

NÄYTÖSJALKINEEN TUOTEKEHITYS KAUPALLISEKSI JALKINEEKSI



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Vismäki, Muotoilun koulutusohjelma

Kevät, 2019

Karoliina Grym

Muotoilun koulutusohjelma
Visamäki

Tekijä	Karoliina Grym	Vuosi 2019
Työn nimi	Näytösjalkineen tuotekehitys kaupalliseksi jalkineeksi	
Työn ohjaaja/t	Merianne Nebo, Mirja Niemelä	

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää jo olemassa olevasta jalkineparista kaupallinen pienmallisto. Opinnäytetyö painottuu tuotekehitykseen ja suunnitteluun käyttäen erilaisia muotoilun menetelmiä ja ideointia. Tarkoituksena on ymmärtää kaupallisuutta ja trendien vaikutusta jalkineen suunnitteluun.

Kirjallisuutta, artikkeleja ja muuta mediaa on käytetty opinnäytetyön pääasiallisina lähteinä. Tiedon hankintaa on tehty myös kyselyllä ja henkilöhaastattelulla. Kirjallisen materiaalin avulla tuotekehityksestä ja jalkineesta saadut tiedot siirrettiin malliston suunnitteluprosessiin haastattelun ja muun käyttäjätiedon ohella.

Mallistoon kuuluu kolme jalkineparia, jotka ovat saaneet inspiraation keuhalla 2018 valmistetusta Vixen-jalkinemallistosta ja se yksityiskohdista. Opinnäytetyön pääasiallisena inspiraation lähteenä toimii kuitenkin Marie-kävelykenkä. Opinnäytetyön suunnitteluprosessin lopputuloksena syntyi digitaalisesti esitetty pienmallisto ja yleisluontoinen käsitys jalkineen tuotekehityksestä ja siihen vaikuttavista tekijöistä.

Avainsanat jalkinemuotoilu, tuotekehitys, kaupallisuus, trendit

Sivut 33 sivua, joista liitteitä 1 sivu

Degree Programme in Design
Visamäki

Author Karoliina Grym **Year** 2019

Subject From Idea To Commercial Footwear

Supervisors Merianne Nebo, Mirja Niemelä

ABSTRACT

The aim of the thesis was to do research on product development and commercial footwear. The focus was to use the research to create a 3-pair collection using an older collection as inspiration. The thesis focuses on product development and footwear design using different design methods and source material. The goal was to understand commercial design and explore how trends influence footwear design.

The Theoretical background for this thesis comes from literature, trend forecasts, user survey, and an interview. The theoretical background deals particularly with product development, how to design a shoe and what influences the design process.

The outcome of the research work was to design a commercial footwear collection based on the information gathered. The final collection is presented as digital drawings and collection maps. The results of the study was a general understanding of the product development of footwear and the influential factors in design.

Keywords shoe design, product development, commercial footwear, fashion

Pages 33 pages including appendices 1 page

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Aiheen valinta	2
1.2	Työn keskeinen idea.....	2
1.3	Opinnäytetyön tavoitteet ja tulos.....	3
1.4	Kysymysten asettelu	3
1.5	Viitekehys ja prosessikaavio.....	3
1.6	Tiedonhankintamenetelmät	5
1.7	Käsitteet.....	6
2	JALKINEEN TUOTEKEHITYS	7
2.1	Jalkineen tuotekehitys	8
2.2	Kaupallinen jalkine ja eettisyys	9
2.3	Trendiennustus	9
2.4	Lähtökohta	10
2.4.1	Vixen- mallisto.....	11
2.4.2	Marie –jalkinepari	13
2.5	Naisten kävelykenkä käyttäjän näkökulmasta	14
2.5.1	Käyttäjätutkimus	15
2.5.2	Haastattelu	16
3	SUUNNITTELUUN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT	18
3.1	Kohderyhmä.....	18
3.2	Vuoden 2020 trendit.....	19
3.3	Verrattavat brändit	20
4	SUUNNITTELUPROSESSI	22
5	POHDINTA JA ITSEARVIOINTI	30
	LÄHTEET	31

Liitteet

Liite 1 Kyselyn kysymykset

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tavoitteena on kehittää jo olemassa olevasta jalkineparista kaupallinen pienmallisto. Jalkinepari, johon tuotekehitys ja opinnäytetyön aikana suunniteltava mallisto perustuu on esitetty aikaisemmin opintojen osana olleessa muotinäytösprojektissa. Muotinäytös kuului työelämäprojekti-moduuliin ja se tehtiin yhteistyössä useiden muiden opiskelijoiden kanssa.

Opinnäytetyö painottuu tuotekehitykseen ja suunnitteluun ja siinä käytetään erilaisia muotoilun menetelmiä ja ideointia. Tarkoituksena on ymmärtää asiakasryhmää ja trendien vaikutusta jalkinemarkkinoihin. Kaupallisen jalkineen suunnittelussa tulee ottaa huomioon trendien tärkeys ja asiakkaan tarpeet sekä eri sesongit. Myös tuotekehityksen ymmärtäminen on tärkeä osa tätä työtä.

Pienmalliston esittäminen tapahtuu digitaalisesti viivapiirrosten ja mallistokartan avulla. Myös värikonseptit ja materiaalit esitellään digitaalisesti. Työn toteutukseen kuuluu teorian lisäksi suunnittelun havainnointi ja sen ilmaiseminen sanallisesti. Suunnitteluprosessin dokumentointi esitetään myös visuaalisesti kuvia apuna käyttäen, mikä helpottaa prosessin seuraamista.

Pienmalliston inspiraationa toimii kesällä 2018 valmistettu mallistoni Vixen, josta pääasiassa olen valinnut kehitettäväksi Marie-jalkineparin. Tuotekehitys tapahtuu kaupallisen jalkineen ominaisuuksia ja sen suunnitteluun vaikuttavia tekijöitä havainnoiden, minkä yhdistän alkuperäiseen malliin ja sen yksityiskohtiin. Opinnäytetyön tarkoituksena on ymmärtää kaupallisen jalkineen tuotekehitystä ja sen markkinoita, mikä voi auttaa tulevaisuudessa työskennellessä alalla ja edistää omaa työskentelyä suunnittelun parissa.

Minulle itselleni jalkineen tai minkä tahansa tuotteen suunnittelu lähtee oikeastaan aina sen käyttäjästä, mikä sopii erinomaisesti aiheeseeni. Vaikka kaupallinen on käsityksenä laaja, niin kaupallisen tuotteen suunnittelussa on kuitenkin otettava ensisijaisesti kuluttajan tarpeet ja myyvän tuotteen ominaisuudet huomioon. Suunnittelijana olen hyvin muuntautumiskykyinen, eikä minulla vaikeutta asettaa omaa suunnitteluani tiettyyn muottiin projektin ajaksi. Minulle on virkistävää tehdä taustatyötä ja tutkimusta eri tyyli-suunnista ja käyttäjistä ja purkaa hakemani tieto itse tuotteisiin. Tästä syystä kaupallisuuden nopeasti vaihtuvat trendit, tyylit ja sesongit ovat minulle mieleinen aihe.

1.1 Aiheen valinta

Valitsin opinnäytetyön aiheeksi tuotekehityksen siitä syystä, että koen sen tutkimisen hyödyttävän minua valtavasti tulevaisuudessa. Tuotekehitystä tapahtuu kaikilla suunnittelun aloilla, varsinkin muotiin tai tuotteen ulkonäköön perustuvilla aloilla. Jalkineen kaupallisuuden ja markkinoiden tutkiminen on olennainen osa suunnittelijan ammattia. Kaupallisuus sekä trendien seuraaminen tulevat aina olemaan tärkeää ja ajankohtaista muotoilun alalla.

Aiheena on kehittää pienimuotoinen naistenjalkinemallisto jo valmiina olevasta tuotteesta. Valitsin jalkineparin tuotekehityksen sillä pidän mallista, mutta haluan kehittää siitä kaupallisen ja vapaa-ajalla käytettävän jalkineen. Tuotekehitys tapahtuu trendejä ja käyttäjien ostotottumuksia sekä jo markkinoilla olevia tuotteita tutkien.

Minua kiinnostaa tuotekehitys ja eri trendit, joita voin tutkia tehdessä opinnäytetyötä. Aiheeseen paneutuminen ja kaupallisuuden tutkiminen jalkinemarkkinoilla antaa minulle hyvän pohjan tulevaisuuteen. Opinnäytetyön perustana on perehtyä tuotekehitykseen ja siihen kuuluvaan tutkimustyöhön eri menetelmien kautta. Muotoilun alalla on pysyttävä tietoisena ympärillä olevasta maailmasta ja erilaisten ilmiöiden vaikutuksesta markkinoihin ja ostokäyttäytymiseen.

Keväällä 2018 suoritin Global fashion business-moduulin syventävänä opintona. Sen aikana kiinnostuin aikaista enemmän kansainvälisistä markkinoista ja ylipäänsä trendeistä. Vaikka aiemmin olin jo ollut kiinnostunut aiheesta, niin markkinoiden ymmärtäminen konkreettisella tavalla ja sen eri näkökulmat lisäsivät kiinnostustani. Moduulin materiaalit ja muistiinpanot toimivat erinomaisena lähteenä työni etenemiseen.

1.2 Työn keskeinen idea

Opinnäytetyö on toiminnallinen ja sen keskeinen idea on suunnitella pienimuotoinen kolmen parin naisten jalkinemallisto. Keskeisin idea tämän työn tuotekehityksessä on muuttaa materiaalit käytännöllisemmäksi ja kehittää jalkineet arkikäyttöön sopiviksi vapaa-ajan jalkineiksi. Tuotteiden yksityiskohtien sekä kokonaisvaltaisen tyylin on kuitenkin tarkoitus pysyä samanlaisena ja sellaisena, että kehitys on tunnistettavissa. Tässä prosessissa minun ei tarvitse heikentää oman suunnittelijaidentiteettini näkymistä suunnittelussa, sillä olen hyvin muuntautumiskykyinen.

Värien kehitys hillittyyn on tärkeää kaupallisesta näkökulmasta, vaikka ai on kuitenkin käyttää sesongin mukaisia värejä osittain. Materiaalien kestävyys ja käytännöllisyys tulee myös ottaa huomioon suunnittelutyössä.

