suunnittelijan tehtävänä on keskittyä malliston taiteellisen puoleen ja ajatella millainen laajuus

sopii malliston henkeen. Mikäli suunnittelija on yksin vastuussa malliston suunnittelusta, hänen kannattaa huomioida miten malliston laajuus vaikuttaa malliston tuotantotekniseen ja taloudelliseen puoleen. (Breuer 2012, 36.) Suunnittelijat alkavat suunnitella mallistoaan usein malliston konseptin ja laajuuden perusteella, jolloin he kehittävät malliston tuoteideoita piirrettujen luonnosten avulla. Kun luonnoksia on kertynyt riittävästi, valitaan niistä parhaimmat jatkokehittäväksi. Värit ja materiaalit lisätään suunnitelmiin kun malliston yleisilme alkaa hahmottua. (Breuer 2012, 18.) Suunnittelijan työ malliston kehittämiseksi koostuu mallistojen muotojen, värien ja materiaalien suunnittelusta sekä tunnelman luomisesta (Breuer 2012, 15). Pohjana malliston suunnittelulle toimii usein malliston kohderyhmä ja malliston laajuus (Kuvio 2).

Suunnittelijat vastaavat malliston tyylin suunnasta, mutta ovat yleensä vastuussa myös asiakkaiden toiveiden ymmärtämisestä. Olennainen osa suunnittelijan työtä on malliston kohderyhmän määrittäminen. Kohderyhmän ymmärtäminen vaatii perehtymistä kohderyhmän sisäisiin arvoihin ja toimintatapoihin. Nämä toimintatavat voivat olla osittain sidoksissa vallitseviin trendeihin. (Breuer 2012, 26.)



Kuvio 2. Malliston suunnitteluun kuuluvia elementtejä

Yritykset ovat perinteisesti esittäneet mallistonsa kahdessa eri sesongissa, jotka ovat syksy/talvi ja kevät/kesä. Nykyään muodin syklin nopeutuessa mallistot ilmestyvät entistä tiuhempaan tahtiin. Uusia mallistoja julkaistaan parin kuukauden välein, ja ne usein esitetään englanninkielisillä ilmaisilla "pre fall", "holiday", "pre spring" ja "summer". Nämä laajuudeltaan pienemmät mallistot saavat kuluttajat ostamaan lisää tuotteita. Sesonkien nopeuden vuoksi suunnittelija joutuu työstämään useampaa sesonkia päällekkäin (Breuer 2012, 16). Tämä voi johtaa mallistojen hallinnan vaikeutumiseen.

Mallistoa kehittäessä olisi hyvä ottaa huomioon erilaiset tuotetyypit mallistossa. Nämä malliston sisäiset tuotetyypit voidaan jakaa perusmalleihin, keskivertomalleihin ja huippumalleihin. Englanniksi näistä käytetään termejä ”basic”, ”mid” ja ”top styles” (Kuvio 3). Perusmalleilla tarkoitetaan mallistoon suunniteltavia, niin sanottuja klassikkomalleja, jotka toistuvat vuodesta toiseen. Klassikko-mallit usein mahdollistavat yrityksen tasaisen kassavirran ja ovat näin ollen tärkeä osa mallistoa. Seuraavassa ryhmässä, keskivertomalleissa, ovat tuotteet jotka ovat hieman kalliimpia ja niissä on käytetty rohkeampia design-elementtejä, kuten printtejä ja kirkkaampia värejä. Tämän ryhmän tarkoituksena on lisätä malliston kiinnostavuutta. Viimeisimmässä tuoteryhmässä ovat malliston kaikista kalliimmat tuotteet, jotka ovat valmistettu erityisistä materiaaleista. Näissä malleissa käytetään myös rohkeaa muotoilua ja ne ovat hyvin trendilähtöisiä. Tämän tuoteryhmän tuotteet eivät ole välttämättä kaikkien kuluttajien saatavilla hintansa vuoksi, mutta juuri se tekee niistä haluttavia. (Breuer 2012, 41.)



Kuvio 3. Tuoteryhmien jakoa kuvaava pyramidi

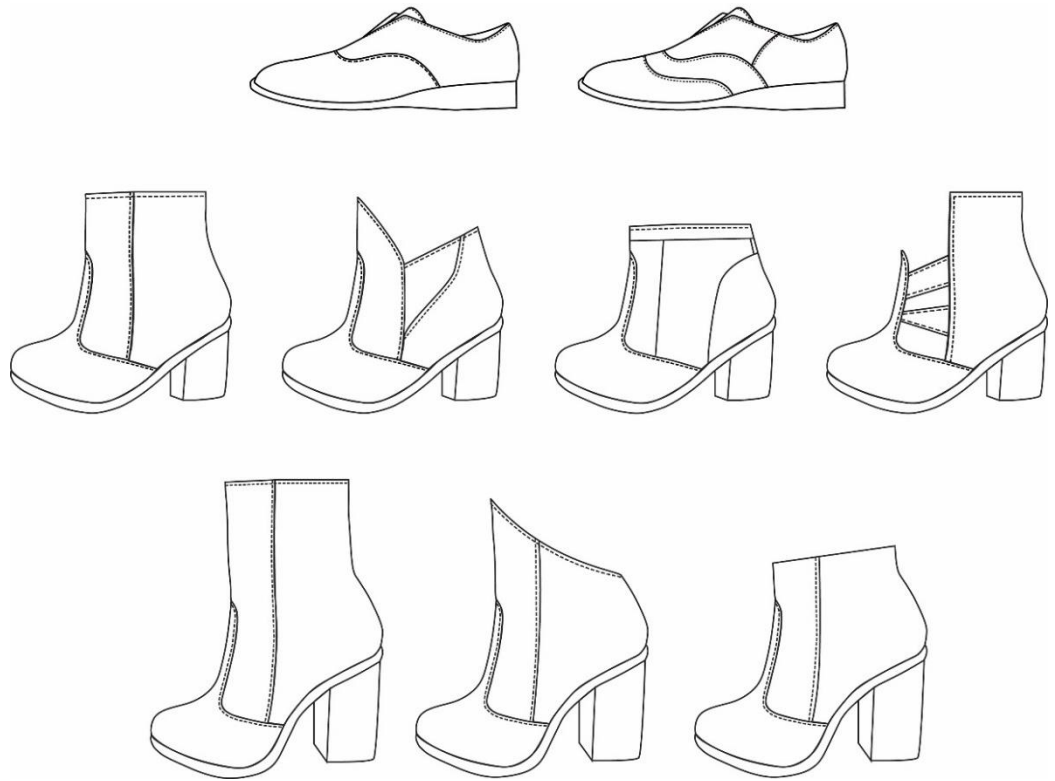
Suunnittelijan tulisi aina jatkokehittää malliston tuotteita, jotka ovat saavuttaneet kohderyhmän huomion. Mallistossa usein kertautuvat sesongista toiseen tietynlaiset suositut muodot, jotka miellyttävät malliston kohderyhmää. Usein näitä malleja muokataan sesongin mukaiseksi värien avulla. Ajan kanssa nämä malliston suositut mallit muodostuvat klassikoiksi. (Breuer 2012, 44.)

Malliston suunnittelussa on kaksi päävaihetta, jotka ovat lestin suunnittelu ja malliston laajuuden suunnittelu, näiden päämääränä on yhtenäinen kokonaisuus eli mallisto. Suunnittelija haluaa useimmiten tietää, kuinka monta erilaista mallia malliston pitäisi sisältää, ja kuinka monta erilaista lestimuotoa mallistossa tulisi olla yhteensä. Kokonaisuudessaan jalkineen lestin, pohjan, koron ja päällisen suunnittelu on hyvin aikaa vievä vaihe ja siihen tarvitaan usein erityistaitoja. Kaikkien tarvittavien komponenttien hankkiminen jalkineeseen on myös hyvin työläs ja kallis projekti. Tämän

vuoksi on taloudellisesti järkevää että malliston osat eivät muutu joka sesongin mukana. Uudet mallistot kehitetään usein malliston vanhojen tuotteiden ympärille, ja niissä olevia komponentteja käytetään hyödyksi tehokkaasti. Yksinkertaiseenkin mallistoon saadaan volyyymiä vaihtelemalla jalkineiden korkojen muotoja ja päällisen materiaaleja. Naisten jalkinemallistoihin on helpompi saada volyyymiä, koska käytössä on enemmän korkotyyppejä kuin miehillä. (Choklat 2012, 110.)

Malliston laajuuden suunnittelussa pitäisi kiinnittää erityistä huomiota malliston harmoniaan. Yleensä mallistossa on yksi huomiota herättävä, erikoinen malli, ja muut mallit ovat pelkistetympiä. Ratkaisevaa malliston laajuuden suunnittelussa on, että mallisto sisältää elementtejä, jotka toistuvat malliston tuotteissa sitoen koko malliston yhteen. Lestin ja koron muodot sitovat yleensä malliston mallit yhteen, mutta huomiota kannattaa kiinnittää myös mallien viimeistelyyn, kuten tikkauksiin ja solkiin. On tärkeää, että suunnittelija laittaa mallistonsa kaikki jalkinemallit vierekkäin, ja tarkastelee niitä kokonaisuutena. Tällä tavalla suunnittelija näkee paremmin mitä malleja on syytä vielä muokata. Malliston suunnittelussa on tärkeää että suunnittelija kuuntelee omaa sisäistä ääntään ja valitsee sen perusteella elementit jotka ovat malliston kantava voima. (Choklat 2012, 122.)

Kuvassa 3 havainnollistetaan, kuinka mallistoon tuodaan volyyymiä muuntelemalla jalkinemallin koron ja päällisen muotoa. Havainnollistamiseen kirjoittaja käyttää ”W16 Kajo”-muotinäytökseen suunnittelemaansa jalkinemallistoa. Kirjoittaja kehitti ”W16 Kajo”-mallistonsa korkokengän ympärille kuvitteellisen malliston, jonka hän kehitti eteenpäin Aki Choklatin Footwear Design (2012, 110) kirjasta saadun ohjeen mukaisesti. Tämän mukaan suunnittelijan ensimmäinen mallisto voisi sisältää matala-, keski- ja korkeakorkoisia kenkiä. Mikäli mallistossa olisi kaksi matalakorkoista mallia, neljä keskikorkoista mallia ja kolme korkeakorkoista mallia, olisi mallistossa yhteensä yhdeksän eri jalkinemallia.



Kuva 3. Malliston volyymi, kolme eri koron korkeutta

Mikäli kaikissa (Kuva 3) malleissa olisi vielä kaksi väri variaatiota, olisi mallistossa yhteensä 18 eri jalkinemallia. Malliston laajuuden lisääminen väri variaatioiden avulla esitetään kuvassa (Kuva 4).

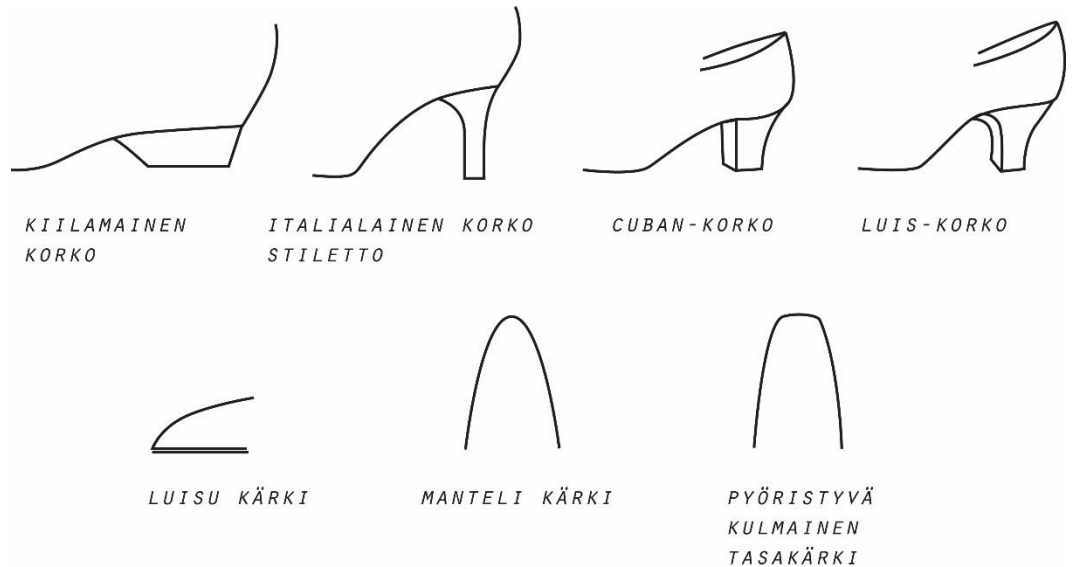


Kuva 4. Malliston volyyymi, väri variaatiot

Malliston olemus on kiinni suunnittelijan persoonallisesta tyylistä. Malliston ilmeen on oltava tunnistettava, jotta mallisto herättäisi kiinnostuksen kuluttajissa. Suunnittelijan on hyvä antaa oman persoonallisen käsialansa näkyä mallistoissaan. Paras tapa tämän toteuttamiseen on malliston inspiraation ja tuotekehitysprosessin selkeä yhdistäminen itse mallistoon. Suunnittelijan pitäisi pystyä kertomaan omaa tarinaansa malliston tuotteiden välityksellä. Malliston kuuluu olla myös selkeä, jotta kuluttaja voi ymmärtää malliston keskeisen teeman. Kuluttajaa ei kannata musertaa liian suurella ensimmäisellä mallistolla. (Choklat 2012, 110.)