Suunnittelemasta mallistosta tulee pääpiirteittäin myös hillitympi ja urheilullisempi.

1.3 Opinnäytetyön tavoitteet ja tulos

Opinnäytetyössäni tuotekehityksen lähtökohtana on suunnitella käyttäjälähtöisesti mallisto. Prosessiin kuuluu aiheen tarkastelun lisäksi suunnittelu ja digitaalisen materiaalin laatiminen Adobe Illustrator ja Photoshop –ohjelmia käyttäen. Digitaalinen materiaali koostuu viivapiirroksista, mallistokartasta, sekä materiaali- ja värikartoista.

Tavoitteena on tutkia tuotekehitystä ja kaupallisia markkinoita kirjallisuuden ja muiden lähteiden kautta. Prosessin aikana on tavoitteena suunnitella ja esitellä minimallisto visuaalisesti mallistokartan avulla ja avata tuotteiden funktiot ja tärkeät ominaisuudet kirjallisesti. Tavoitteena on myös valita materiaalit ja mahdolliset komponentit.

Työn aikana on tarkoitus tutkia käyttäjiä kaupallisesta näkökulmasta rajaamatta sitä liian tarkasti yhteen ryhmään tai asiakaskuntaan. Kaupallisuudessa on tärkeää ajatella laajaa ihmisryhmää eikä vain yhtä tiettyä suuntausta, vaikka trendit muuttuvat jatkuvasti.

Opinnäytetyön tuloksena syntyy tutkimus jalkineen tuotekehityksestä ja kaupallisesta jalkineesta värien, materiaalien, tyylin ja muiden siihen vaikuttavien tekijöiden kautta. Taustatutkimuksen jälkeen kehittyy kolmen parin jalkinemallisto ja siihen kuuluva mallistokartta ja visuaalinen materiaali, jonka suunnittelun havainnointi kirjallisesti kuuluu prosessiin.

1.4 Kysymysten asettelu

Ydinkysymyksenä opinnäytetyössä on:

- Millainen on kaupallinen naisten vapaa-ajan jalkine?

Alakysymyksiä ovat:

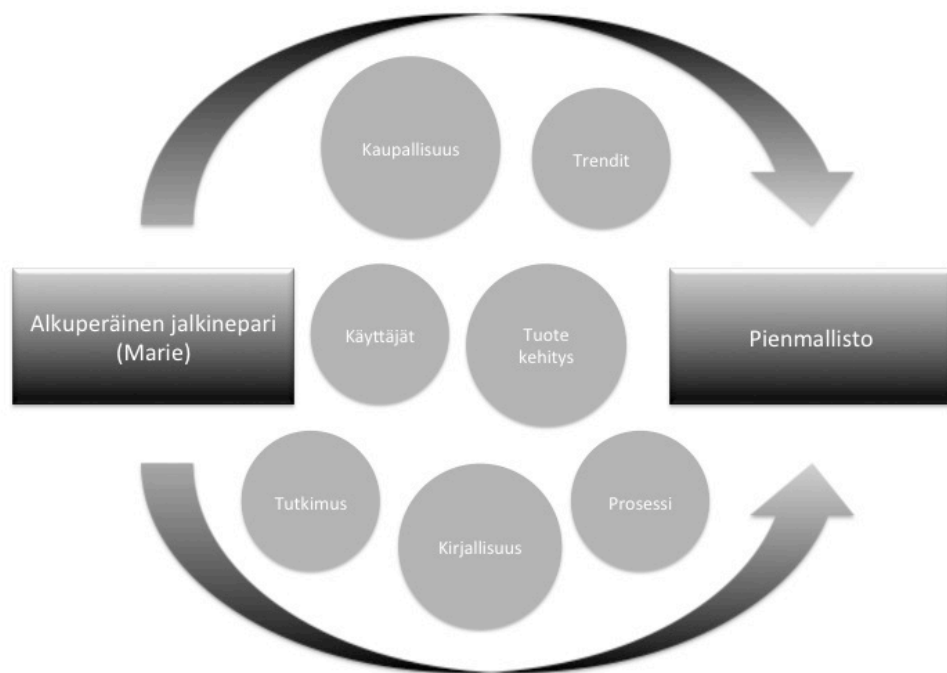
- Miten trendit vaikuttavat tuotekehitykseen?
- Mitä on tuotekehitys ja jalkineen tuotekehitys?
- Minkälaisia jalkineita käyttäjät ostavat?

1.5 Viitekehys ja prosessikaavio

Opinnäytetyön viitekehuksesta (kuva 1.) näkee yksinkertaisen kuvauksen koko työstä. Asetelmasta näkee, kuinka alkuperäinen jalkinepari kehite-

tään pienmallistoksi, sekä siihen vaikuttavat tekijät. Kuvan keskellä näkyvät nämä tekijät. Tuotekehitysprosessiin vaikuttavat tässä suunnittelutyössä pääasiassa käyttäjät ja tuotteen kaupallisuus eli trendikkyys.

Käyttäjätutkimukseen olen laatinut avuksi käyttäjäkyselyn, jonka avulla saan mielipiteitä esimerkiksi väriin ja kengän ulkonäköön liittyen. Haastattelulla saan näkökulman kaupan puolelta ja myyjän havainnoista. Trendien tutkimiseen ja tässä tapauksessa vuoden 2020 trendeihin tutustumiseen käytän pääasiassa WGSN-sivuston ja muiden muotitoimistojen laatimia ennusteita.



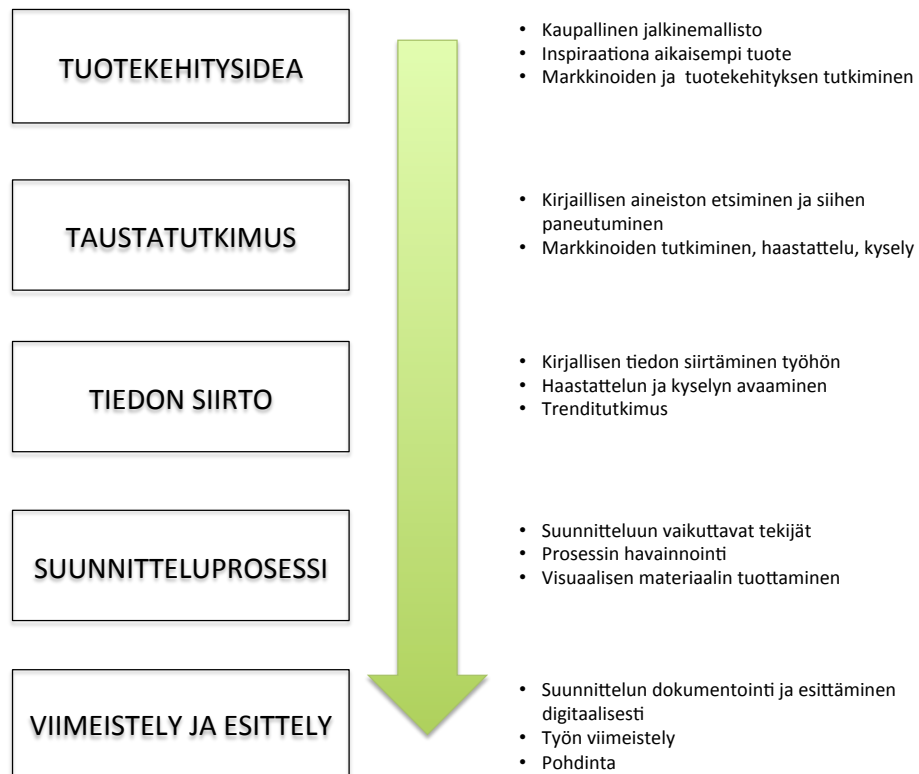
Kuva 1. Viitekehys

Prosessikaaviosta (Kuva 2.) näkee opinnäytetyön kulun yksinkertaisesti esitettynä. Se kuvaa prosessin aikajanamaisesti ylhäältä alaspäin. Ensimmäisenä vaiheena työssä on idea ja sen esille tuominen. Nuolen oikealla puolella on tarkennettuja yksityiskohtia kyseisestä vaiheesta.

Idean ja aiheen päättämisen jälkeen seuraava vaihe on taustatutkimus. Taustatutkimukseen on tarkoituksena käyttää eri menetelmiä ja tapoja. Tarvittavan kirjallisuuden ja muiden menetelmien valinnan jälkeen voin paneutua niihin ennen niistä kirjoittamista. Tämän tiedon siirtäminen opinnäytetyöhön tapahtuu seuraavassa vaiheessa.

Itse tuotekehitys ja suunnitteluprosessi tapahtuu taustatutkimuksen jälkeen. Sen dokumentointi tapahtuu havainnoimalla kirjallisesti sekä visu-

aalisesti kuvien avulla. Valmiin työn tuloksena on digitaalisesti esitetty jalkinemallisto ja yleisluontoinen käsitys jalkineen tuotekehityksestä.



Kuva 2. Prosessikaavio

1.6 Tiedonhankintamenetelmät

Tiedonhankintamenetelmänä toimii pääasiassa painettu kirjallisuus, artikkelit ja media. Muut tutkimukset tapahtuvat henkilöhaastattelun, kyselyn ja käyttäjien havainnoinnin pohjalta. Muista opintojaksoista hyödynnän Tuotekehitys, Muotoilun tutkimus- ja kehitystyö, sekä Global Fashion Business –moduuleja ja niiden muistiinpanoja.

Trendien tutkimukseen käytän erilaisia trendipalveluja (WGSN, Pantone). Käytän myös Global Fashion Business- opintojakson muistiinpanoja ja aineistoa tutkiessani kansainvälisiä markkinoita muodin kautta. Muista opintojaksoista löydän tietoa siitä, että mitä pitää ottaa huomioon mallistoa suunnitellessa ja mikä tuotekehitykseen jalkinealalla vaikuttaa. Aiempien opintojen oppimateriaalia käyttämällä saan lisätietoa tuotekehityksestä, suunnittelutyöstä ja esimerkiksi materiaalien valitsemisesta.

Ongelmanratkaisu suunnitteluprosessin aikana ja prosessin havainnointi on osana aiheen analysointia ja konseptin rakentamista. Suunnitteluprosessin havainnointi tapahtuu sanallisesti ja visuaalisesti.

1.7 Käsitteet

- Pienmallisto on mallisto, mihin kuuluu muutamia tuotteita. Tämän opinnäytetyön tapauksessa pienmallistoon kuuluu 3 tuotetta.
- Suunnitteluprosessilla tarkoitetaan toimintojen ketjua. Se voidaan määritellä esim. Toimintona, joka muuntaa syötteen tuloksiksi (tuotteiksi) hyödyntäen resursseja ja joka on tietynlaisen ohjauksen kohteena. (Berg, Leivo, Pihlajamaa & Leinonen, 2001, s. 13) Tässä opinnäytetyössä syötteenä toimii inspiraation lähteenä toimiva jalkinepari ja mallisto, joista kehittämällä muodostuu mallisto (tulos) suunnitteluprosessin avulla.
- Tuotekehityksellä tarkoitetaan tutkimuksen tuloksen ja/tai käytännön kokemuksen kautta saadun tiedon käyttämistä uusien aineiden, tuotteiden, tuotantoprosessien, menetelmien ja järjestelmien aikaansaamiseksi tai olemassa olevien olennaisesti parantamiseksi. (Berg ym., 2001, s. 17)
- Tuotekehitysprosessi muuntaa markkinatarpeet ja tekniset mahdollisuudet myytäviksi tuotteiksi (Laamanen, Tinnilä, 1998). Tuotekehitysprosessin tavoitteena on tuottaa nopeasti ja taloudellisesti uusia, asiakkaiden tarpeet täyttäviä, kilpailukykyisiä tuotteita ja palveluja sekä oppia toteuttamaan tuotekehitysprosessi kerta kerralta laadukkaammin ja nopeammin (Tuominen, 1998).
- Tässä opinnäytetyössä digitaalinen materiaali sisältää mallistokartat, sekä malliston materiaalikartan.

2 JALKINEEN SUUNNITTELU JA TUOTEKEHITYS

Yrityksin toiminnassa ja sen menestyksessä onnistunut tuotekehitys on yksi keskeisimmistä edellytyksistä. Tuotekehityksestä huolehtiminen on tärkeää yrityksen ja brändin menestymisen kannalta, sillä muuten tuotteista tulee ennen pitkää vanhentuneita ja myynti vähenee.

(Jokinen, T., 2011, s. 9).

Tuotekehitysprosessiin kuuluvat asiakkaiden tarpeiden selvittäminen, teknologian mahdollisuuksien tutkiminen, kehitysprojektien valinta sekä varsinainen tutkimustyö, johon kuuluu soveltava tutkimus ja tuotteen kaupallistaminen (Laamanen & Tinnilä, 1998). Useissa yrityksissä tuotekehitystä tapahtuu jatkuvasti ja sen eri vaiheet ovat sidoksissa toisiinsa. Prosessi alkaa tuotekehitysideasta, jonka pohjalta tehdään tutkimus ja lopuksi valmistetaan tuote. Olennaisia tutkimuksen kohteita ovat asiakkaiden tarpeiden määrittely, kilpailijoiden ja muiden saman alan yritysten analysointi, markkinoiden tutkiminen, sekä teknisten edellytysten analysointi. (Berg ym., 2001, s. 19)

Asiakasryhmän tutkiminen ja heidän toiminnan ymmärtäminen on tärkeää tuotekehityksessä. Tuote on kehitetty asiakkaiden tarpeisiin ja markkinoita tutkien. Osa kilpailevista tuotteista tietyillä liiketoiminnan alueilla ovat niin toistensa kaltaisia, että ainoastaan muotoilun avulla voi erottua muista samankaltaisista kilpailijoista. (Välimaa, Kankkunen, Lagerroos, & Lehtinen, 1994, s. 67) Tästä syystä on kannattavaa analysoida markkinoita ja kilpailijoita varsinaisen tuotekehitysprosessin aikana.

Tuotesuunnitteluprosessissa on tärkeää vaikuttaa tuotteen ulkonäköön, sen asiakasryhmään ja valmistettavuuteen. Tuotekehityksessä täytyy kuitenkin ottaa huomioon myös paljon muitakin asioita riippuen itse tuotteesta. (Välimaa ym., 1994 s. 69) Tuotteen ulkonäkö on usein ensimmäinen ominaisuus, mistä ihminen muodostaa mielipiteensä. Näin ollen se on yksi tärkeimmistä osista tuotekehitystä ja sen on tuettava tuotteen ominaisuuksia ja imagoa. Tuotteen ulkonäkö viestii käyttäjälle ensimmäisenä sen toimivuudesta ja siitä, miten sitä tulisi käyttää. (Välimaa ym., 1994 s. 70) Nykyajan trendien maailmassa tuotteen ulkonäkö on usein jopa tärkeämpi ominaisuus kun sen mukavuus tai toimivuus.

Suunnittelun tulisi kuitenkin lähteä pääasiassa käyttäjien ja asiakkaiden tutkimisesta. Kun tietää kenelle on tekemässä kyseistä tuotetta, myös sen suunnittelu on tarpeiden mukaista. Yleisellä tasolla tuotekehitysprosessiin kuuluu monta eri vaihetta alkaen sen käynnistämisestä tarvittavien tietojen selvittämiseen ja sen jälkeen tuotteen luonnostelun ja suunnittelun tekemiseen. Tuotekehitykseen kuuluu näiden lisäksi myös tuotteen optimointi, työpiirroksot, ohjeiden laatiminen tuotannon kehittämisen. (Jokinen, 2001, s. 9)

Tuotekehityksessä on otettava huomioon myös tuotteen valmistettavuus. Jos tuotetta tehdään sarjana, niin siinä ei saa olla sellaisia ominaisuuksia jotka hidastavat sen valmistamista tai vaikeuttavat tuotantoa. Loppujen lopuksi tuotannon tulisi olla mahdollisimman halpaa ja helppoa, jotta tuotteen valmistaminen on kannattavaa. Tuotekehityksen tarkoituksena on lopulta luoda uusi ja mahdollisimman kilpailukykyinen tuote nopeasti. (Välimaa ym., s. 19)

2.1 Jalkineen tuotekehitys

Jalkineen tuotekehityksessä on otettava huomioon sen valmistettavuus ja käytännöllisyys, sillä jalkineiden tuottaminen on kallista ja aikaa vievää. Tuotekehityksen lähtökohtana voi olla joko täysin uuden tuotteen luominen tai jo olemassa olevan tuotteen edelleen kehittäminen niin, että tuote on teknisiltä ominaisuuksiltaan parempi tai valmistuskustannuksiltaan halvempi (Jokinen, 2001, s.10). Tässä opinnäytetyössä kehitys keskittyy jo olemassa olevan tuotteen kehittämiseen. Aiemmin olemassa oleva tuote on valmistettu käsityönä, kun taas prosessin aikana suunniteltu mallisto valmistettaisiin hypoteettisesti sarjatuotantona ja olisi teknisesti käytettävämpi tuote.

Hyvin suunniteltu jalkine niin näyttää hyvältä, kuin on myös mukava jalassa. Toimiva jalkine mahdollistaa jalan liikkuvuuden ja hyvinvoinnin kävellessä, sekä paikallaan käytettäessä. Jalkineen on tärkeää toimia myös käytössä ja se tulee suunnitella niin, että se kestää jatkuvassa liikkeessä. Jalan ja koko kehon hyvinvoinnin kannalta on tärkeää ymmärtää jalkineen valmistamisessa käytettävät standardit ja jo testatut menetelmät niitä suunnitellessa. (Choklat, 2019, s. 30) Kengillä on suora vaikutus jalkojemme hyvinvointiin ja loppujen lopuksi koko kehon terveydelle (Choklat, 2012 s. 30).

Jalkineen päällinen on iso osa jalkineen koko ulkonäköä. Päällisen materiaalina voi käyttää esimerkiksi nahkaa tai erilaisia tekstiilejä käyttötarkoituksesta riippuen. Päällinen muodostuu useasta eri osasta, jotka nousevat esille sen kaavoittamisessa. Kehittäessä jalkinetta on suotavaa hallita sen kaavoitus, jotta tuotteesta saa toimivan.

Jalkineen suunnittelu ja valmistaminen alkaa lestistä. Lesti on lähes jalan mallisesti tyylitelty muotti, jota käytetään pohjana jalkineen luomiseen. Lesti on muodoltaan sellainen, että sen ympärille tehtävässä kengässä on tarpeeksi tilaa jalan liikkumiseen ja sen avulla saa myös muotoiltua koron korkeuden. Lesti on tärkein osa toimivan jalkineen suunnittelua ja sen valmistamista. (Choklat, 2012, s. 40) Lestiä käytetään apuna myös jalkineen kaavojen tekemiseen ja suoraan lestin päälle kolmiulotteiseen suunnitteluun. Kaavat valmistetaan usein teippaamalla lesti, piirtämällä

päällisen muoto teipin päälle ja irrottamalla teippi. Kun teipin suoristaa tasaiseksi, sillä saa yksinkertaisen alun kaavojen valmistamiseen ja niiden kehittämiseen. (Choklat, 2012, s.42-43)

Jalkineen materiaalivaihtoehtoja suunnitellessa täytyy ottaa huomioon sen kestävyys ja kuumuudensietokyky, sillä kuumuus on yksi osa jalkine-tuotantoa. Nahka on käytetyin kengissä sen joustavuuden, kestävyuden ja hengittävyuden takia tehden siitä ihanteellisen materiaalin. (Choklat, 2012, 44) Päällisen materiaalina voi kuitenkin käyttää melkein mitä vaan synteettisistä materiaaleista korkkiin ja muoviin. Sen voi rakentaa oikeastaan mistä vaan materiaalista, jonka saa yhdistettyä pohjaan ja joka kestää jalkineen valmistuksen ja käytön. (Choklat, 2012, s. 118)

2.2 Kaupallinen jalkine ja eettisyys

Jalkineen perimmäisin tarkoitus on suojella jalkaa kävellessä. Kaupalliset kengät syntyvät ajan muodista ja muoti-ilmiöihin on vaikuttanut aina tunnetut henkilöt kuninkaista elokuvatähtiin. Myös yhteiskunta ja pop-kulttuuri ovat vaikuttaneet jalkineiden suunnitteluun varsinkin viimeisen sadan vuoden aikana. Tiedostamalla jalkineen historian ja sen muoti-ilmiöt, jalkinesuunnittelijan ei tulisi pelätä uusien materiaalien ja ideoiden kokeilua. (Choklat, 2012, s. 14)

Viimeaikoina globaalin teollisuuden eettisyys on ollut esillä entistä enemmän. Jalkineteollisuuteen liittyy paljon vastuutonta tuottamista ja esimerkiksi nahan valmistukseen liittyvää ympäristön myrkyttämistä ja työntekijöiden työoloja kritisoidaan. Nahkatehtailla käytetyt kemikaalit ovat vaarallisia paikallisten työntekijöiden terveydelle, mutta nykyään monet isot yritykset valvovat tehtaiden oloja. (Kuluttaja, 2012) Tästä syystä mielestäni on tärkeämpää suunnitella kaupallinen jalkine niin, että se ei ole liian trendikäs tai käytä esimerkiksi sesongin 'hittiprinttiä', vaan pysyy hillityissä väreissä ja yksinkertaisessa muotokielessä. Näin tuote on käytettävissä pidempään ulkonäyn kannalta. Kun tuote valmistetaan taidolla laadukkaista materiaaleista, sen käyttöikä on pitkä. Kun tuotteella on pitkä käyttöikä ja sen ulkonäkö ei ole liian sidoksissa ajan trendeihin, niin kuluttaja käyttää sitä pidempään.