Lestin suunnittelu on malliston suunnittelun tärkein osa, koska jalkineen lo-pullisen muodon sanelee lesti. Lestin suunnittelussa pitää ottaa huomioon lestin kärjen muoto ja lestin koron korkeus (Kuva 5). Suunnittelijan pitää jo hyvissä ajoin päättää minkä muotoisia jalkineita aikaa mallistoonsa valmis-taa.

Lestin muotoon vaikuttaa myös lestin kärjen alle jätettävä ”käyntivara”. Käyntivara voi olla osa jalkineen kokonaisilmettä, mutta sillä on myös funktionaalinen merkitys. Käyntivaran funktionaalinen merkitys on, että se tukee jalkineen liikerataa kävellessä. (Choklat 2012, 112.)



Kuva 5. Erilaisia jalkineen koron- ja kärjenmuotoja

Koron korkeus on yksi määrävimmistä asioista jalkinemalliston suunnitte-lussa (Kuva 6). Korkeus vaikuttaa suoraan jalkineen ergonomiaan ja sitä kautta jalkineen käyttömukavuuteen. Korolla on myös sosiaalinen vaikutus, sillä korkokengät on kautta aikojen mielletty seksikkääksi korkomalliksi. Näin ollen pelkkä korolla voi olla merkittävä vaikutus malliston tunnelmaan. Pelkkä koron muodon valitseminen voi vaikuttaa mallistosta luota-vaan mielikuvaan asiakkaan silmissä. Suosituin koron korkeus on naisilla yleensä ”mid heel” joka on noin 3 - 6 senttimetriä. (Choklat 2012, 112.)



Kuva 6. Koron korkeudet (Choklat, 2012)

Suunnitteluvaiheessa kaikki on mahdollista, mutta kun suunnitelmia lähde-tään kehittämään toimivaksi mallistoksi, on hyvä kysyä apua ammattilai-silta. Tällä tavalla suunnitelmat voidaan tuoda onnistuneesti käytännön ta-solle. (Choklat 2012, 112.) Lestin suunnittelun jälkeen suunnittelija voi läh-teä miettimään tarkemmin mallistonsa muotoja ja materiaaleja. jalkineen suunnittelussa pitäisi ottaa huomioon jalkineen päällinen, korko, pohja ja muut komponentit. Kaikkiin näihin jalkineen osiin valitaan muodon lisäksi myös halutut materiaalit. (Choklat 2012, 116.)

2.2 Teollinen tuotanto jalkinealalla

Jalkineteollisuus on yksi nopea suosituimmista muotiteollisuuden aloista tällä hetkellä, ja se tekee siitä hyvin kilpaillun bisneksen. Monet massa-muoti yritykset yrittävät kilpailla alalla mahdollisimman alhaisilla hin-noilla. Yritykset määrittävät usein tiukat suuntaviivat ja säännöt tuotteiden suunnittelulle. Näiden sääntöjen on tarkoitus suojella yrityksen taloutta ja brändiä, mutta ne eivät yleensä juurikaan rohkaise innovatiiviseen suunnit-teluun. Tämän takia massamuoti yritysten tuotteiden innovatiivisuus usein karsii. (Choklat 2012, 19.) Innovaatioiden puutteeseen jalkinealalla voi vai-kuttaa myös jalkineen valmistuksen monimutkaisuus. Jalkineen valmistus alusta loppuun on aikaa vievä prosessi jota varten tarvitaan paljon erikois-osaamista (Choklat 2012, 19).

Malliston pitää olla suunniteltu, hinnoiteltu, muodostettu ja valmistettu oi-keaan aikaan ja oikeassa paikassa (Breuer 2012, 14). Tästä kokonaisuudesta teollisessa tuotannossa vastaa yleensä tuotantotiimi johon kuuluu suunnit-telijan lisäksi malliston kehitys-, myynti- ja markkinointitiimit. Suunnitte-lijan rooli tuotantotiimissä keskittyy nimenomaan malliston ulkonäön suun-nitteluun. (Breuer 2012, 15.)

Yksi uusista jalkinetuotannon aloista on ekologisten jalkineiden suunnit-telu. Kansainvälisesti muuttuvat vaatimukset tavaroiden tuotannon suhteen

ovat vaikuttaneet myös jalkinealaan. Jalkinealan tuotannossa otetaan nykyään helpommin huomioon tuotannon ekologisuus ja eettisyys. Monet yritykset tuottavat jalkineitaan esimerkiksi ilman liimoja tai käyttävät tuotannossaan kierrätysmateriaaleja. Tuotannossa kiinnitetään huomiota myös työoloihin, hiilijalanjälkeen ja jätteiden käsittelyyn. (Choklat 2012, 19.) Samaan aikaan kun suuret yritykset yrittävät keksiä ratkaisuja ekologisuuden haasteisiin massatuotannossa, pienet design-yritykset valtaavat alaa mallistoillaan, jotka edustavat kestävästä kehityksestä. Tulevaisuudessa jalkine-
tuotannon haasteena on vastata kasvaviin vaatimuksiin tuotteiden ekologisuudesta ja eettisyydestä. (Choklat 2012, 20.)

2.3 Tuotannon ohjeistaminen

Valmiin jalkinemalliston esittelemisen visuaalisesti on tärkeää, koska myös muiden henkilöiden on ymmärrettävä suunnittelijan luomat suunnitelmat mallistosta. Malliston visuaalinen esittäminen on erityisen tärkeää silloin, kun suunnittelija toimii yhteistyössä tuotteen valmistavan tahon kanssa. Tuotteita valmistavien tahojen on ymmärrettävä erityisesti suunniteltavan tuotteen tekniset ominaisuudet.

Jalkineen tärkeimmät ominaisuudet esitetään viivapiirrosten avulla, jotka toteutetaan yleensä Adobe Illustrator-ohjelman avulla (Kuva 7). Viivapiirroksot ovat tarkoitettu tekniseksi ohjeiksi tuotannolle. Viivapiirrokseseen voi myös lisätä kappaleiden värit. Värit auttavat erottelemaan esimerkiksi läpi-leikatut osat. (Choklat 2012, 136.)

Teknisten tietojen ohjeistamisessa käytetään muun muassa teknisiä kuvia joita kutsutaan ammattinimellä ”specification sheet” tai ”specit” (Nebo 2016). Teknisten kuvien tulee esittää hyvin yksityiskohtaista tietoa jalkineen rakenteesta, kuten saumojen viimeistelystä ja tikkauksien tyylistä. Teknisten kuvien tulee kertoa miten jalkine tullaan valmistamaan.

Tekniset kuvat on tarkoitettu apuvälineeksi kommunikointiin suunnittelijan ja tehtaan välille. On tärkeää että tehtaalta lähtevä tieto on mahdollisimman yksityiskohtaista ja selkeästi esitettyä. Piirrosten pitää olla oikeassa mittakaavassa, jotta väärinkäsityksiltä vältytään. Jotta malliston jalkinemallien mittakaavat esitettäisiin oikeanlaisena, pitää jalkineiden kuvat suunnitella oikean lestimuodon päälle. (Choklat 2012, 154.) Informaatiota jalkineen valmistustapoihin esitetään monella ”specillä”; jalkineen päällisten valmistajille oma ”spec”, materiaaleihin omat ”spec”. Mallipareille on usein myös oma erityinen ”spec”. (Nebo 2016.)

Viivapiirroksot auttavat esittämään mallistosi muodon ja tekniset ratkaisut tuotteen valmistaville tahoille. (Choklat 2012, 154.)



Kuva 7. ”W16 Kajo” -jalkinemalliston korkokengän viivapiirros

Mallisto esitetään tuotannolle jalkineteollisuudessa erilaisin tuotantoa tukevin dokumentein eli ”specin”, jotka sisältävät tuotteiden tiedot ja tuotantodokumentit. Tuotantodokumentit esittävät miltä tuotteen pitäisi valmiina näyttää. Englannin kielessä käytetään nimityksiä ”production sheets”, ”technical pack” ja ”production guidance”. (Breuer 2012, 18.)

Tuotantodokumenteissa on esitetty tarkat ohjeet tuotteeseen käytettävistä materiaaleista ja komponenteista. Tuotantodokumenteissa värit ja materiaalit ilmaistaan usein käyttämällä tehtaiden omia tuote- ja värikoodeja. Koodien lisäksi käytetään pieniä materiaalinäytteitä. Tuotantodokumenteissa ilmaistaan myös malliston laajuus, valmistettavat koot ja väri variaatiot. Olenainen osa tuotantodokumentteja on tekninen kuva valmistettavasta tuotteesta. Tämä on usein viivapiirros, jossa ei käytetä värejä. Viivapiirroksessa esitetään tuotteen yksityiskohdat ja viimeistely, eli esimerkiksi saumaratkaisut. Viivapiirroksen lisäksi tuotteesta on hyvä esittää myös värikuva, jonka ohessa ovat materiaalinäytteet. Tuotantodokumenttien avulla tuotanto voi valmistaa prototyypin suunnitellusta tuotteesta. (Breuer 2012, 19.)

Kirjoittaja havainnollistaa malliston tuotannolle ohjeistamista ”W16 Kajo”-jalkinemallistoon kuuluvan jalkineen kautta. Alla olevassa kuvassa (Kuva 8) nähdään, minkälaisia asioita malliston tuotantodokumenttiin tulisi laittaa esille.



Kuva 8. Tuotantodokumentti ”W16 Kajo” -malliston jalkineelle

3 TUOTTEIDEN SUUNNITTELU JA OHJEISTAMINEN

3.1 Jalkinealan yrittäjien haastattelut

Opinnäytetyötä varten haastateltiin kahta kokenutta yrittäjää, jotka toimivat jalkinealalla. Näiden yrittäjien haastattelut toivat opinnäytetyöhön arvokasta tietoa jalkinealalla toimimisesta suunnittelijan ja yrittäjän näkökulmasta. Haastatteluissa käytiin läpi erilaisia malliston suunnitteluun ja esittämiseen liittyviä asioita, jotka ovat avainasemassa, kun mallistoa esitellään ensimmäistä kertaa tuotantoa agentille tai alihankintaketjulle. Haastateltavat valikoituivat haastateltaviksi sillä perusteella, että heidän molempien yritysten tuotanto tapahtuu teollisesti, Portugalissa. Ero haastateltavien yritysten välillä on se, että vain toisella on käytössään tuotantoagentti. Toinen yritys on järjestänyt yhteytensä tehtaaseen muulla tavalla. Molempien yritysten näkökulmat aiheeseen tuovat oman merkityksensä tähän opinnäytetyöhön.

3.1.1 Janne Lax, Saint Vacant

Janne Laxin omistama Saint Vacant -tuotemerkki (Kuva 9) valmistaa laadukkaita jalkineita miehille. Jalkinemalliston valmistaminen tapahtuu teollisesti pienessä perhey yrityksessä Portugalissa. Toukokuusta 2016 eteenpäin yrityksen mallistoon kuuluu miesten jalkineita reunoskenkäteknikalla. Tähän mallistoon kuuluu viisi erilaista mallia. Saint Vacant valmistaa myös mittatilauskenkiä, jotka valmistetaan käsityönä Suomessa.

The logo for Saint Vacant features the words "SAINT" and "VACANT" stacked vertically. The letters are rendered in a bold, black, sans-serif font with a distinctive, slightly irregular, hand-drawn appearance. The "V" in "VACANT" is particularly stylized, with a sharp, angular shape.