2.3 Trendiennustus

Niin kuin muussa pukeutumisessa ja tuotteiden suunnittelussa, myös jalkineen suunnittelussa on tärkeää ottaa huomioon ajankohtaiset trendit. Muotialalla on pysyvä kiinni trendeissä ja olla tietoinen tulevaisuuden tapahtumista, jotta voi kilpailla muiden brändien kanssa samalla viivalla.

Muotiviikkojen näytöksistä voi nähdä seuraavan sesongin trendit ja tyyli, kun taas erilaisten toimistojen avulla pystyy seuraamaan ennusteita jopa kolmen sesongin päähän. (Choklat, 2012, s. 82)

Muotinäytökset ovat tärkeitä tavalliselle kuluttajalle ja suunnittelijoille jotka työskentelevät pikamuodin parissa. Pikamuotiketjujen (näihin kuuluvat esimerkiksi H&M, Gina Tricot, ZARA ja Esprit) tuotteet kiertävät nopeaa tahtia ja tavara kulkee tehtaalta suoraan myymälöihin. Jalkineen tuottaminen on kuitenkin aikaa vievää, joten jalkine ei ole aivan sopiva pikamuodin nopeaan tahtiin. (Choklat, 2012, s. 82)

Trendiennusteita laatii useat toimistot, esimerkiksi WGSN, Intercolor ja Trend Union. Ennusteet keskittyvät yleisesti kulttuurillisiin ja kansainvälisiin trendeihin värien, materiaalien ja muiden tyyliin vaikuttavien seikkojen kautta. Nämä toimistot tavallaan tekevät tutkimustyön suunnittelijoiden ja brändien puolesta ja näin helppotavat heidän työskentelyä. Suurin osa trenditoimistoista ja alan nettisivuista kattavat erikseen myös jalkineiden ja asusteiden markkinat. (Choklat, 2012, s. 82)

Trendien seuraaminen on tärkeää, kun työskentelee kaupallisessa yrityksessä tai brändille. On tärkeää osata muuntaa tulevaisuuden trendit tuotteeseen. Jalkineen suunnittelussa tärkeitä ominaisuuksia ovat esimerkiksi koron korkeus, kärjen muoto, materiaalit, metalliosat, värit ja Yleisluontoinen tyyli. Yleisluontoinen tyyli voi olla esimerkiksi urheilullinen tai klasinen. Jalkinemuoti on kuitenkin hitaampaa kehitykseltään, kuin muut muodin alat. Syynä trendien kehityksen hitaudelle on lestien uusimisen kallis hinta.

Trendiennusteita seurattaessa on kuitenkin tärkeää käyttää saamaansa tietoa inspiraationa, eikä kopioida. Ennusteista saadut tiedot tulisi yhdistää omaan suunnitteluun ja tiedonhankintaan. Monien suunnittelijaryhmien ongelma on se, että he kopioivat suoraan ennusteiden antamat tiedot muuttamatta niitä. Tämä johtaa siihen että markkinoilla on lähes identtisiä mallistoja eri brändien tarjoamana. (Choklat, 2012, s.82)

2.4 Lähtökohta

Seuraavaksi esittelen Vixen- malliston ja siihen kuuluvan Marie- jalkineparin, joihin opinnäytetyön tuotekehitys perustuu. Prosessin tarkoituksena on jatkokehittää Vixen- mallistoon kuuluva Marie- kävelykenkä pienmallistoksi käyttäen jo olemassa olevien tuotteiden ominaisuuksia inspiraation lähteenä. Vaikka lähtökohtana toimii käytännössä vain yksi jalkinepari, lopullisen pienmalliston tuotteisiin tulee vaikutteita myös muiden mallistoon kuuluvien tuotteiden yksityiskohdista.

2.4.1 Vixen- mallisto

Mallisto (kuva 5) on suunniteltu ja valmistettu 2018 kesän ja syksyn aikana muotinäytöstä varten. Muotinäytös ja malliston tuottaminen kuuluivat Työelämän projekti –moduuliin ja näytös järjestettiin yhdessä noin kahdenkymmenen muun opiskelijan kanssa. W18Kontrasti –näytös järjestettiin 19.10.2018 Helsingin Teatteri Forumin tiloissa. Muotinäytöksessä opiskelijat esittelivät suunnittelemansa ja valmistamansa mallistot yleisölle mallien avustuksella. (Kuva 3. & Kuva 4.)



Kuva 3. (Vasen) Mallisto catwalkilla w18Kontrasti –muotinäytöksessä. (Vera Wilen, 2018)

Kuva 4. (Oikea) w18Kontrasti. Etuosassa Marie –jalkineet (Vera Wilen, 2018)

Inspiraatio mallistoon on syntynyt katumuodista ja sen voimakkaista statement –asusteista. En halunnut suunnitella mitään ”tylsää” tai arkipäiväistä, vaan pidin mielessä näytöksen ja sen että tuotteiden tulisi olla näyttäviä jos haluan myös takarivissä istuvan yleisön huomaavan ne.. Yksityiskohdat ovat saaneet vaikutteita eri muotiviikkojen kävijöiden pukeutumisesta ja ajankohtaisista trendeistä. Toinen inspiraationlähde mallistolle oli vahvat ja itsenäiset naiset, joita ei pelota pukeutua vaikkapa punaisiin kenkiin. Saan inspiraatiota hyvin paljon ympärillä olevasta maailmasta, pop-kulttuurista ja muiden ihmisten pukeutumisesta. Nautin erilaisten tyylien näkemisestä kaduilla aivan tavallisten ihmisten pukemana. Valitsin malliston punaisen värin sen voimakkuuden ja naisellisuuden takia.

Inspiraatiota mallistoon etsiessäni kiinnyin erilaisiin metallirenkaiisiin, remmeihin ja nauhanpätkiin, joita lopulta käytin koko mallistoni lähtökohtana. Ne toivat kokonaisuuteen eräänlaista raskautta uniikilla tavalla. Monet käyttämäni materiaaleista olivat minulle uusia ja tein koko malliston oikeastaan kokeiluna. Malliston kolmiulotteisuus ja osien liikkuvuus on ominaisuus jonka aion siirtää hillitysti myös opinnäytetyön malliston jalkinepareihin.



Kuva 5. Digitaalinen viivapiirros koko mallistosta

Mallistoon kuuluu viisi jalkineparia, joista yhdet ovat korkeat saapikkaat, kahdet korolliset nilkkurit ja kahdet nauhalliset kävelykengät platform - pohjalla. Kaikkien mallien pohjat ja korot on valmistettu käsin ohuista puulevyistä, saaden niihin raidallisen efektin. Levyt liimattiin päällekkäin, ja sahattiin ja hiottiin muotoonsa käsin. Mallistoon kuuluu myös kaksi vyölaukkuja ja vartalokoru.

Pääasiallisina väreinä ovat punainen, musta ja vaalea puun väri. Yksityiskohdissa on metallisia D-renkaita ja erilaisia remmejä, nauhoja ja punaista tylliä, mutta muuten materiaalina toimii nahka, keinoaine ja puu. Malliston jokaisesta tuotteesta löytyy nahkaiset tuotemerkit, joihin olen kirjoittanut sukunimeni. Olen käyttänyt näitä merkkejä valmistamissani tuotteissa Vixen -malliston suunnittelun jälkeen ja aion käyttää niitä myös opinnäytetyön tuotekehitysprosessissa ikään kuin kasvattamassa omaa hypoteettista brändiäni.

2.4.2 Marie –jalkinepari



Kuva 6. Marie tuotekuvassa (Natalia Sundvall, 2018)

Marie (kuva 6.) on punainen kävelykenkä puisella platform –pohjalla. Sen erikoisuutena toimii kärjessä olevat D-renkaat ja näyttävä pohja. Mallin päällinen on valmistettu käyttäen nahkaa ja punaista keinoainetta ja siinä on nauhoitukset niin ulkonäkösyistä, kuin sen pukemistakin helpottaakseen. Arkikenkänä Marie ei kuitenkaan ole toimiva, vaan se on enemmänkin näytöksessä tai kuvauksissa toimiva asuste sen painavuuden takia. Tästä syystä olen valinnut juuri tämän mallin kehitettäväksi arkikäyttöön sopivaksi. Sen päällisen yksinkertaisessa muotokielessä on hyvä pohja jatkokehitykselle.

Marien suunnittelu ja valmistaminen oli lähinnä kokeilua, sillä en ollut työstänyt osaa materiaaleista ennen. Päällisen keinoainetta täytyi käsitellä varoen, sillä se ei kestänyt kuumuutta ja oli erityisen ohutta. Keinoaineen työstämisen haasteista huolimatta lopputulos on hyvännäköinen ja toimiva. Puusten pohjien työstäminen oli hyvin haastavaa, sillä ne piti muokata hiomalla lestiin sopivaksi. Usean epäonnistumisen ja vaikeuksien jälkeen pohjat löysivät muotonsa ja tuovat lopullisiin kenkiin aivan uuden elementin. Puupohjien työstöön kuului useita kokeiluvaiheita jotta niihin sai muodostettua kävelyyyn sopivan muodon ja varmistettua sillä sen, että ne eivät ole vaivalloiset jalassa.

Jatkokehityksen kannalta tärkeitä yksityiskohtia ovat metalliset komponentit ja remmit. Aion myös hyödyntää Vixen –malliston yksityiskohtia ja elementtejä pienmalliston tuotekehityksen apuna. Tässä työssä on tar-

koituksena säilyttää myös sama lestin muoto ja siirtää se uuteen mallistoon.



Kuva 7. Marie kuvattuna tunnelmakuvasa. (2018)

2.5 Naisten kävelykenkä käyttäjän näkökulmasta

Yritysten toimesta kerättyä käyttäjätietoa ei ole usein saatavilla, mutta käyttäjäryhmien kuvailuun liittyvää tietoa esimerkiksi muotisuuntausten tai harrastusten kautta on löydettävissä (Keinonen & Jääskö, 2004, s. 90). Tässä tuotekehitysprosessissa on kuitenkin mahdollisuus tutkia kaupallisia markkinoita ja automarkettien (kuten Prisman) valikoimassa jo valmiiksi olevia tuotteita. Kaupalliseen tuotteeseen liittyvät myös käyttäjien seuraamat ilmiöt ja tyyli, minkä takia myös trendien tutkiminen on tärkeää.

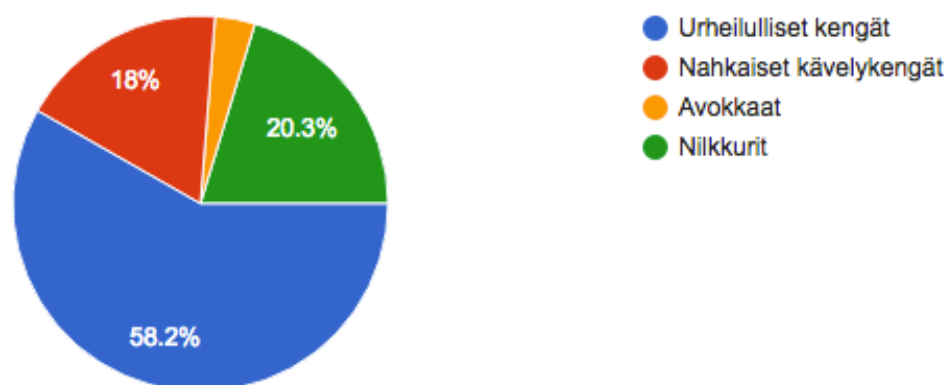
Tuotteen käyttäjän näkökulma on tärkeä kaupallisessa tuotekehitysprojektissa. Laadin kyselyn tutkiakseni ihmisten mieltymyksiä ja tarpeita koskien vapaa-ajan kenkiä. Sain kyselyyn 261 vastausta tavallisilta ihmisiltä, mikä antoi minulle hyvän katsauksen mm. väreihin ja jalkineen malliin. Haastattelin myös Prisma Lielahdessa työskentelevää Tuija Lahdenrantaa. Lahdenranta työskentelee myymälässä apulaismyyntipäällikkönä käyttötavarapuolella, johon kuuluvat myös jalkineet.

2.5.1 Käyttäjätutkimus

Laatimaani kyselyyn vastasi 261 henkilöä, jonka pohjalta esitän tilastoja. Vastausten määrä on kuitenkin yleisellä tasolla alhainen, eikä kerro täysin oikeaa tulosta. Kyselyä voi kuitenkin käyttää suuntaa antavana ja apuna suunnittelutyössä. Esimerkiksi tässä tapauksessa on ymmärrettävää, että vastausprosentit eivät ole faktoja.

Melkein 80 % vastaajista vastasivat ulkonäön vaikuttavan jalkineiden ostamiseen radikaalisti. Vastauksia tarkastellessa voi myös huomata, että urheilulliset ja mukavat jalassa olevat kengät ovat suosituimpia, kun taas brändi, monikäyttöisyys tai käyttöikä eivät olleet niin tärkeitä.

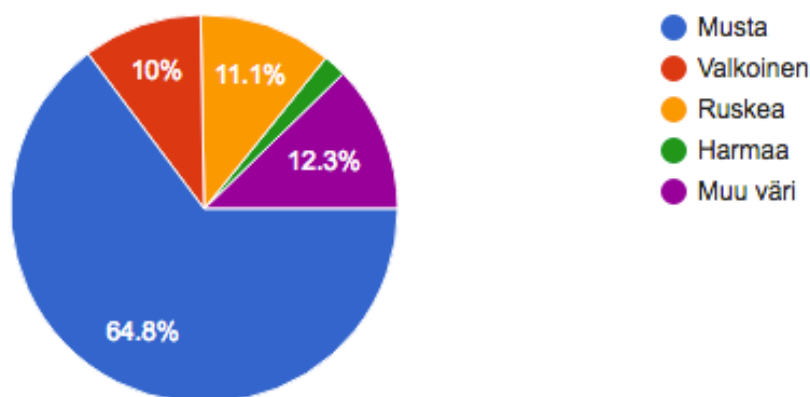
Yksi kyselyssä olevista kysymyksistä oli, että millaiset kengät ovat mieluisimpia vapaa-ajalla (kuva 8). Yli puolet vastaajista ovat vastanneet urheilullisten kenkien puolesta, mikä on ymmärrettävää niiden ajankohtaisuuden ja mukavuuden kannalta. Havainnoimalla automarkettien ja ketjuliikkeiden tämän hetkistä valikoimaa, voi huomata että iso osa vapaa-ajan kävelykengistä on urheilullisia.



Kuva 8. Kaavio kysymyksen ”Millaiset kengät ovat mieluisimpia vapaa-ajalla?” vastauksista.

Vastaajat pitävät eniten mustasta väristä. Mustaa on äänestänyt noin 65% vastaajista. (Kuva 9.) Mustan jälkeiseksi jääneet mieleiset värit ovat kuitenkin tasaisesti valittuja ja seuraavan kysymyksen (”Jos vastasit vaihtoehdon muu väri, niin mikä?”) vastaukset vaihtelevat laidasta laitaan. Niin kuin kaikessa pukeutumisessa, myös jalkineissa yksilön mieltymykset vaikuttavat värien valintaan samalla tavalla kuin trendit ja muut ihmiset. Tämänkin kyselyn vapaamuotoisista vastauksista löytyy niin räikeitä, kuin hillittyjä värejä vastauksina. Vastauksista löytyy myös satunnaisia ”Vaihtelee” mielipiteitä.

Tämän kyselyn vastauksista voi havainnoida sitä, että mielipiteitä tietyistä asiasta voi olla jo entuudestaan, mutta omalle silmälle mieleistä tuotetta ei välttämättä osaa kuvailla ennen kuin sen näkee. Esimerkiksi värin valitseminen voi vasta tapahtua myymälässä kun näkee tuotteen ensimmäistä kertaa, eikä välttämättä ennen ostoksille lähtöä.



Kuva 9. Kaavio kysymyksen ” Mikä on sinulle mieluisin väri arkikengissä?” tuloksista.

2.5.2 Haastattelu

Haastateltavana minulla oli Prisma Lielahdessa käyttötavaraosaston apulaismyyntipäällikkönä toimiva Tuija Lahdenranta. Sain häneltä vastauksia kysymyksiini kirjallisesti valikoimasta ja asiakkaiden suosikeista.

Prisman jalkinevalikoima vaihtelee sesonkien mukaan. Näitä sesonkeja on kolme, kesä ja talvi ovat itsessään kausia, kun taas keväällä ja syksyllä on samankaltaisia tuotteita. Haastattelun tarkoituksena oli kartoittaa sitä, että millainen valikoima myymälässä on ja mitä käyttäjät ostavat enimmäkseen. Sesongeista tarkastelen kesää, sekä kevät ja syksy sesonkeja,

sillä näistä löytyy eniten tähän tuotekehitysprojektiin sopivia vapaa-ajan jalkineita.

Vaikka Prisman jalkinevalikoimassa on monenlaisia malleja niin nilkkureista avokkasiin ja kumisaappaisiin, tämän opinnäytetyön kannalta kuitenkin keskityn tietoon mitä sain kävelykengistä ja urheilujalkineista. Lahdenranta mainitsee urheilujalkineiden kysynnän kasvaneen ”voimakkaasti muoti-ilmiön vuoksi”, mistä syystä haluan tuoda urheilullisuuden esille myös tässä mallistossa.

Syys- ja kevätseason kävelykengistä ostetuin väri heidän myymälässään on musta, mutta ruskea on myös suosittu. Laadukkaiden merkkien, kuten Eccon, Pomarin ja Sievin jalkinevalikoimasta löytyy myös vaaleita värejä. Vapaa-ajan jalkineista löytyy ”värejä joka lähtöön”. Kesäseason jalkineista suurin osa on kangaskenkiä ja värejä on laidasta laitaan, mutta suosituimpia värejä ovat musta ja valkoinen. Lahdenrannan mukaan nettimyynä on kasvattanut tuotteiden värimaailmaa ja ihmiset ovat tulleet rohkeammaksi eri värien suhteen.

Materiaalina kävelykengissä ja urheilujalkineissa on vaihtelevasti keinoaine ja nahka, urheilujalkineista suurin osa päällisen materiaaleista on kuitenkin nahka-tekstiiliyhdistelmä. Tämän työn kannalta tarkastelin vain nauhallisia kenkiä, mutta Prisman vapaa-ajan jalkinevalikoimasta löytyy niiden lisäksi myös venykeellisiä kenkiä varsinkin matalalla varrella.

Haastattelun avulla sain hyvän pohjatiedon Prisman valikoimasta eri kausilla ja siitä, mitkä ovat suosittuja jalkineita. Tavallaanhan myymälään voi itsekin mennä tarkastelemaan valikoimaa, mutta ilman työntekijää on vaikea hahmottaa esimerkiksi sitä mikä on myydyin malli tai suosituin väri.