Kuva 9. Saint Vacant logo

Yritys on perustettu syksyllä 2015. Lax on pyörittänyt Saint Vacantia yksin koko yrityksen olemassaolon ajan eli nyt hieman yli kymmenen vuotta. Välillä yrityksessä on ollut mukana palkallisia projektityöläisiä, kun apua on tarvinnut kiireen takia. Yrityksellä on toisinaan ollut käytössään myös harjoittelijoita. Lax on valmistunut Hämeen ammattikorkeakoulusta, Wetterhoffilta vuonna 2003. Sen jälkeen hän on täydentänyt osaamistaan Aalto yliopiston yksittäisillä kursseilla, yrittäjyyden aikana. Hänellä on myös työkokemusta jalkinealan yrityksestä jossa tuotteet valmistettiin mittatilaustyönä. Tämän kokemuksen kautta syntyi ajatus omasta yrityksestä ja siitä voisiko mittatilaustyön ja massatuotannon parhaat puolet jotenkin yhdistää. Tätä täydellistä yhdistelmää mittatilaustyön ja teollisen valmistuksen välillä Lax on kehittänyt koko yrityksensä toiminnan ajan. Lax päätyi alun perin jalkinealalle siksi, että hän halusi tehdä jotain käsityömaista, sekä luoda konkreettisia asioita ja tuotteita joita ihmiset käyttäisivät. (Litteet 1-2)

3.1.2 Terhi Pölkki, Terhi Pölkki Shoes

Terhi Pölkin omistama Terhi Pölkki Shoes (Kuva 10) on perustettu heinäkuussa 2011. Yritys on näin ollen ollut toiminnassa kohta viisi vuotta.

The logo for Terhi Pölkki Shoes consists of the name "TERHI PÖLKKI" in a large, bold, black, sans-serif font. The letters are very thick and blocky, with a clean, modern feel. The "P" and "K" are particularly prominent due to their size and weight.

Kuva 10. Terhi Pölkki Shoes logo

Pölkin mukaan hänen uransa jalkinealalla on kuitenkin alkanut paljon aikaisemmin. Pölkki on aloittanut työskentelyn myyjänä kenkäkaupassa vuonna 1999. Kenkäkaupan myyjän töistä hänellä on karttunut kokemusta yhteensä seitsemän vuotta. Kenkämyyjän työn aikana Pölkki kiinnostui enemmän jalkineiden kuin vaatteiden suunnittelusta. Pölkki on suorittanut

pukuompelin opinnot, jonka aikana hän oli töissä Janitan kenkätehtaassa ompelulinjastolla. Erään asusteprojektin aikana Pölkki valmisti myös kenkiä, jonka jälkeen hän päätti hakea kouluun Wetterhoffille, Hämeen ammattikorkeakouluun, vuonna 2002. Koulun hän suoritti kiihdytetyssä aikataulussa. Näiden opintojen jälkeen Terhi haki maisteriohjelmaan Englantiin, josta hän valmistui tammikuussa 2008. Pölkki kokee, että hän sai Lontoon opiskeluvuosiltaan elintärkeää tietoa kansainvälisestä toiminnasta jalkinealalla. Hän jäi töihin Englantiin ja työskenteli TopShopille, jolla oli tehdas Brasiliassa. Yhteensä Pölkillä oli Englannissa kolme eri työnantajaa, joilla oli tehtaita Kiinassa, Brasiliassa ja Italiassa. Messuilla hän kävi Pariisissa, Saksassa ja Italiassa. Yhteensä hän vietti viisi vuotta Lontoossa, jonka jälkeen hän päätti muuttaa takaisin Suomeen.

Ajatus omasta yrityksestä hautui jo Englannissa työskennellessä ja lukuisista tehtaista saatu tieto jalkinealasta auttoi oman yrityksen suunnittelussa. Omaa yritystä perustaessaan Pölkki ajatteli että yhtään kenkää ei enää tarvittaisi maan päälle, ekologisista syistä johtuen. Siitä muotoutui Pölkin oma näkökulma jalkineiden valmistukseen. Hän halusi luoda malliston jossa käytettäisiin huolella valittuja ekologisia materiaaleja. Pölkki halusi ehdottomasti löytää tehtaan yritykselleen Euroopasta. Lopulta hän löysikin tehtaansa Portugalista, ystävänsä vinkin perusteella. Häntä kiinnosti myös miten ison yrityksen toimintamallin saisi adaptoitua pienelle yritykselle sopivaksi. Arjen pyörittäminen pienessä design-yrityksessä eroaa paljon massa-tuotantoon perustuvan TopShopin toimintamallista. (Liitteet 1-2)

3.2 Tuotannon haastattelut

Opinnäytetyössä haastateltiin jalkinealan design-yrittäjien lisäksi jalkineiden tuotannon puolella toimivaa henkilöä. Haastateltavaksi henkilöksi valikoitui portugalilainen tuotantoagentti Serafin Afonso. Opinnäytetyötä varten haastateltava henkilö haluttiin löytää Portugalista, koska opinnäytetyön kirjoittaja tarkastelee aihetta teollisen valmistuksen näkökulmasta. Lisäksi molemmat opinnäytetyöhön haastateltavat suomalaiset jalkinealan design-yrittäjät valmistavat jalkineensa juuri Portugalissa. Tämän vuoksi tuotannon haastattelun ohjautuminen Portugaliin oli luonnollinen vaihtoehto.

Tuotannon haastattelua varten opinnäytetyön kirjoittaja otti yhteyttä portugalilaiseen haastateltavaani jalkinealan välikäden kautta, jotta lähestyminen olisi luontevampaa. Haastattelusta sovittiin sähköpostitse ja itse haastattelu tehtiin lomakehaastatteluna sähköpostilla lähetettyjen kysymysten avulla.

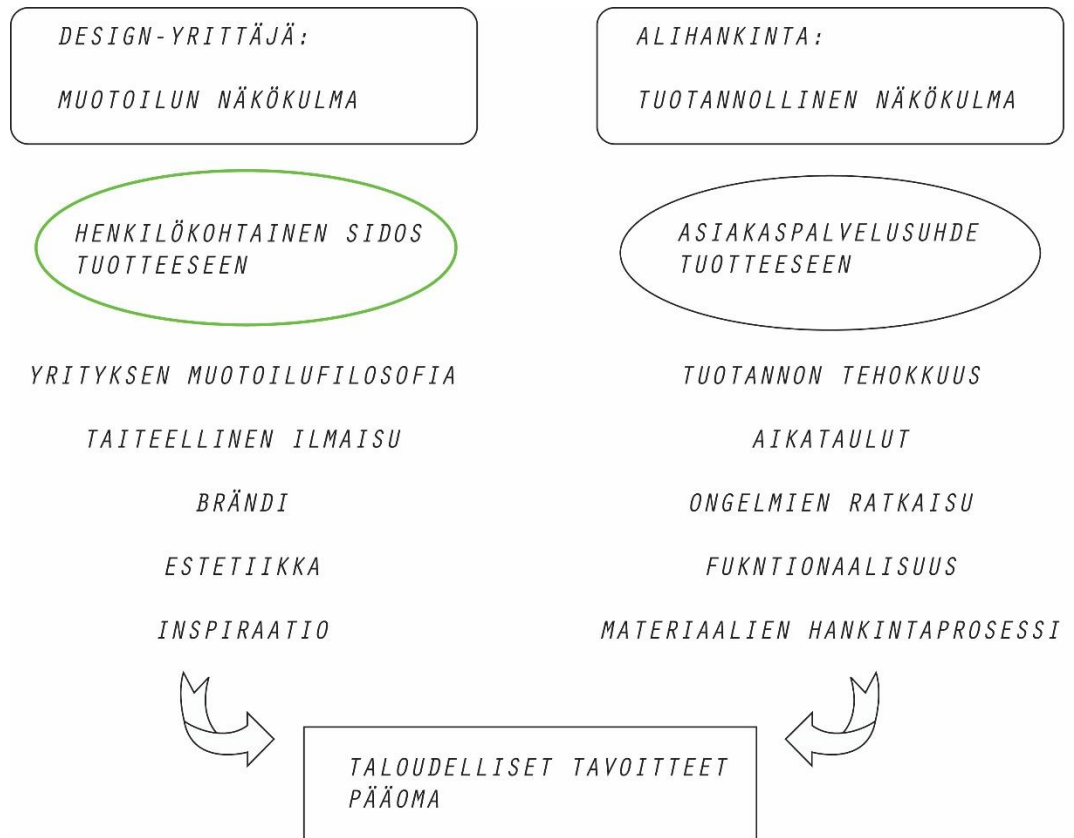
Tuotannon haastattelu oli tärkeä osa opinnäytetyötä, koska tuotannon parissa työskentelevä henkilö on tapahtumien keskipisteessä. Tuotantoagentti tietää ammattinsa puolesta mitkä ovat jalkinetuotannon edellytykset ja toimintatavat. Teollisen tuotannon aloittaminen ei ole itsestään selvyyttä, koska malliston pitää tuoda taloudellista tuottoa myös tehtaalle. Suunnittelijan pitää esittää mallistonsa niin, että tuotantoagentti yhdessä tehtaan kanssa kiinnostuu sen tuottamisesta. Niin kuin Terhi Pölkki haastattelussaan sanoi; ”Työskentely tehtaan kanssa on kuin parisuhde! Sen täytyy perustua luottamukseen.”

Tuotantoagenttia haastatteleamalla opinnäytetyöhön saatiin konkreettista tietoa siitä millaista on työskentely tuotantoagentin kanssa ja mitä tuotantoagentin työtehtäviin kuuluu. Tuotantoagentti kertoi hieman urastaan jalkineiden parissa. Hän on työskennellyt jalkinealalla yhteensä 28 vuotta. Hänellä on paljon kokemusta mallistojen lanseerauksista ulkomaille kuten Espanjaan ja Brasiliaan. Hän on toiminut tuotannon johtajana kahdeksan vuotta, jonka aikana hän työskenteli paljon tuotekehityksen ja tuotteistamisen parissa. Kahdeksan vuotta hän toimi toimitusketjun johtajan virassa, ja lisäksi vielä seitsemän vuotta myyntijohtajana. Hän on toiminut kolme vuotta vanhempana tuotantoagenttina Portugalissa, ja työskentelee kolmella eri kielellä, portugaliksi, englanniksi ja ranskaksi. (Liite 3)

3.3 Haastattelujen yhteenvedo

Haastateltavista design-yrittäjistä vain toinen käytti hyväkseen tuotantoagentin palveluita. Toinen haastateltavista toimi suorassa yhteydessä jalkineita valmistavan tehtaansa kanssa. Tämä toimintatapojen ero toi opinnäytetyöhön kaksi eri näkökulmaa siihen miten alihankintaketjun kanssa tulisi toimia. Design-yrittäjien toimintamallien erot olivat mielenkiintoisia, ja herättivät kysymyksen siitä, mikä olisi paras toimia yhteistyössä alihankintaketjun kanssa.

Portugalilaisen tuotantoagentin haastattelu toi opinnäytetyöhön puolestaan tuotannon näkökulman. Tämä näkökulma oli erityisen tärkeä, jotta opinnäytetyöhön saatiin konkreettista tietoa siitä mitä alihankintaketju odottaa suunnittelijalta. Haastatteluiden aikana huomasin että design-yrittäjien ja alihankinnan näkökulmat aiheeseen olivat erilaiset, vaikkakin tavoite oli sama. Tavoitteena näillä kahdella taholla oli luonnollisesti tuloksen tavoittelu, jotta bisnes olisi kannattavaa. Näkökulmaerona oli se että design-yrittäjällä on henkilökohtainen sidos tuotteeseen, joka takaa suunnittelijan toimintaa ohjaavat oman yrityksensä muotoilufilosofia ja brändi. Suunnittelija ei lähtökohtaisesti lähde suunnittelemaan tuotteitaan niin, että ne olisivat mahdollisimman tuotantotehokkaita. Suunnittelijan on annettava tilaa omalle luovuudelleen, jonka vuoksi tuotantotekniset ratkaisut voivat toisinaan unohtua malliston suunnittelusta, tai niitä ei ole mietitty tarpeeksi. Alihankintaketjun puolesta tärkeintä on juuri tuotannon tehokkuus, ja siihen he kiinnittävät ensimmäisenä huomiota suunnittelijan tuotteessa. Mikäli suunnittelijan tuotteessa ei ole huomioitu laisinkaan tuotannollisia ratkaisuja, on sen vaikea päästä tuotantoon. Vaikkakin suunnittelijalla on vahva taiteellinen ja ideologinen näkemys mallistoaan kohtaan, pitäisi suunnittelijan esitellä mallistonsa alihankintaketjulle siitä näkökulmasta mikä on olennaisin tuotannon kannalta. Alla oleva kuvio 4 esittää miten suunnittelijan henkilökohtainen sidos tuotteeseen vaikuttaa suunnitteluprosessiin muotoilun näkökulmasta. Samassa kuviossa (Kuvio 4) tarkastellaan myös miten alihankinnan teollisen tuotannon näkökulma vaikuttaa tuotteen tuotannollistamiseen, kun molempien tahojen tavoitteena on yrityksiensä tuloksen ja kannattavuuden tavoittelu.