3 SUUNNITTELUUN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

Aloittaessa opinnäytetyöni olin jo tehnyt valinnan kehitettävästä jalkineparista. Halusin valita opinnäytetyön aikana työstettävän malliston pohjaksi nauhallisen kävelykengän, mutta ottaa myös pieniä vaikutteita muista pareista. Marie-malli on kuitenkin mielestäni potentiaalisin arki käyttöön kehitettävästä mallista.

Tavoitteenani oli toteuttaa mallisto, joka toimisi vapaa-ajan kävelykenkänä sen yksityiskohdista huolimatta. Tänä päivänä katumuoti on kuitenkin rohkeampaa, eikä varsinkaan nuorilla aikuisilla ole vain yhtä tiettyä muotia pukeutumisen suhteen. Koska olen jo aiemmin valmistanut jalkineparin esitettäväksi näytökseen, minun on lähtökohtaisesti helppo kehittää sitä pääasiassa materiaalien, yksityiskohtien ja ratkaisujen kautta. Malliston aiempi punainen väri ei ole sopiva opinnäytetyön kehitettäviin malleihin, joten värikartan laatiminen on yksi mielenkiintoinen osa työtä. Värien valitsemiseen vaikuttavat kesän 2020 trendit ja kyselystä ja haastattelusta saatu tieto.

Tutkimustyö ja inspiraatioon vaikuttaviin tekijöihin syventyminen on tärkeää suunnitteluprosessin kannalta. Tutkiessa aihetta syvästi voi saada uusia ideoita esimerkiksi väreihin tai vaikkapa malliston nimeen. Tutkimuksen teko antaa mallistolle myös vakaan pohjan, joka tekee prosessista selkeän ja antaa sille teeman. (Choklat, 2012, s. 54) Tässä tapauksessa inspiraatio tulee osittain jo aiemmin olemassa olevasta tuotteesta, sekä tutkimustyöstä jonka olen tehnyt kaupallisuudesta.

Suunnitteluprosessin aikana haluan vahvistaa omaa suunnittelijaidentiteettiäni, mutta tehdä sen kaupallisuuden ja trendien kautta. Tämän tutkimustyön ja sen tulosten yhdistämisellä omaan näkemykseeni saan realistisemman kokemuksen kaupallisen tuotteen tuotekehityksestä, kuin pelkällä oman näkemyksen tuottamisella. Suunnittelijana voi tietenkin luoda ikään kuin ”oman” maailman ja olla seuraamatta muuta muotimaailmaa, mutta tämän työn tuloksena on kehittää kaupallinen vapaa-ajan jalkine liittämällä siihen oma näkemys hillitysti.

3.1 Kohderyhmä

Minulle suunnitteluprosessi lähtee hyvin usein käyttäjän pohtimisesta. Kuvittelen ihmisen joka käyttäisi tuotetta tai paikan missä ihmiset käyttäisivät sitä. Kohderyhmä määrää hyvin paljon sitä, että minkälainen tuotteesta tulee, varsinkin ulkonäön kannalta. Pääpainona tässä työssä on kuitenkin malliston ja tuotteiden kaupallisuus, joten kohderyhmäni on laaja eikä koostu vain yhden alakulttuurin käyttäjistä tai trendistä.

Kohderyhmän asiakkaat ostavat jalkineensa automarketeista tai isojen ketjujen kenkäkaupoista. Näihin kuuluu esimerkiksi Prisma, jonka työntekijää haastattelin. Muita samankaltaisia tuotteita myyviä kauppoja ovat esimerkiksi DinSko tai muut ketjuliikkeet.

Laajaa kohderyhmää tarkastellessa tulee ottaa huomioon sosiaaliset normit ja ihmisten ostokäyttäytyminen. Kulttuurilliset erot vaikuttavat ostokäyttäytymiseen, mistä syystä markkinat ja kohderyhmä on oltava tiedossa. Ihmiset sopeutuvat yhteiskunnan normeihin ja seuraavat muiden käyttäytymistä ja pukeutumista (Workman & Freeburg, 2009, s. 11).

Kuvitteellinen asiakasryhmän edustaja on 20–40-vuotias nainen, joka ostaa suuren osan jalkineistaan joko automarketeista tai ketjukaupoista. He ovat sellaisia kuluttajia, jotka haluavat vapaa-ajan kengän olevan mukava ja trendikäs, mutta ei kuitenkaan liian silmään pistävä. Hyvä vapaa-ajan jalkine voi heidän mielestään olla hinnaltaan 70-120 euron välimaastossa. Kun jalkine on laadukas, uusia ei tarvitse ostaa nopeaan tahtiin eivätkä ne rikkoudu käytössä.

Kohderyhmän edustaja suosii vapaa-ajallaan urheilullisia kenkiä ja sneaker-tyylisiä tennareita. Jalassa mukavat kengät ovat sopivat, kun kävelee paikasta toiseen ja käyttää kenkiä erilaisissa tilanteissa.

3.2 Vuoden 2020 trendit

Isot ketjut kulkevat trendien perässä ja tuotteet vaihtuvat nopeaan tahtiin. Esimerkiksi Prisman automarketeissa jalkineet vaihtuvat kausittain. Prisma Lielahden apulaismyyntipäällikkö Tuija Lahdenrannan (sähköposti, 08.04.2019) mukaan heillä on jalkineosastolla sesonkeja kolme vuodessa ja valikoima vaihtelee niiden mukaan.

Olen tehnyt trenditutkimuksen syventymällä WGSN -trendipalvelun tarjoamiin ennusteisiin vuoden 2020 kevät/kesä –sesongille. Ennusteisiin kuuluu jalkineiden ja asusteiden väriennusteiden lisäksi materiaalit ja tyyli-

Vuoden 2020 jalkinetrendien pääpisteinä nuorten naisten ja naisten tuotteissa on muutama eri tyyllisuuntaus. WGSN on ennustanut tässä vaiheessa trendeiksi esimerkiksi vaaleat värit, vintagen tunning ja uniikit asusteet jotka toimivat statement –asusteina. Nuorekkaat vaaleat värit saavat kuitenkin vastapainokseen vaaleanpunaisen ja ruskean sävyjä sekä kalpeita vihreän sävyjä. Nahkatuotteissa luonnolliset ja maanläheiset sävyt ovat trendikkäitä niin klassisuuden ja ajattomuuden kannalta. (WGSN, 2019)

Muotitoimistojen trendiennusteissa on kuitenkin valtava määrä tietoa ja artikkeleja, joten olen poiminut vain osan saatavilla ollusta tiedosta. Ennusteita tutkiessa tulee kuitenkin ymmärtää, että ne ovat ennusteita eli

niitä voi käyttää suuntaa antavana inspiraationa eikä niistä tiedä että ovatko ne lopuksi totuudenmukaisia.

3.3 Verrattavat brändit

Olen valinnut verrattaviksi brändeiksi kolme erilaista merkkiä. Yhden joka on hintatasoltaan hieman halvempi, yhden kansainvälisen ja yhden suomalaisen. Jos verrattavuutta miettii siltä kannalta, että minulla olisi oma hypoteettinen brändi, niin suomalainen Pomar olisi tietenkin kaikista näistä kolmesta verrattavin tuotemerkki. Halusin kuitenkin lisätä tähän Pomarin lisäksi kaksi erilaista jalkinebrändiä, joiden hintaluokat ovat hiukan erilaisia. Kahden näiden verrattavien brändien tuotteita löytyy myös Prisman valikoimasta (Lahdenranta, 2019).

Verrattavia jalkinemaleja on valtava määrä vapaa-ajan jalkineissa. Vapaa-ajan jalkineita löytyy kaikissa väreissä ja tyyleissä, mutta tähän työhön liittyen tutkin muutaman tuotemerkin urheilullisempia nauhakenkiä. Esimerkiksi DinSkon tuotemerkkinä toimivalta Attitudelta löytyy urheilullisia vapaa-ajan jalkineita, jotka ovat hintaluokkansa ja trendikkyytensä kannalta verrattavia tämän opinnäytetyön projektiin. Niiden hintaluokka liikkuu 40-70 euron välimaastossa. DinSko ”tarjoaa edullisia kenkiä muotitietoisille asiakkaille.” (FEETFIRST, n.d.) ja on tällä tavalla hyvä vertauskohde kaupalliselle ja trendikkäälle jalkineelle.



Kuva 10. DinSkon jalkinemerkki Attituden kaksi erilaista tennarimallia. (FEETFIRST, n.d.)

Muita verrattavia brändejä on Prismankin valikoimasta löytyvät Ecco sekä Pomar. Econ valikoimasta löytyy laadukkaita nauhallisia vapaa-ajan kenkiä, joiden hintaluokka on hieman korkeampi kuin esimerkiksi aiemmin mainitsemani Attituden. Koin tärkeäksi verrata kahden eri hintaluokan nauhakenkää ja tutkia niiden ominaisuuksia suunnittelun kannalta. Esimerkiksi ECCO CREPETEY –nauhakenkä (kuva 11.) on hyvä esimerkki nahkaisesta nauhakengästä. Ecco käyttää tuotteissaan laadukkaita materiaaleja (ECCO, n.d.)



Kuva 11. ECCO CREPETRAY –kenkä. 129,9€. (ECCO, n.d.)

Pomar on Suomalainen jalkinebrändi, joka on kaikista näistä tuotemerkeistä kaikista lähimpänä omaa työtäni. Pomarin jalkineet suunnitellaan ja valmistetaan Euroopassa. Kengillä on selkeä muotokieli ja ne ovat laadukkaita ja funktionaalisia. (Pomar, n.d.) Naisten kävelykengistä löytää montaa erilaista tyyliä ja malli venykkeistä nauhallisiin ja nahkakengistä kangaskengisiin. Nauhallisista malleista löytyy paljon erilaisia malleja, jotka ovat kuitenkin muotokieleltään yksinkertaisia ja siistejä. Esimerkeiksi olen valinnut kaksi erilaista 109 euroa maksavaa mallia (kuva 12.), joista toisessa on käytetty päällisen materiaalina pintanahkaa ja toisessa pintanahkaa sekä mokkanahkaa. Molemmissa malleissa on tekstiilivuori ja TR-kumista valmistettu pohja. (Pomar, n.d.)