Kuvio 4. Haastatteluiden yhteenveto, näkökulmat tuotteiden suunnitteluun

4 ESIMERKKI OMAN MALLINI OHJEISTAMISESTA

Malliston esittämiseen alihankintaketjulle ei ole yhtä ainoaa oikeaa tapaa. Tätä opinnäytetyötä varten pyrittiin kokoamaan yhteen ne pääkohdat, joita malliston esittämisessä tulee ottaa huomioon. Työ luo perustiedoillaan pohjan sille mitä jalkinealan yrittäjän kannattaa ottaa huomioon, kun hän esittelee ensimmäisen mallistonsa tuotantoagentille tai suoraan tuotannolle. Malliston esittämisen pääkohdat ovat esitettynä samojen otsikoiden alle, kuin mitä käytettiin yritysten teemahaastatteluissa. Jokaisen otsikon alle koottiin kaikissa haastatteluista neuvoja, jotka auttavat kyseisen teeman eli aihealueen ymmärtämistä. Näitä tietoja jokainen suunnittelija voi käyttää mallistonsa esittelyyn ja suunnittelemiseen haluamallaan tavalla.

Kerättyjen tietojen havainnollistamiseen on käytetty kirjoittajan ”W16 Kajo”-malliston jalkinemallia. Kirjoittajan oman jalkinemallin käyttäminen työn visualisoinnissa auttaa lukijaa seuraamaan jalkineen esittämiseen ja ohjeistamiseen liittyviä aihe-alueita.

4.1 Kohderyhmä ja markkinasegmentti

Yleisesti ajatellaan, että kohderyhmä on ensimmäinen asia, jota suunnittelijan tulisi miettiä kun hän lähtee suunnittelemaan mallistoaan. Terhi Pölkki on kuitenkin sitä mieltä että kohderyhmäajattelu on vanhanaikaista. Pölkin mielestä asiakkaita on entistä hankalampi luokitella tietynlaisiin raameihin

sopivaksi. Pölkkin mielestä kohderyhmäajattelun sijasta suunnittelijan tulisi keskittyä ajattelemaan mille markkinalle tuotteensa suunnittelee. Markkinaryhmän huolellisen suunnittelun avulla suunnittelija voi paremmin kohdata sen kuluttajan jota tavoittelee. Terhin yksi tärkeimmistä markkinaryhmistä on Yhdysvallat, johon hän myy erityisesti puukenkämallistoaan.

Saint Vacantin kohderyhmänä ovat luonnollisesti miehet, koska Janne Laxin Sait Vacant-tuotemerkki ei valmista naistenjalkineita. Lax kertoo että hänen kohderyhmänsä oikeastaan valitsi hänet. Hän kuvitteli ensin valmistavansa värikkäitä ja rentoja miesten jalkineita, mutta hänen asiakkaidensa toiveet ohjasivat mallistoa klassisempaan suuntaan. Laxin mielestä on tärkeää kuunnella omaa ydinasiakasryhmää, koska ”he ovat malliston todellisia faneja kaupungin kaduilla”. Hänen mielessä naisten tuotteissa muotilehdillä ja medialla on suurempi vaikutusvalta ostopäätöksen luomisessa, kun taas miesten tuotteissa luotetaan enemmän kaverin suositteluun eli puskaradioon.

Opinnäytetyön kirjoittaja valitsi ”W16 Kajo”-jalkinemalliston kohderyhmäksi aikuiset naiset (Kuva 11). Tarkoituksena oli suunnitella luksustuotteita naisille, jotka eivät pelkäisi pitää jalassaan huomiota herättäviä ja erikoisia jalkineita. Työn kirjoittajaa kiehtoo vanhempi ja tyylikäs asiakas-kunta, koska hän ihailee sitä miten jotkut naiset osaavat vanhentua tyylikkäästi. Usein kirjoittajasta tuntuu, että vanhemmat naiset ovat paljon tyylikkäämpiä ja muotitietoisempia kuin nuorempaa asiakassegmenttiä edustavat naiset.



Kuva 11. ”W16 Kajo”-jalkinemalliston asiakasprofiili

4.2 Malliston sesongit

Terhi Pölkki valmistaa mallistonsa kahteen sesonkiin. Hänen mielestään mallistot on melkein pakko suunnitella kahteen sesonkiin jos haluaa olla mukana muotibisneksessä. Erityisesti kansainväliset jalkinealan messut

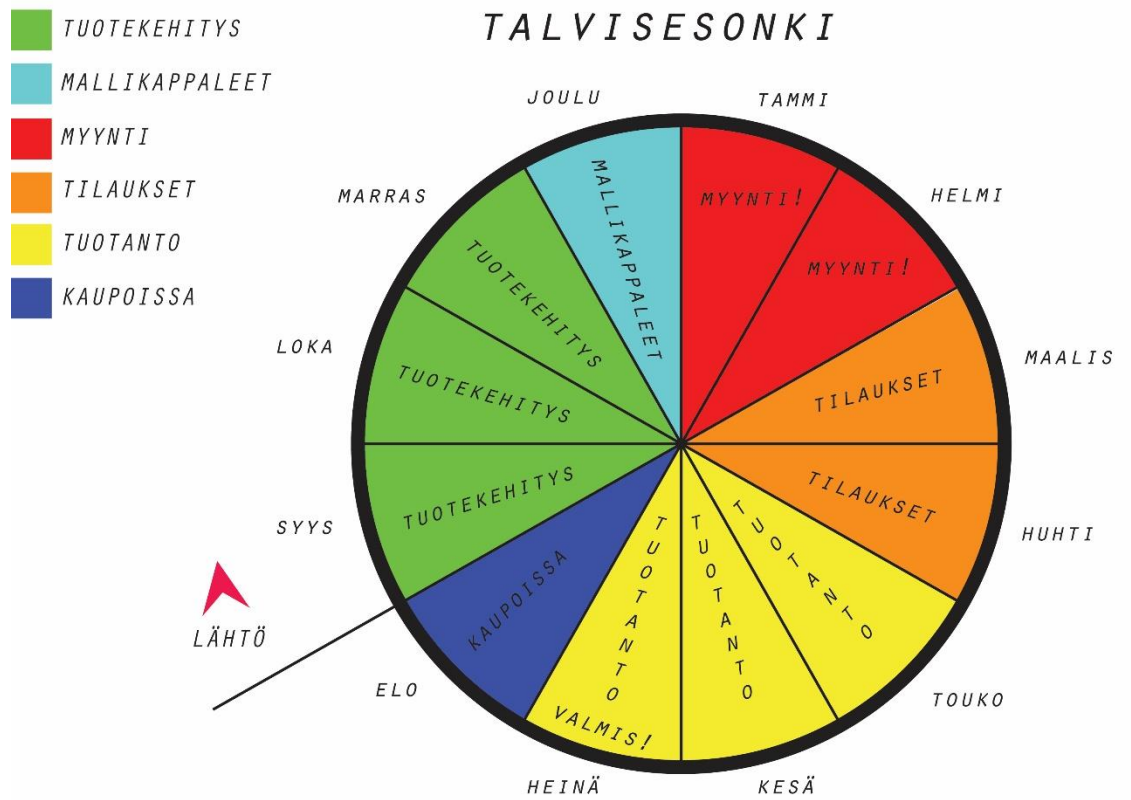
vaativat sesongeissa pysymistä, koska juuri messuilta jälleenmyyjät tekevät sisäänostoja. Sisäänostajat haluavat tehdä tilauksia kahteen sesonkiin, koska asiakkaat odottavat aina uusia tuotteita kauppojen hyllyille. Pölkki kuitenkin väittää, että muotibisnes on nyt murroksessa ja kaikki voi vielä muuttua. Hän mukaansa tehtaot eivät ilahtuisi jos suunnittelija tilaisi tuotteita vain kerran vuodessa. Se on tehtaille menetettyä aikaa ja rahaa. Tehtaot haluavat, että suunnittelija tilaa niiltä mahdollisimman paljon tuotteita, koska se on niille tulonlähde.

Myös Saint Vacant suunnittelee mallistonsa kahteen sesonkiin, ainakin tois-
taiseksi. Tulevaisuudessa Lax tuottaa mallistonsa sesonkien ulkopuolella. Hän poistui sesonkiajattelusta, koska hänen yrityksensä tavoitteena on paikallisuuden ja ekologisuuden korostaminen. Lax kuitenkin lisää, että jos ei ole mahdollisuutta tehdä ekologisia tuotteita, kannattaa tehdä tuotteita jotka kestävät, ja joita voi korjata. Laxin mukaan hänellä kahdesta sesongista toimii paremmin syksy/talvi. Hänen mielestään tämä johtuu siitä, että hänen tuotteensa ovat kokonahkaisia ja jämäkän oloisia. Pölkki puolestaan sanoo leikkimielisesti että hän tekee kahta sesonkia siksi, että ”talvella ei voi myydä sandaaleja” On totta, että suunnittelijan on saatava tuloa yrityksestään vuoden ympäri ja talvellakin on myytävä tuotteita. Pelkkään kesäsesonkiin keskittyminen ei olisi taloudellisesti järkevää.

Laxin mukaan sesongeissa pysyminen on hankalaa, koska teollisessa tuotannossa isot yritykset menevät aina pienempien yritysten edelle tuotantjärjestyksessä. Sesongeista ei saisi myöhästyä, koska asiakkaat odottavat tuotteitaan kaupan hyllylle. Isot ostajat, esimerkiksi tavaratalot, haluavat aina nähdä jotain uutta sesonkien vaihtuessa, siksi uuden malliston pitää olla jo tulossa kun edellinen on vasta myyty. Lax sanoo että markkinatalous on opettanut kuluttajat seuraamaan sesonkeja, jotka on määritelty jo kauan sitten. Hänen mukaan kuluttajat voisivatkin olla valmiita ostamaan tuotteitaan sesonkien ulkopuolella, mutta muotiteollisuus ei toimi tällä tavalla.

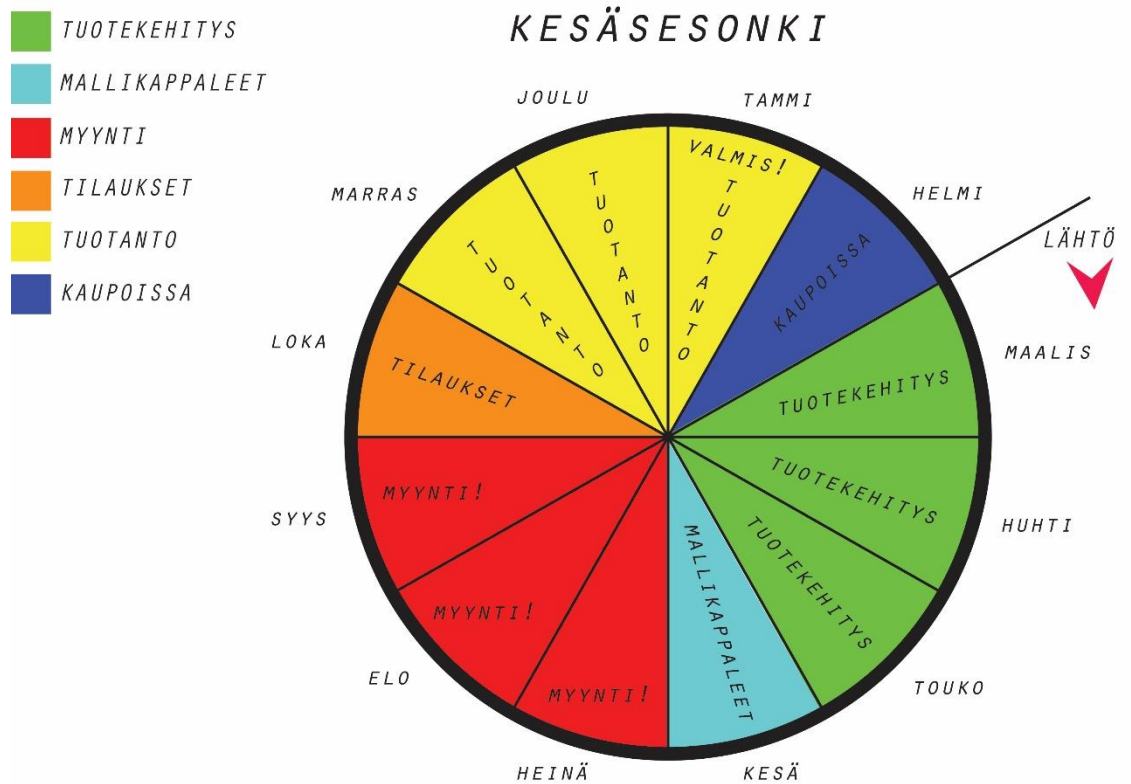
Janne Lax huomauttaa että mallistojen suunnittelussa on syytä ottaa huomioon tuotantomaan sesongit, tai oikeastaan tuotantomaan kulttuuriin kuuluvat juhlapyhät jotka vaikuttavat tuotantoon. Euroopassa talvi- ja kesäsesonkien suhteen aikataulu on sama ja yhtä kiireellinen. Sesonkien läpi käymisessä ei ole eroa. Laxin mukaan Euroopassa meillä on samanlaiset aikataulut tuotannon lomien suhteen, joka tekee tuotannosta helppoa. Kiinassa puolestaan vietetään esimerkiksi kiinalaista uutta vuotta ja muita juhlapyyhiä eri aikaan kuin meillä. Eri maiden juhlapyyhiä aikataulut kannattaa ottaa huomioon tuotantoa suunniteltaessa.

Tuotantoagentti kertoo että Portugalissa tuotannon kiireisimmät sesonkiajat ovat toukokuusta elokuuhun ja marraskuusta tammikuuhun.



Kuvio 5. Talvimalliston suunnitteluympyrä

Talvimallistoa suunniteltaessa tuotekehitys käynnistyy syyskuussa (Kuvio 5). Näytteiden pitää olla myyntivalmiina jo ennen joulua. Mallisto myydään tammi-helmikuussa. Malliston tilaukset otetaan vastaan maaliskuussa. Tehaan tuotanto on valmis heinäkuussa. Tuotteet ovat tällöin kaupoissa elokuussa.



Kuvio 6. Kesämalliston suunnitteluympyrä

Kesämallisto tuotekehitys alkaa maaliskuussa (Kuvio 6). Näytteiden on oltava valmiina jo kesäkuun lopussa. Mallisto myydään elo-syyskuussa. Malliston tilaukset lähetetään tehtaalle syyskuun lopussa ja ne toimitetaan suunnittelijalle tammikuussa. Kesämallisto tulee kauppoihin tammi-helmikuussa.

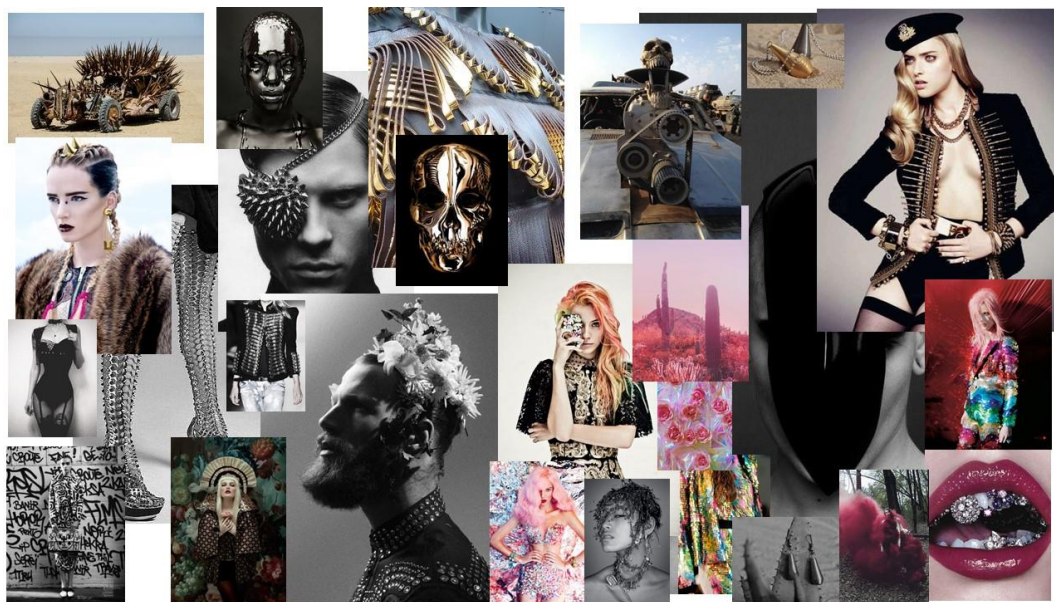
Talvi- ja kesäsesongin tuotannon aikataulut eivät juurikaan eroa toisistaan. Niiden yhtä aikainen suunnittelu ja toteuttaminen voi kuitenkin olla haastavaa monille jalkinealan design-yrittäjille, koska jalkine on yksi monimutkaisimmista tuotteista valmistaa muotiteollisuudessa. Tuotannon aikataulujen hallinta määrittää sesongeissa pysymisen.

4.3 Malliston trendit

Kumpikaan haastateltavista suunnittelijoista ei esitä mallistonsa trendejä tuotannolle. Tämä johtuu siitä, että molempien suunnittelijoiden mielestä heidän mallistonsa eivät seuraa nopeasti muuttuvia trendejä. Heidän mallistonsa keskittyvät kuluttajien pitempiaikaisiin mieltymyksiin kuten nykyiseen vallitsevaan kiinnostukseen ekologisuudesta ja eettisyydestä. Lax kertoo että trendien suhteen hän on yrittänyt seurata lähinnä sisäistä ääntään. Hänen mukaansa tuotteen pitkäikäisyys ja korjattavuus ovat tämän hetken trendi ja siihen hän yrittää tuotteillaan vastata. Laxin mukaan suunnittelija on sellaisessa roolissa, jossa hän päättää minkälaisia tuotteita valmistetaan

ja minkälaisia aatteita tuotteet edustavat. Lax kertoo tutustuvansa trendien nusteisiin, koska hän haluaa tietää minkätyyppisiä muutoksia trendeihin on tulossa. Hän ei yleensä seuraa trendejä täsmällisesti. Lax sanoo, että suunnittelija ei voi välttyä trendien kohtaamiselta, usein trendit vaikuttavat suunnittelijaan alitajuntaisesti.

Kuitenkin Lax sanoo, että jos suunnittelija valmistaa trendilähtöisempää mallistoa voisi hän esitellä mallistonsa tuotannolle aina trendeistä asti. Trendit tuotannolle voisi esittää sesongin värikartan ja muiden trendielementtien kautta. Kuvallista tyylikarttaa Lax ei tuotannolle esittäisi, koska tuotannon henkilöt eivät lopulta ole niitä henkilöitä jotka seuraisivat trendejä. Tuotantoa kiinnostavat lähinnä tuotantotekniset asiat.



Kuva 12. "W16 Kajo" -jalkinemalliston trendikartta

Kirjoittajan "W16 Kajo" -mallistossa ei ole seurattu mitään erityistä trendiä jonka jokin ulkopuolinen taho, kuten trendiennustetoimisto olisi määrittänyt (Kuva 12). Mallisto sai kuitenkin inspiraatiota ajankohtaisista asioista kuten uudesta Mad Max -elokuvasta. Mikäli suunnittelija haluaisi saada ajankohtaista tietoa tulevista trendeistä on suositeltavaa käyttää WGSN-trendisivustoa tai Urban View-trendiennustetoimistoa, joka sijaitsee Helsingissä. Urban View myy toimistollaan erilaisia trendiennustekirjoja ja värikarttoja. Se järjestää toimistollaan myös erilaisia trendiluentoja.

Mikäli suunnittelija kaipaa tietoa tulevan sesongin väreistä hän voi etsiä tietoa Intercolorista. Intercolor on tulevien trendivärien ennustamiseen erikoistunut kansainvälinen organisaatio, joka kokoaa yhteen sesonkien värien nusteita. Sesonkien värit valitaan aina kansainvälisessä Intercolor-kokouksessa, jossa jokainen jäsenmaa esittelee oman visionsa tulevaisuuden trendiväreistä.

4.4 Malliston laajuus ja jalkinemallit

Pölkin mallistossa on Suomessa valmistettavia puupohjakenkiä jo 27 eri mallia. Lisäksi Pölkillä on Portugalissa tuotettava mallistonsa, jossa on useita malleja ja väri vaihtoehtoja. Lax kertoo että hänen mallistossaan on tähän mennessä ollut noin 30-40 erilaista mallia, jos laskee yhteen kaikki kengät ja laukut joita hän on teollisesti valmistanut.

Ensimmäisen teollisen malliston koko eli toisin sanoen laajuus on yleensä ensimmäisiä asioita jotka mietityttävät suunnittelijaa. Pölkin mukaan ensimmäiseksi kannattaa selvittää tehtaalta itseltään mitä se pystyy tekemään tuotantoteknisesti ja mitä komponentteja sillä on valmiina. Saman asian voi selvittää myös tuotantoagentin kautta. Malliston laajuudesta hän kertoo, että kovin pienellä mallistolla ei kannata aloittaa, kun sitä ei voi oikein mallistoksi voi kutsua. Kolme mallia sisältävä mallisto saattaa olla minimi. Hänen mukaansa monet kaupat eivät edes noteeraa mallistoa, jos se on liian pieni. Pölkki kertoo myös että, mallisto ei voi myöskään olla liian suuri. Mallisto pitää pystyä hallitsemaan myynnillisesti ja markkinoinnin puolesta, ja malliston koko vaikuttaa myös malliston hallittavuuteen. Lax puhui malliston hallittavuudesta sanoessaan, että uuden malliston kanssa kannattaa olla täsmällinen. Tuotannolle ei kannata esittää mallistoa jossa on 30 eri mallia, ja josta jokaisesta tehdään viisi eri väriä. Hänen mielestään suunnittelijan pitää pystyä karsimaan mallistoaan ja ymmärtää että suunniteltu mallisto pitää myös myydä. Suunnittelijan pitää myös huomioida että jokaista tilattua väriä kohti saattaa joutua tilaamaan useamman sataa paria. Aloittelevalla tuotemerkillä tähän ei luultavasti ole varaa.

Tuotantoagentin mukaan ongelmana malliston suunnittelussa on usein sen laajuus ja tätä kautta malliston hallittavuus. Tuotantoagentin kertoo, että suunnittelijat myös muuttavat mieltään malliston kokonaisuudesta liian usein. Tuotannolle pitäisi esittää täysin valmiiksi mietitty mallisto. Suunnittelijan pitäisi tietää, mitä hän haluaa ennen kuin esittelee mallistonsa tuotannolle, koska vaihtoehtoja tuotantoratkaisuille on paljon.

Tuotantoagentti sanoo, että mallistossa täytyy näkyä myös ammatillinen osaaminen ja ymmärrys jalkinealasta. Näin ollen tuotettava mallisto on myös hyvä sijoitus tehtaalle, jos tehdas näkee sen tuottamisessa kaupallisen potentiaalin. Tuotantoagentin mukaan tärkein asia on kuitenkin että suunnittelija kunnioittaa tehdasta. Suunnittelijan on myös oltava itsevarma ja luotettava oman mallistonsa potentiaaliin.

Kirjoittaja suunnitteli omaan kuvitteelliseen jalkinemallistoonsa (Kuva 13) edelle mainittujen tietojen perusteella viisi eri jalkinemallia, kolmessa eri koron korkeudessa. Kuvitteellisen malliston jalkineet pohjautuvat ”W16 Kajo” -malliston jalkineeseen. Väri variaatioita olisi jokaisessa mallissa kaksi. Näin ollen mallistossa olisi yhteensä kymmenen erilaista jalkinetta. Tämänkokoinen mallisto olisi mielestäni kohtalaisen helppo hallita tuotannossa, ja siinä on sopivasti variaatiota mahdollista myyntiä ajatellen.