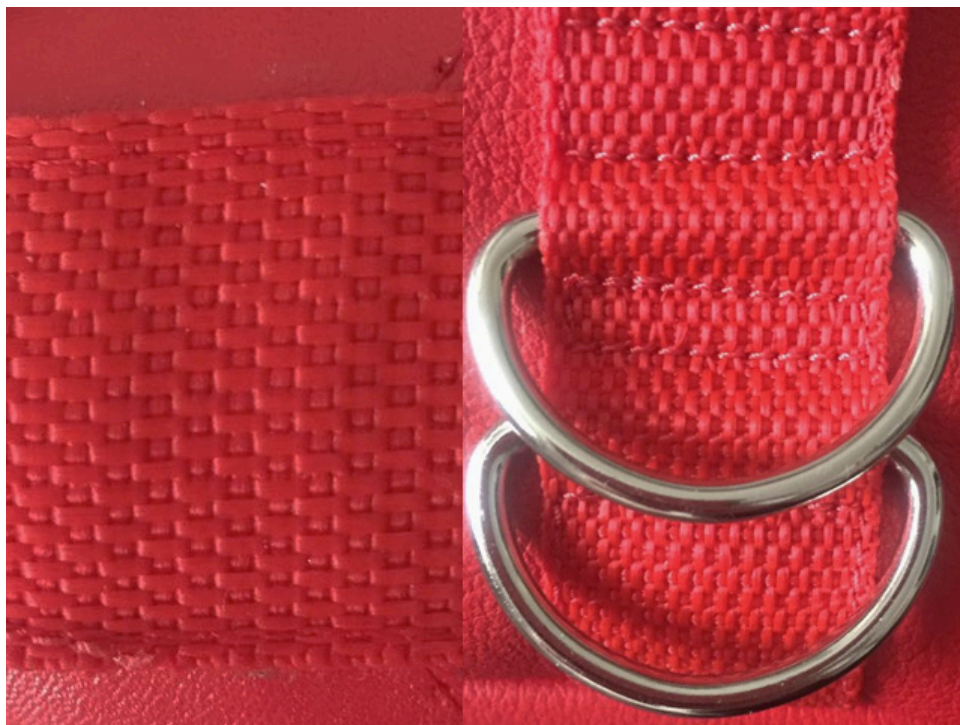
Kuva 12. Pomarin kävelykenkiä. (Pomar, n.d.)

4 SUUNNITTELUPROSESSI

Aiemmin suunnitellessani Vixen –mallistoa olin jo päättänyt, että tavoitteenani on käyttää sitä opinnäytetyöni pohjana. Malliston pääpointtina oli sen kolmiulotteiset osat ja muotokieli, jonka kehitystä halusin jatkaa. Loppujen lopuksi päädyin valitsemaan kaupallisuuden ja trendit yhtenä tuotekehityksen osana. Vixen –malliston tuotteista oli yksinkertaista valita malli, joka oli itsessään jo nauhakenkä ja jonka ulkonäkö oli minulle miellyttävän.

Aloitin tuotekehitysprosessin luonnostelemalla uusia jalkinemalleja alkuperäisen inspiraation (Marie & Vixen) Pohjalta. Minulle on tärkeää tehdä kymmeniä, ellei jopa satoja luonnoksia, sillä niin saan tuotettua jotain sellaista mitä en olisi ajatellut ensimmäisten luonnosten joukossa. Tällä tavalla pakotan itseni keksimään uusia ideoita, mitkä saattavat loppujen lopuksi päätyä lopulliseksi malliksi. Myös eri luonnosten yhdistäminen ja ideoiden sekoittaminen toimivat joissain tapauksissa ja tuovat lisää ideoita luonnostelulle.

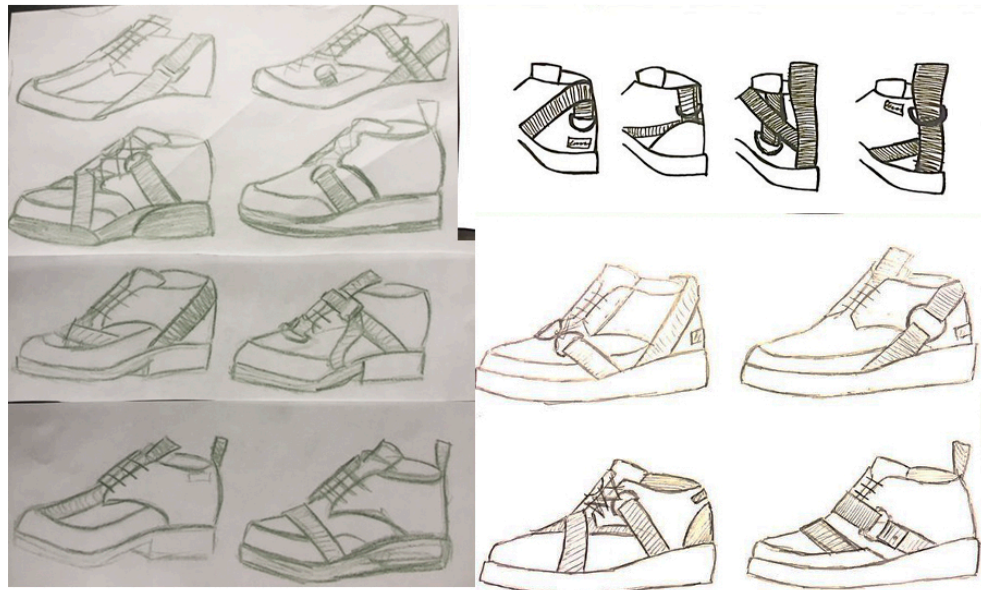
Ideoita suunnitteluprosessille lähdin hakemaan kirjoista, muusta medias- ta, vuoden 2020 trendien tutkimisesta ja omasta identiteetistäni. Vaikka minulla oli paljon inspiraationlähteitä, alkuperäinen jalkinemalli Marie on kuitenkin tärkein niistä. Tästä syystä koin Marien ja koko Vixen –malliston yksityiskohdat (kuva 13.) tärkeimmiksi inspiraationlähteiksi tässä projektissa. WGSN –sivuston trendiennusteet toimivat myös osana inspiraation etsimistä. Hauskana yhteensattumana WGSN oli ennustanut yhdeksi jalkine- ja asustetrendiksi kolmiulotteiset elementit ja yksityiskohdat. (WGSN. (2019). Hardware & Details S/S 20) Tässä suunnitteluprosessissa päätin myös käyttää useaa eri materiaalia jalkineen päällisessä.



Kuva 13. Inspiraationlähteinä toimivia yksityiskohtia.

Luonnosten tekemisen ensimmäisessä vaiheessa piirsin niin klassisemman näköisiä kävelykenkiä, kuin myös urheilullisia vapaa-ajan malleja. Näiden olennaisin ero oli pohjassa ja sen muodossa. Urheilullisten mallien tuomisen mallistoon päätin niiden ajankohtaisuudella ja sillä, että se sopii vapaa-ajan mallistoon. Suunnittelin matalavartisia malleja, sillä esimerkiksi Prisma Lielahden valikoimasta suosituimpia malleja ovat matalavartiset mallit, joista suosituin on Conversen Chuck Taylor All Star – nauhakenkä matalavartisena. (Lahdenranta, 2019) Lopulta päädyin suunnittelemaan malleja, joissa oli hieman vartta, mutta ei niin paljon että se peittäisi koko nilkan. Halusin suunnitella kengän, joka pysyy hyvin käyttäjän jalassa ja on mukava jalassa. Vaikka en tämän työn aikana aikonut valmistaa tuotteita, niin tein suunnittelin tuotteen sellaisena kuin mukava vapaa-ajan jalkine olisi.

Tässä vaiheessa olin jo päättänyt että käytän mallistossa kauden värejä, jotka tuovat mielenkiintoa malleihin. Alkuvaiheen luonnoksia tehdessä en kuitenkaan tehnyt kovin yksityiskohtaisia malleja, vaan tein paljon erilaisia malleja joita pystyin jatkokehittämään. Olin tehnyt jo suunnitteluprosessin alussa päätöksen siitä, että haluan säilyttää jalkinemalleissa nauhakiinnityksen muiden sijasta. Tehdessäni luonnoksia tein niitä eri suunnista ja eri materiaaleilla. Ensimmäiset luonnokset on tehty värikynillä, sillä niiden ei ollut tarkoitus olla kovin yksityiskohtaisia ja pehmeillä värikynillä saa tehtyä nopealla tahdilla yksinkertaisia kuvia. Muita työkaluja seuraavissa luonnoksissa oli lyijykynät ja tussit, sillä niillä saa helpommin eri yksityiskohdat esille.



Kuva 14. Eri vaiheiden luonnoksia.

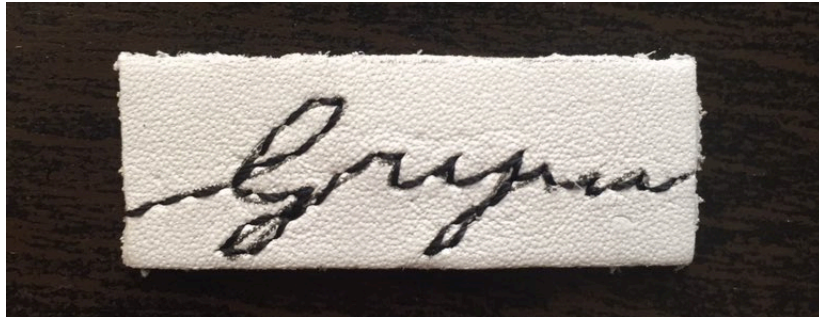
Ensimmäisiä luonnoksia tehdessä piirsin paljon erilaisia variaatioita remmien ja metalliosien suhteen. Jatkaessani piirtämistä tulin kuitenkin siihen tulokseen, että arkikäytössä olevat kengät ovat käytännöllisemmät jos ne ovat esimerkiksi metalliosien kannalta hillityt. Tämän päätöksen jälkeen luonnoksistani tuli rauhallisempia ja siistimpiä, kuin aiemmin. En halunnut luopua kolmiulotteisista osista, sillä ne ovat koko projektin inspiraationlähde. Kolmiulotteisuus ja metalliosat ovat myös yksi kesän 2020 trendeistä jalkineissa ja asusteissa. (WGSN, 2019)

Seuraavassa suunnitteluprosessin vaiheessa keräsin mieleisimmät ja tähän mallistoon sopivimmat mallit yhteen ja tein niiden pohjalta uusia malleja. Nämä luonnokset piirsin jo niin, että niistä pystyy näkemään yksityiskohdat ja pohjan tarkasti, mutta värejä en ollut tässä vaiheessa vielä malleihin lisännyt. Tämän vaiheen piirroksista valitsin kolme mallia lopulliseen mallistoon, joista tein piirrookset eri kuvakulmista. (Kuva 13.)