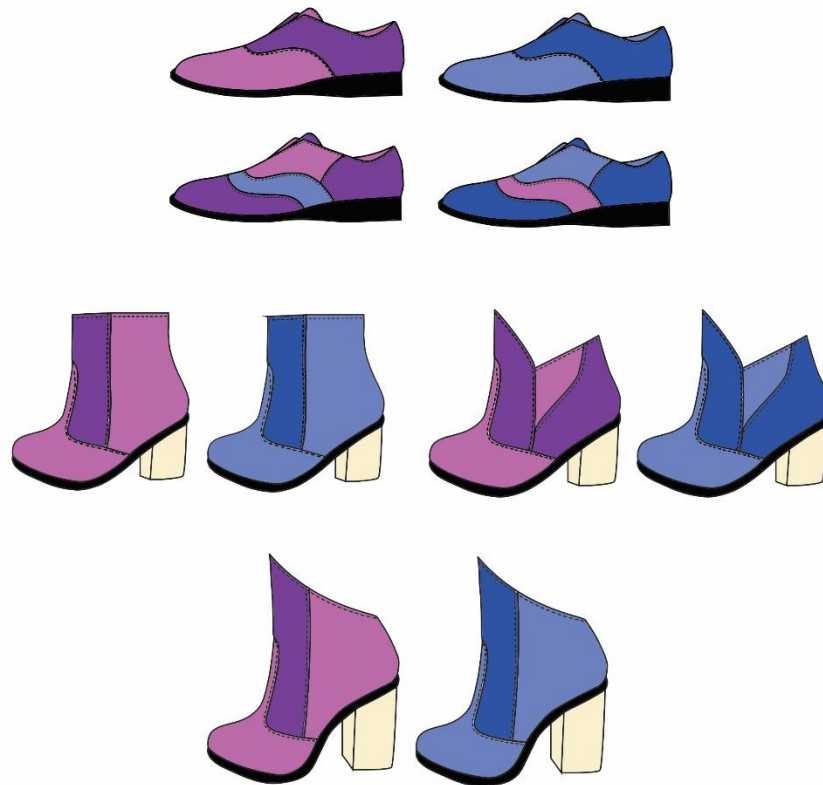
MALLISTON LAAJUUS:

*5 ERI PÄÄLLISEN
MALLIA*

3 ERI KORKOMALLIA

*JOKAISESTA MALLISTA
KAKSI VÄRIVAIHTOEHTOA*

KOOT: 37-41



Kuva 13. Kuvitteellisen malliston laajuus

4.5 Materiaalit ja komponentit

Pölkin malliston puupohjakengät tehdään Suomessa, Myrskylässä. Myrskylän tehtaassa mallistoon valmistettiin myös täysin oma pohja. Pölkin Portugalin-malliston materiaalit tulevat tehtaan kautta. Pölkin mielestä malliston eri komponenttien kokoaminen itsenäisesti ei ole järkevää yrityksen ajankäytön kannalta. Suomen-malliston kanssa toimiessa Pölkki kokoaa kaikki materiaalit tehtaalle, mutta Portugalin-malliston kanssa hän vain valitsee materiaalit ja tehdas kokoaa ne hänen ohjeistuksen mukaisesti tuotantoa varten. Uusia materiaaleja Pölkki hankkii tehtaan kautta suoraan, kiertämällä läpi paikallisia tavarantoimittajia. Hän ei omien sanojensa mukaan

käy juurikaan hankkimassa materiaaleja messuilta. Kiertäessään alihankintayrityksiä Portugalissa hän ottaa tuotteiden näytteet ja koodit tavarantomittajilta ja suunnittelee malliston niiden perusteella. Samat lestit ja pohjat toistuvat Pölkin mallistoissa, jotta komponentteja voitaisiin käyttää mahdollisimman tehokkaasti. Hänellä on tällä hetkellä mallistossaan kuusi erilaista pohjaa.

Lax puolestaan saattaa käydä pari kertaa vuodessa erilaisissa tehtaissa katsomassa uusia materiaaleja. Hän sanoo, ettei ole löytänyt kovin hyviä komponenttiosia josta löytäisi esimerkiksi jalkineiden pohjia. Näiden komponenttien löytämiseksi Lax käyttää usein tuotantoagenttia. Yleensä tehdas tietää paremmin, mitkä komponentit sopivat sen tuotantoon tai mitkä pin-kopohjat käyvät sen lesteille. Lax kertoo että tehdaskäyntien aikana on tärkeää kerätä materiaaleja ja verkostoitua. Suositeltavista tapahtumista hän mainitsee Linnea Pellen, joka on italialainen nahka-alan myyntitapahtuma. Tuotantoagentin kertoo että tuotantoagentin työtehtäviin kuuluu myös materiaalien hankinta, mikäli suunnittelija niin haluaa. Tuotantoagentti voi koota kaikki tarvittavat materiaalit ja komponentit, joita jalkineissa tarvitaan tuotantoa varten. Suunnittelijan täytyy tätä varten antaa tuotantoagentille tarkat suunnitelmat malliston jalkineiden materiaaleista ja komponenteista. Lisäksi suunnittelijan täytyy antaa tuotantoagentille tavoitehinta. Tuotantoagentti valitsee näiden asioiden perusteella suunnittelijan malliston jalkinemalleille sopivan tehtaan, minne hän kokoaa kaikki materiaalit.

Alla olevassa kuvassa 14 kirjoittaja esittää miten paljon erilaisia materiaaleja ja komponentteja hänen ”W16 Kajo” -malliston korkeakorkoiseen jalkineeseen kuuluu. Tämän malliston materiaalinäytteet kirjoittaja esittää kuvassa (Kuva 15).

PÄÄLISOSAN MATERIAALIT:

PINTANAHKA
KÄRKIKOVIKE
KAPPI
NAHKAVUORI
TUKIVUORI
VETOKETJU
TUKITEIPPI
LANGAT
MAITOLIIMA



POHJAOSAN MATERIAALIT JA
KOMONENTIT:

PINKOPOHJA
EVA
KAPPI
POHJALLINEN
PINNAUSLIIMA
PINNAUSNAULAT
POHJITUSLIIMA
RANDI
KORKO
KORKOLAPPU

Kuva 14. ”W16 Kajo” -jalkinemalliston korkokengän materiaalit ja komponentit



Kuva 15. ”W16 Kajo” -jalkinemalliston päällisen ja vuorin nahat

4.6 Tuotannon dokumentit

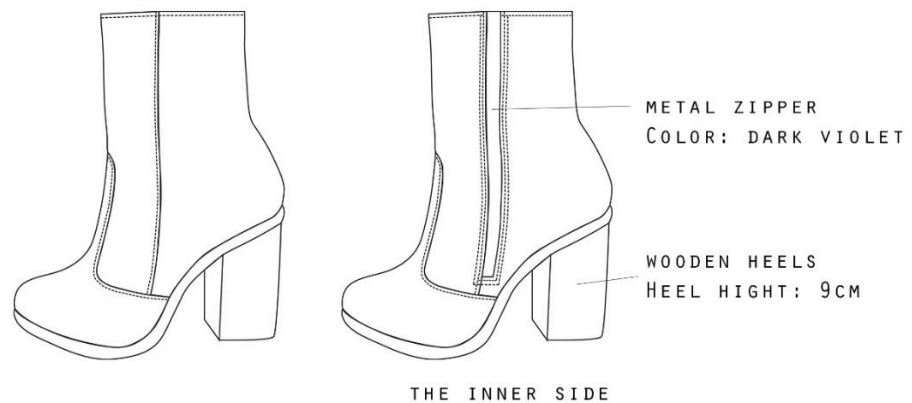
Lax suunnittelee uusia malleja usein vanhaa lestiä muokkaamalla. Hän myös itse piirtää kaavat, jotka hän lähettää tehtaalle prototyypin valmistusta varten. Pölkki piirtää Suomessa valmistettavan mallistonsa kaavat itse. Portugalissa tehdas hoitaa kaavoituksen. Pölkin mukaan hänen itse tekemänsä informaation kaavojen valmistamista varten pitää olla tarkka, jotta kaavoittajan on mahdollisimman helppo työskennellä mallin kanssa. Pölkki sanoo että omista malleistaan hän käyttää mahdollisimman vähän tikkauksia, mutta se on hänelle enemmän ideologinen kuin tuotantotekninen ratkaisu. Laxin mukaan erityiset kohdat pitää merkitä huolellisesti, ja jalkineisiin tehtävät muutokset on merkittävä kissan kokoisen kirjaimin. Lax kertoo, että hänen tuotannon ohjeistuksensa on yleensä A4-kokoinen tuotannonohjeistusdokumentti, johon hän merkitsee kaikki tarvittavat tiedot ja viivapiirroksen tuotteen. Tiedot käytettävistä materiaaleista ilmaistaan yleensä materiaalin tuottajan omilla tuotekoodilla. Lisäksi hän niittaa paperiin kiinni näytepalat tuotteeseen käytettävistä materiaaleista. Tuotannonohjeistuksen hän lähettää sähköpostilla tuotantoagentille Portugaliin. Laxin ei välttämättä tarvitse käydä tehtaalla, koska hän on tehnyt töitä saman tuotantoagentin ja tehtaan kanssa pitkään. Hän kuitenkin sanoo, että jos kysy olisi ensimmäisestä mallistosta, hän suosittelisi käymään paikan päällä tehtaalla tuotannon alussa.

Tuotantoagentti kertoi, että hän tarvitsee tuotannon suunnittelua varten suunnittelijalta jalkinemalliston tekniset piirroukset, jotka sisältävät tiedot toivotuista materiaaleista, väreistä ja komponenteista. Tärkein asia on kuitenkin lestin muoto ja pohja, jotka tuotantoagentin täytyy ensimmäiseksi hankkia. Lestin ja pohjan muoto myös määrittävät millaisessa tehtaassa jalkine voidaan valmistuttaa. Korkeakorkoiset jalkineet valmistetaan usein eri tehtaassa kuin esimerkiksi kävelykengät. Materiaaleista on hyvä esittää materiaalinäytteet ja värikoodit jos ne ovat suunnittelijan tiedossa.

Uutta mallistoa ei siis tarvitse esitellä tuotantoagentille, kaikkine tuotantodokumentteineen, vaan riittää että uusi mallisto esitellään tuotantoagentille teknisten piirrosten avulla. Teknisten viivapiirrosten tukena pitää esittää malliston materiaalit, värit ja toivotut komponentit. Kirjoittaja esittää kuviossa (Kuva 16) miten hän itse esittäisi ”W16 Kajo”-malliston jalkineen alihankintaketjua varten. Kuvissa ei ole esitetty kovin yksityiskohtaisia tietoja jalkineen kaikista materiaaleista ja komponenteista, koska oletettavasti ne




eivät olisi vielä suunnittelijan tiedossa suunnittelun tässä vaiheessa. Suunnittelija todennäköisesti etsii jalkineeseensa sopivia komponentteja ja materiaaleja yhteistyössä tehtaan tai tuotantoagentin kanssa, mikäli sopimus malliston tuotannosta saataisiin aikaan. Tuotantodokumentilla puolestaan esitellään malliston jalkineen tuotantosuunnitelmat, sellaiselle jalkineelle joka on menossa teolliseen tuotantoon (Kuva 17). Teollista tuotantoa varten tuotantodokumentissa esitellään paljon yksityiskohtaisempaa tietoa jalkineen materiaaleista ja komponenteista. Tuotantodokumentissa esitetään esimerkiksi valitun lestin nimi, jalkineesta valmistettavat koot, jalkineen laajuus, materiaalien ja komponenttien tuotekoodit, sekä tarkemmat tiedot jalkineen päällisen viimeistelystä.

LINE DRAWINGS :



COLORS AND MATERIALS :



1.  UPPER LEATHER:
REINDEER HIDE
COLOR: DARK VIOLET
2.  UPPER LEATHER:
COW HIDE
COLOR: CROCODILE PATTERN, METALLIC PINK
3.  LINING LEATHER:
COW HIDE
COLOR: VIOLET

Kuva 16. Esimerkki jalkinemalliston esittämisestä teknisten piirrosten avulla



Kuva 17. Tuotantodokumentti ”W16 Kajo” -malliston jalkineelle.

4.7 Prototyyppi

Kumpikaan suunnittelijoista ei valmista prototyyppjä mallistonsa uusista jalkinemalleista. He lähettävät kaavat tai tuotanto-ohjeistuksen tehtaalle. Tämä johtuu siitä että he ovat toimineet yhteistyössä tuotantoagenttinsa tai tehtaansa kanssa niin kauan, että he pystyvät tulkitsemaan malliston muutoksia kuvallisen ohjeistuksen perusteella. Lax sanoo, että ensimmäisen malliston kohdalla voisi olla hyvä asia että malliston jalkineet esitellään tuotannolle prototyyppinä.

Molemmat suunnittelijat valmistuttavat mallistostaan mallikappaleen. Mallikappale tuotteesta valmistetaan vasta kun yhteistyöstä tehtaan kanssa on sovittu. Mallikappale on tarkoitettu erityisesti malliston myymistä varten. Mallikappaleiden avulla mallisto esitellään sisäänostajille ennen varsinaisen tuotannon aloittamista. Mallikappaleiden avulla voidaan myös tarkastella tuotannon laatua.

Opinnäytetyön kirjoittajan ”W16 Kajo”-malliston jalkine on prototyyppi (Kuva 18) jota voitaisiin käyttää apuna jalkineen teollista tuotantoa suunniteltaessa. Prototyyppi havainnollistaa jalkineeseen suunnitellut muodot ja tekniset ratkaisut.



Kuva 18. ”W16 Kajo” -jalkinemalliston prototyyppi

4.8 Myyntikanavat ja maksut

”Oleellinen osa suunnittelijan työtä on, että jossain vaiheessa tuotteet myös myydään, niitä ei vain suunnitella. Myynti- ja markkinointityö on noin 90 prosenttia suunnittelijan työstä” (Terhi Pölkin haastattelussa 13.4.2016.) Tämä voisi suunnittelijan näkökulmasta tarkoittaa, että hyvin suunniteltu ei olekaan puoliksi tehty, niin kuin sananlaskussa tavataan sanoa. Pölkki painottaa myös, että aloittelevalle merkille on tärkeää että tuotteet olisivat aina ajoissa. Tämä on alussa haastavaa, koska suuremmat merkit dominoivat tuotantoa.

Lax puolestaan totesi haastattelun aikana, että hän ei ole mikään myyntimies, mutta on oppinut myymisen taidon tekemisen kautta. Hän sanoo, että tuotantoagenttia eivät kiinnosta tulevat myyntikanavat. Pääasia on, että teet kunnon tilauksia. Hänen mielestään suunnittelijan täytyy myös ymmärtää, että malliston koon ja tuotannon tilauksen pitää olla linjassa. Tehtaan näkökulmasta ei ole hyvä asia, jos suunnittelijan malliston laajuus on valtava mutta malliston tilauserät pieniä. Myös tuotantoagentti vahvistaa omalta osaltaan tämän tiedon. Tehdas ei halua tuottaa mallistoa jos tuotantomäärät vaikuttavat liian pieniltä.

Tuotantoagentti sanoo että suunnittelijan on hyvä esittää vakuus valmistettavan malliston maksusta. Tehdas ei halua ottaa tuotantoon mallistoa, josta suunnittelijalla ei ole maksutakeita. Suunnittelijalla on hyvä olla säästettyä pääomaa, jolla hän voi vakuuttaa maksuaikeensa. *”Älä kuitenkaan koskaan maksa ennen kuin tavara on sinulla.”* sanoo Terhi Pölkki haastattelun aikana.

4.9 Yleistietoa tuotantoagentin käyttämisestä

Haastateltavista yrityksistä Saint Vacantin tuotemerkin Janne Lax kertoi omia kokemuksiaan työskentelystä tuotantoagentin kanssa. Terhi Pölkki puolestaan ei ole käyttänyt koko uransa aikana tuotantoagenttia ja kertoi kokemuksistaan siitä näkökulmasta.

Ensimmäisenä monille tulevat varmasti mieleen tuotantoagentin provisiot. Lax kertoo, että tuotantoagentin provisiot vaihtelevat alueittain. Yleensä proviisio on noin kymmenen prosentin molemmin puolin. Proviisio lisätään tuotantoon menneen tuotteen hintaan. Toisena suunnittelijoita askarruttava asia on yleensä tehtaiden kilpailutus, tähänkin suunnittelija voi saada apua tuotantoagentilta. Tuotantoagentin kanssa pääsee myös tehdaskäynneille. Tehdaskäyntien aikana hoidetaan sosiaalisia suhteita ja seurataan tuotannon suurimpia vaiheita, kuten esimerkiksi mallikappaleen tekoa.

Kun kokonaistuotantohinta pitää maksaa tuotannolle, laskutusvaihtoehtoina ovat, että tuotantoagentti laskuttaa suunnittelijaa kaikesta, tai että suunnittelija itse hoitaa kaikkien eri tehtaiden laskut itse. Suunnittelijalle on helpompaa että tuotantoagentti laskuttaa suunnittelijaa koko tuotannosta. Näin suunnittelijan on helpompi pysyä kartalla laskuistaan, kun suunnittelijalla on vain yksi osoite johon maksaa laskut. Tässä tapauksessa suunnittelija saa tuotantoagentilta laskun johon on eriteltynä kaikki tuotannon materiaalien määrät ja yhteenvedon kuluista. Kun tuotteet tuotannon päätyttyä lähetetään suunnittelijalle, tuotantoagentti yleensä hoitaa myös tuotteiden lähetyksen. Näin suunnittelija saa yleensä parhaan hinnan, kertoo Lax. Rahdit ja tuotannon materiaalit hoidetaan yleensä läpilaskutuksena, sillä niihin ei ole lisätty tuotantoagentin provisiota. Lax sanoo olevansa eniten yhteydessä tuotantoagenttiin kun tuotekehitys on kesken tai kun tuotantotilaukset tehdään.

Pölkille oli koko ajan selvää, että hän ei halua käyttää tuotantoagenttia. Hän ei halunnut ylimääräisiä välikäsiä hänen itsensä ja tehtaan väliin. Syy siihen oli, että informaatio voi helposti muuttua matkan varrella jos välikäsiä on paljon. Hän onnistui löytämään tehtaansa ystävänsä vinkin avulla, ja on työskennellyt saman tehtaan kanssa siitä asti. Tämän vuoksi hän ei myöskään ole tarvinnut koskaan tuotantoagenttia.

Pölkin mielestä suunnittelijalla pitää olla suora kontakti tehtaalle, jotta suunnittelija voi täydellisesti valvoa mallistonsa tuotantoa. Hänen mukaansa on tarpeetonta maksaa tuotantoagentille provisiota välikätenä toimimisesta. Pölkki ajattelee, että agentin käyttämisessä on se riski, että suunnittelija ei koskaan itse tutustu tehtaaseen. Suunnittelija ei voi myöskään tietää miten tuotantoagentti todellisuudessa hoitaa suhteet tehtaaseen. Se voi Pölkin mielestä kostautua suunnittelijalle. Hän painottaa sitä miten tärkeää on olla säännöllisesti yhteydessä tehtaaseen. Hän vertaa tehtaan kanssa toimimista parisuhteeseen jota pitää hoitaa jatkuvasti. Pölkki itse pitää tehtaaseensa yhteyttä melkein päivittäin, Skypen välityksellä. Tehdas on ehdottomasti hänen tärkein yhteistyökumppaninsa. Pölkin mielestä myös hintojen neuvottelu on helpompaa, kun on suorassa yhteydessä tehtaaseen. Hän kertoo että myös reagoiminen muuttuviin tilanteisiin on helpompaa. Esimerkiksi, jos tehtaalta loppuisi jokin tietynlaisen värinen nahka, pystyy

suunnittelija tehtaan kanssa suoraan toimittaessa keksimään nopeasti ratkaisun ongelmaan. Pölkki tarkastaa tuotannosta tulevien tuotteiden laadun itse Suomessa, ennen kuin tuotteet lähetetään jälleenmyyjille. Pölkki kertoo, että hän on joskus kuullut miten tuotantoagentit saattavat tuottaa mallikapaleet eri paikassa kuin missä varsinainen massatuotanto tapahtuu. Tämän takia tuotteiden työnjälki voi lopulta olla erilaista.

Tuotantoagentti itse kertoo, että tuotantoagentin käyttämisen edut ovat erityisesti tuotantoagentin suhteissa tuotantoon. Tuotantoagentti osaa valikoida juuri suunnittelijan tarpeisiin sopivan tehtaan ja tietää tuotteiden oikean markkinahinnan. Tuotantoagentti tarjoaa myös tarpeellista apua tuotekehitykseen, yhteydenpitoon ja laadunvalvontaan tehtailla. Tuotantoagentti hoitaa myös kilpailutuksen tehtaiden välillä. Tuotantoagentin provisiot liikkuvat viiden ja kahdenkymmenen prosentin välillä, riippuen tuotantoagentista ja suunnittelijan tilausmäärästä.

Tuotantoagentti myös suosittelee, että suunnittelija on yhteydessä tuotantoagenttiin niin usein kuin on tarpeellista. Hän neuvoi, että suunnittelijan pitäisi etsiä luotettava tuotantoagentti partnerikseen siltä alueelta jossa haluaa tuotteensa valmistaa. Suunnittelijan ei niinkään pitäisi miettiä komissioiden suuruutta, vaan sitä miltä kaikelta ongelmilta suunnittelija voi säästyä, kun hän toimii yhdessä henkilön kanssa joka tuntee tuotannon kohde- maassa. Tuotantoagentti voi myös säästää suunnittelijan kallista aikaa koostamalla kaikki tarvittavat materiaalit ja komponentit tehtaalle suunnittelijan puolesta. Tuotantoagentti painottaa ajattelemaan sitä, että jalkine on yksi vaikeimmista tuotteista valmistaa teollisessa tuotannossa. Tuotantoagentti voi auttaa tasoittamaan tätä polkua.

5 TULOKSET

Opinnäytetyössä etsittiin vastausta kysymykseen; Miten aloittelevan jalkinealan design-yrittäjän tulisi ohjeistaa uusi mallistonsa alihankintaketjulle tai tuotantoagentille? Lisäkysymyksenä mietittiin miten tuotantoagentin kanssa toimitaan ja mitä teollisen jalkinemalliston suunnittelussa pitää ottaa huomioon? Tämän opinnäytetyön tuloksena saatiin tärkeää tietoa jalkineiden valmistuksen teollisesta näkökulmasta, jota nuori design-alan yrittäjä voi käyttää hyväkseen uuden mallistonsa suunnittelussa.

Erytisesti tuotantoagentin haastattelusta kävi ilmi, että jalkinealan aloittelevilla design-yrittäjillä on liian vähän tietoa teollisen tuotannon vaatimuksista, kun he tarjoavat uutta mallistoaan tuotantoon. Teollista tuotantoa varten suunnittelijan pitää olla valmis esittämään mallistonsa yksityiskohtaiset ratkaisut, jossa näkyy kuinka itse tuote tullaan valmistamaan. Mikäli suunnittelija esittelee ensimmäisen mallistonsa suunnitelmat tuotantoagentille, pitää hänen ensin ilmaista tuotettavaa mallistoa koskevat vaatimukset, joiden varaan koko tuotettava mallisto rakentuu. Näitä vaatimuksia ovat malliston laajuus, lestin muoto ja tavoitehinta. Näiden tietojen perusteella tuotantoagentti voi alkaa etsimään sopivaa tuotteiden tuotantopaikkaa. Malliston laajuus vaikuttaa esimerkiksi siihen, minkä suuruudessa tehtaassa jalkineet voidaan valmistaa. Yleensä aloittelevat design-yrittäjät tuottavat pieniä mallistoja, joten malliston laajuus tuskin on ongelma tuotannossa. Tehtaan

tuotantokapasiteetti kannattaa kuitenkin tarkistaa, tulevaisuutta ajatellen. Tuotantokapasiteetin pitäisi pystyä vastaamaan mahdolliseen kasvavaan kysyntään. Lestin muoto puolestaan määrää millaisessa tehtaassa jalkineet pystytään valmistamaan. Tehtaat ovat erikoistuneet erilaisten jalkineiden tuotantoon, joten yleensä korkeakorkoiset jalkineet valmistetaan erilaisessa tehtaassa kuin matalapohjaiset jalkineet. Tavoitehinta vaikuttaa niin ikään valmistuspaikan valintaan. Mitä parempi viimeistely tehtaassa on sitä korkeammat ovat hinnat.

Suunnittelijan on hyvä esitellä tuotantoagentille myös mallistoonsa suunniteltujen jalkineiden tekniset kuvat. Teknisten kuvien avulla tuotantoagentti näkee tarkemmin minkä tyyppisestä jalkineesta on kyse. Teknisten kuvien yhteyteen on myös hyvä valmistaa värikuvat tuotteesta ja niiden yhteyteen liittää materiaalinäytteitä toivotuista materiaaleista. Materiaalit voi ilmaista myös materiaalien omilla koodeilla, mikäli ne ovat tiedossa.

Kun suunnittelija valinnut nämä peruselementit mallistoonsa, tuotantoagentti voi alkaa etsimään oikeanlaista tehdasta malliston jalkineiden tuottamiseksi. Kun oikeanlaiset yhteistyökumppanit ovat löytyneet, suunnittelijan pitää valmistaa mallistostaan tuotantodokumentit eli ”specsit”. Tuotantodokumenteissa esitetään yksityiskohtaiset tiedot kaikista jalkineeseen suunnitelluista materiaaleista ja komponenteista. Tämän avulla jalkineesta valmistetaan mallikappaleet.

Opinnäytetyön tuloksiin saatiin kaksi eri näkökulmaa tuotantoagentin palveluiden hyödyllisyydestä, haastatteleamalla kokeneita jalkinealan design-yrittäjiä. Terhi Pölkkin mielestä tuotantoagentti on ylimääräinen välikäsi suunnittelijan ja tehtaan välissä. Pölkki painotti haastattelussaan miten tärkeää on, että suunnittelija itse tutustuu tuotteitaan valmistavaan tehtaaseen. Pölkkin mukaan suunnittelijan henkilökohtainen suhde tehtaaseen auttaa nopeuttamaan päätöksien tekoa ja helpottaa laadunvalvontaa.

Lax, jolla on käytössään tuotantoagentti, on sitä mieltä että tuotantoagentti säästää suunnittelijan aikaa auttamalla häntä tuotannon suunnittelussa. Lax kokee, että tuotantoagentin käyttäminen auttaa suunnittelijaa keskittymään suunnittelijan puolesta tärkeimpään asiaan eli suunnittelutyöhön. Laxin mielestä suunnittelijan pitäisi pystyä keskittymään mallistonsa suunnitteluun ja antaa tuotantoagentin vastata tuotannollisista asioista.

Yksi esiin tulleista asioista oli, että suunnittelijat haluavat pitää kiinni mallistonsa muotoilufilosofiasta, identiteetistä ja taiteellisuudesta. Suunnittelijoille on tärkeää että heidän henkilökohtainen arvomaailmansa heijastuu heidän suunnittelemistaan tuotteista. Erityisesti eettisyys ja ekologisuus ovat trendejä, jossa suunnittelijat haluavat tällä hetkellä olla mukana. Suunnittelijan oma taiteellinen näkemys voi kuitenkin haitata tuotteen muuntamista teollisesti valmistettavaksi design-tuotteeksi. Suunnittelijan on pystyttävä muuntamaan suunnittelemansa tuote teolliseen tuotantoon sopivaksi. Tämä design-yrittäjältä vaadittava taito tulee esiin erityisesti tuotannon ohjeistuksen eli tuotantodokumenttien laatimisessa.

6 POHDINTA

Opinnäytetyön haasteena oli, että aiheesta ei ollut saatavilla juurikaan kirjoitettua tietoa. Tämän vuoksi opinnäytetyön tärkeimmäksi lähteeksi muodostuivat alalla toimivien henkilöiden haastattelut. Haastatteluista saatiin opinnäytetyöhön runsaasti tietoa niin design-yrittäjän kuin tuotannon näkökulmasta. Jalkinealan design-yrittäjien teemahaastatteluista saatu tieto auttoi myös ryhmittämään selkeän polun kaikelle sille tiedolle jota haastatteluista saatiin. Opinnäytetyön tulosten havainnollistaminen oman malliston kautta oli hyvä tapa kerätyn tiedon esittämiseen. Vaikkakin havainnollistaminen perustui omaan olemassa olevaan mallistoon, oli esimerkiksi malliston laajuuden esittämisessä käytössä täysin kuvitteellinen mallisto, joka oli rakennettu ”W16 Kajo” -jalkinemallistoni korkokengän ympärille. Jatkossa kirjoittaja haluaisi suunnitella opinnäytetyöstä saamillani tiedoilla ja taidoilla oikean jalkinemalliston, jota kirjoittaja voisi tulevaisuudessa lähteä tuottamaan. Opinnäytetyö antoi kirjoittajalle arvokasta tietoa, jota hän voi tulevaisuudessa käyttää hyväkseen omassa yrityksessä, mikäli kirjoittaja haluaa toimia jalkinealan design-yrittäjänä. Kirjoittaja kuitenkin ajattelee, että hän tarvitsee vielä lisää tietoa jalkinealan design-yrittäjänä toimimisesta. Tietoa alasta voisi kartoittaa jalkinealan jatkotutkimnon tai alan työkokemuksen avulla.

Opinnäytetyö toimii myös hyvänä työkaluna niille jalkinealan opiskelijoille, jotka valmistumisensa jälkeen suunnittelevat oman yrityksen perustamista ja jalkinealan design-yrittäjyyttä. Opinnäytetyöstä löytyy selkeästi esitettynä pääkohtia, joita jalkinealan nuoren yrittäjän tulisi ottaa huomioon esittäessään ja ohjeistaessaan uutta mallistoaan alihankintaketjulle.

Aloittelevien jalkinealan design-yrittäjien on syytä muistaa, että tuotteiden suunnittelussa pitää ottaa huomioon teollinen näkökulma. Suunnittelijan on toki annettava tilaa omalle luovuudelleen, mutta luovuus ei saa olla esteenä käytännön ratkaisuille. Liian usein tekniset ratkaisut unohtuvat suunnittelijan malliston suunnitelmista, tai niitä ei ole mietitty tarpeeksi. Alihankintaketjun puolesta tärkeintä on juuri tuotannon tehokkuus, ja siihen he kiinnittävät ensimmäisenä huomiota suunnittelijan tuotteessa. Mikäli suunnittelija tuotannollistaa mallistonsa huolellisesti, on sen helpompi päästä teolliseen tuotantoon ja tätä kautta koko maailman nähtäväksi.

LÄHTEET

KIRJALLISUUS

Breuer, S. 2012. Blue is the new black – The 10 step guide to developing and producing a fashion collection. BIS publishers Amsterdam.

Choklat, A. 2012. Footwear Design. Laurence King Publishing Ltd.

Hirsjärvi, S & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu -Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Yliopistopaino Helsinki.

Nebo, M. Artelogi. Taitoilmiöitä - Skill phenomena. 2014. Taitavat jalkine-suunnittelijat design-yrittäjyyden maailmassa. Käsiteollisuuden tutkimuseura ry. 37-46.

Nebo, M. Modin 5/2014. Design-yrittäjänä jalkinealalla. Muotialan ammattilehti. 42-44.

PAINAMATTOMAT LÄHTEET:

Nebo, M. 2016. Jalkinealan opiskelijoista jalkinemuotoilun yrittäjiksi, selvitys jalkinealan yrittäjyyden alkutaipaleen kulmakivistä. 4.1.2016 Emil Aaltosen Muistorahaston " Kick Off" -tapaaminen. HAMK:n korkeakoulukeskus, Hämeenlinna.

HENKILÖLÄHTEET:

Lax, J. 2016. Design-yrittäjä. Saint Vacant. Helsinki. Haastattelu 12.4.2016.

Pölkki, T. 2016. Design-yrittäjä. Terhi Pölkki Shoes. Helsinki. Haastattelu 13.4.2016.

Afonso, S. 2016. Tuotantoagentti. Portugali. Sähköpostihaastattelu 18.4.2016.

DESIGN-YRITTÄJIEN HAASTATTELUKYSYMYKSET

Terhi Pölkin ja Janne Laxin haastattelut (12.4 ja 13.4.2016)

Trendit

- Seuraavatko mallistosi trendejä?
- Miten esität mallistojesi inspiraation tai trendit tuotantoagentille tai tuotantonnolle?
- Miten haet tietoa tulevista trendeistä?
- Käytätkö trendien esittämisen tueksi kвалistamateriaalia?

Sesongit

- Mihin sesonkeihin teet mallistosi ja miksi?
- Onko sesonkien noudattaminen tarpeellista ja miksi?
- Haluaisitko joskus tehdä malliston sesonkien ulkopuolelle?
- Haluaisitko tehdä enemmän vai vähemmän sesonkeja?
- Miten sesonki vaikuttaa mallistojesi jalkineiden suunnitteluun?

Malliston laajuus ja kohderyhmä

- Kuinka laajalla mallistolla on hyvä aloittaa teollinen tuotanto?
- Kuinka laajaa mallistoa tehtaat vaativat?
- Kuinka monta erilaista mallia ja väriä on hyvä olla mallistossa. (Variaatiot)
- Miten valitsit mallistosi kohderyhmän ja ketä kohderyhmääsi kuuluu?
- Miten kohderyhmä vaikuttaa malliston suunnitteluun?

Malliston materiaalit ja komponentit

- Mistä materiaalit kuten jalkineet nahat ja kankaat hankitaan?
- Milloin suunniteltavan malliston materiaalit tulee hankkia?
- Kuinka pitkä toimitusajat materiaaleilla on?
- Miten materiaalit rahdataan Suomeen?
- Onko rahti hinta kallis? Sisällytätkö sen suunniteltavien kenkien hintaan?
- Miten komponentteja voidaan käyttää mahdollisimman tehokkaasti jalkineessa?
- Mitkä komponentit pysyvät samoina pisimpään?
- Miten saat samaa materiaalia tuotantoon kuin mitä olet käyttänyt mallikapaleessa? (tilaatko materiaalin koko tuotantoa varten, ennen kuin olet myynyt malliston?)

Tekniset piirrokset ja kaavapaketti

- Mitä teknisissä piirustuksissa tulisi esittää?
- Mitä tulee ottaa huomioon teknisten piirrosten merkinnöissä? (tulkinta)
- Millainen on hyvä kaavapaketti?

DESIGN-YRITTÄJIEN HAASTATTELUKYSYMYKSET

- Miten mallisto esitellään tuotantoagentille? (sähköisesti vai lookbook)
- Esitelläänkö mallisto tuotantoagentille kasvotusten, paikanpäällä? (kelpaako sähköposti)

Proto

- Teetätkö suunnittelemistasi jalkinemalleista protot?
- Mihin tarkoituksen käytät näitä protoja?
- Pitääkö tuotantoagentille esittää jalkineen proto? (ennen mallikappaleen valmistusta)

Myyntikanavat

- Mitä vaaditaan kaupallisesti menestyvältä jalkinemallistolta?
- Haluaako tuotantoagentti tietää missä kenkiä aikoo myydä?
- Pitäisikö mallistoa esitellessä olla valmiina lista potentiaalisista jälleenmyyjistä?
- Ennakkotilaavatko jälleenmyyjät seuraavan malliston liikkeisiin?
- Miten esittelet uuden mallistosi jo olemassa olevilla jälleenmyyjille?
- Esitteletkö/myytkö seuraavan malliston jälleenmyyjille henkilökohtaisesti liikkeessä?

Aikataulu

- Miten aikaisin uutta mallistoa aletaan suunnittelemaan?
- Kuinka kauan jalkinemalliston tuotanto kestää?

Kauan mallikappaleiden teko kestää?

Yleistä tietoa tuotantoagentista

- Käytätkö tuotantoagenttia?
- Kuinka usein olet yhteydessä tuotantoagenttiisi?
- Millainen on tuotantoagentin provisio?
- Käytätkö tuotantoagentin palveluja jatkuvasti vai vaan ensimmäisen malliston tuotannon ajan?
- Kilpailuttaako tuotantoagentti tehtaata?
- Miten ylläpidät alihankinta ketjuasi?
- Millä perusteella tehdas suostuu valmistamaan mallikappaleen jalkineesta?
- Kuinka monta kertaa vuodessa vierailen tehtaallasi?
- Minkälaisia asioita hoidat näiden tehdas käyntien aikana?
- Mikä on jalkinealalla pienin mahdollinen tuotantomäärä?

TUOTANTOAGENTIN HAASTATELUKYSYMYKSET

Tuotantoagentti Serafin Afonson sähköpostihaastattelu (18.4.2016)

1. Tell us briefly about our own career. How long have you worked in the footwear sector? What kind of jobs you have worked with?
2. How do you feel about the shoe industry today?
3. Can designer be directly connected to the factory? (Without the production agent as an intermediary)
4. What are the benefits of using the manufacturing agent?
5. What is the most common reason why the factory don't want to manufacture the shoe collection to the young shoe designer?
6. How extensive (large) shoe collection must be so that factory can start the production?
7. How the designer should present the new footwear collection for the production agent? What details of the shoe collection manufacturing agent will need for the factory?
8. Does the manufacturing agent assemble the all the necessary shoe components to the factory for the production? (sourcing)
9. Does manufacturing agent handle the competitive bidding between the factories?
10. Is the quality inspection part of the manufacturing agent job?
11. What is the common fee of the manufacturing agent?
12. How often designer should be connected with the production agent?
13. Will the manufacturing agent take designers for the factory visits?
14. When the shoe factory has the busiest seasons? When is the quietest time in production?