Kuva 15. Tussilla tehdyt viivapiirroksset valituista malleista.

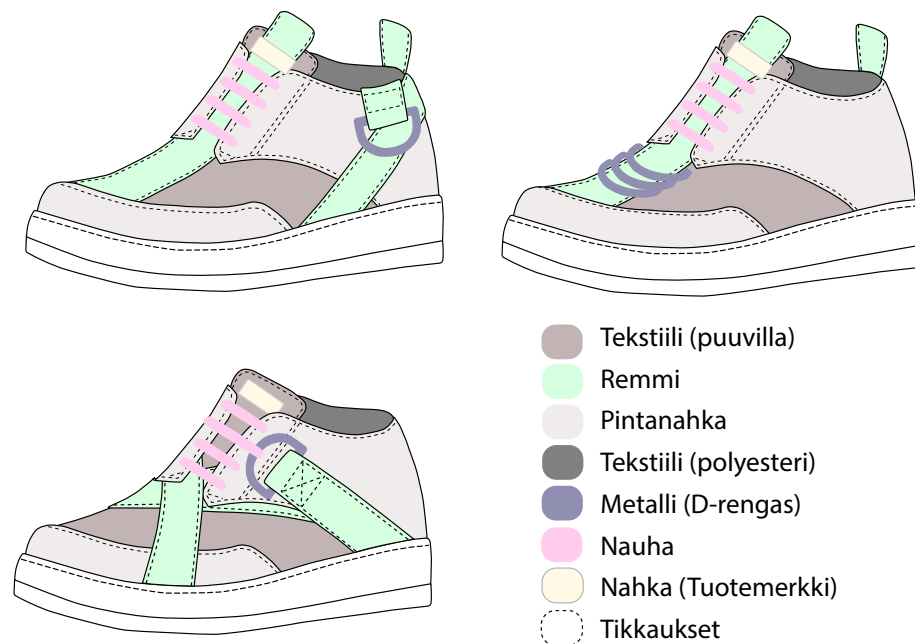
Valitsin lopulta mallistolle urheilullisen tyylin. Luonnostelin alkuvaiheessa paljon eri pohjavaihtoehtoja ja tyylejä, mutta päädyin solukumipohjaan. Se on yksinkertainen ja sopii erinomaisesti malliston konseptiin. Urheilullinen tyyli sopii inspiraationlähteenä toimiviin remmeihin hyvin ja tekee malleista uniikit. Kaikissa malliston malleissa on myös tuotemerkki (Kuva 14), jota olen käyttänyt oman hypoteettisen brändini merkkinä valmistessa muita tuotteita. Ylimmäisen mallin (numero 1) kärjessä ja kannassa on remmiyksityiskohtat, Sen ulkoreunassa on koristeena roikkuva D-rengas. Keskimmäisen mallin (numero 2) Yksityiskohtana toimii kärjen remmiin kiinnitetyt kolme D-rengasta, mutta se on muuten hyvin selkeä muodoltaan. Alimmaisen mallin (numero 3) kärjen päällä kulkee limittäin kaksi remmiä X-muodossa ja sen nauhakiinnitykseen on lisätty yhden nauhanreiän sijasta remmi, johon on liitetty D-rengas.



Kuva 16. Merkin mallikappale.

Materiaalien valitsemiseen käytin opintojen aikana tehtyjä muistiinpanoja ja materiaaleja. Materiaaleja oli tarkoitus yhdistellä ja tehdä sillä tavalla jalkinemalleista kolmiulotteisia ja yhdistää eri tekstuureita toisiinsa. Suunnittelin mallin vuoden 2020 kevät/kesä kauteen sopivaksi vapaa-ajan urheilulliseksi jalkineeksi, joten halusin sen olevan hengittävä ja joustava. Tästä syystä valitsin kärjen kappaleeksi ja vuoriin tekstiilimateriaalit.

Visuaalisesta materiaalikartasta (kuva 15.) näkee yksinkertaisesti jalkinemalleissa käytettävät materiaalit. Eri materiaaleilla on omat värikoodit, jotka olen merkannut kuvan oikeaan alareunaan. Päällisen materiaaleina toimii nahka ja erilaiset tekstiilit, päällisen yksityiskohtien materiaaleina toimii metalliset D-renkaat ja synteettiset remmit. Kaikki mallit ovat nauhallisia ja niistä löytyy nahkainen tuotemerkki (kuva 12). Pohjan materiaaliksi valitsin solukumin kaikkiin malleihin, sillä se on joustava ja kevyt (Nebo, 2016) sopien vapaa-ajan jalkineeseen.



Kuva 17. Materiaalikartta

Materiaalien valinnan jälkeen oli käytännöllisintä siirtyä värien valitsemiseen. Tähän vaikuttivat tietenkin haastattelu, kysely, sekä automarkettien valikoima. Näiden pohjalta vahvimpana väri vaihtoehtona oli selkeästi musta, joten tein päätöksen tehdä koko mallistosta mustan värisen sen suosion takia, mikä on kaupallisessa suunnittelussa tärkeää. Kokonaan mustan värisessä mallistossa jätin kumipohjat osittain valkoisiksi tuomaan raikkautta.

Tässä vaiheessa tein päätöksen toisen värisen malliston lisäämisestä mustan lisäksi. Tämän väri vaihtoehtona oli olla vaalea ja trendikäs, sellaisille käyttäjille jotka eivät halua ostaa kokonaan mustaa jalkinetta. Malliston päävärinä toimii beigen sävyt ja vuoden 2020 jalkinettrendiväreinä toimivat punaruskean sävyt. (WGSN, Pantone, 2019) Mustan värisen malliston (Kuva 16) melkein kaikki päällisen materiaalit ovat mustia, mutta olen merkannut ne mallistokarttaan harmaan eri sävyillä, jotta piirroksista erottaa mallien eri osat. Ainoat mustasta poikkeavat osat näissä jalkinemalleissa ovat hopean väriset D-renkaat, tuotemerkki (kuva 14) ja osa kumipohjasta. Mielenkiintoisen tästä mallistosta tekee se, että siinä on yhdistetty päälliseen eri materiaaleja. Näin ollen niiden eri tekstuurit ovat isossa roolissa vaikka väri onkin sama.

MALLISTOKARTTA
HARPY /BLACK VERSION
CASUAL FOOTWEAR
KAROLIINA GRYM
2019



Kuva 18. Mustan version mallistokartta.

Vaihtoehtoinen mallisto värien kannalta päättyi beigen ja punaruskean sävyihin. Ensiksi ajattelin ruskeaa vaihtoehtona jo silloin, kun haastateltavani ollut Tuija Lahdenranta mainitsi sähköpostiviestissään (8.4.2019), että ruskea on vahvasti toiseksi suosituin väri kävelykengissä heti mustan jälkeen heidän myymälässään. Vahvistuksen tälle värivalinnalle sain tutkiessani WGSN –sivuston trendiennusteita vuoden 2020 jalkineissa ja muissa asusteissa käytettäviin väreihin, joissa vaaleanpunaiset ja puna-

ruskean sävyt olivat vahvana edustettuna. Materiaalien ennustuksissa mainittiin myös klassiset nahan värit, jotka tuovat tuotteelle pitkäaikaisen kiinnostavuuden, tehden tuotteesta ajattoman (WGSN, s/s 20, 2019). Ruskea on värinä luonnollinen ja sopii nahkatuotteeseen. Ruskean nahkan yhdistäminen ruskeisiin tekstiileihin ja komponentteihin tässä mallistossa tekee lopputuloksesta harmonisen ja käytettävän.

Ruskean malliston (Kuva 17.) pääväriksi päätyi kärjen ja varren nahkaosien värinä käyttämäni (vasen malli) tumma punaruskean sävy ja sen eri sävyt, joka peilaa trendiennusteiden maanläheisten punaruskeiden sävyjen palettia. Se on sävy, joka on merkityksellinen vuoden nahkatuotteissa. Punaruskea on värinä rikas, mutta se toimii myös tasapainoisena värinä malleissa. (WGSN, Code Create s/s 20, 2019) Tässä mallistossa päällisen tekstiilit ja yksityiskohtina toimivat remmit ovat myös punertavan ruskeita, mutta vaaleamman sävyisiä kuin kärjessä ja varressa oleva nahka. Pohja on pääasiassa edelleen valkoinen, mutta sen uloin osa on ruskeaan sopiva beige, joka on samansävyinen kuin jalkinemallien vuori. Näiden mallien metalliosat (D-renkaat) ovat kuparin sävyisiä. Kuparin valitsin siksi, että se sopii päällisen punaruskeisiin materiaaleihin sävyltään erinomaisesti.

Mallistossa on tumman mallin lisäksi valkoinen malli (keskellä) ja punertavan beigen värejä sisältävä malli (oikealla). Näiden väri vaihtoehtojen tarkoitus on tehdä mallistosta mielenkiintoinen ja näin ollen tarjota eri vaihtoehtoja käyttäjälle. Vaaleat mallit tekevät mallistosta raikkaan ja keuhäisen ja tuovat siihen tiettyä keveyttä. Mallisto on loppupeleissä hyvin luonnollisen ja hillityn värinen.

MALLISTOKARTTA
HARPY /ROSEWOOD VERSION
CASUAL FOOTWEAR
KAROLIINA GRYM
2019



Kuva 19. Ruskean version mallistokartta.

Malliston nimeksi päätyi Harpy, josta on kaksi versiota, Black edition sekä Rosewood edition. Näiden kahden version tarkoitus on tavoittaa useita käyttäjiä, eikä niissä ole siksi käytetty voimakkaita kauden printtejä tai värejä. Nahka valikoitui kärjen ja varren materiaaliksi sen kestävyuden sekä ulkonäön takia. Tekstiiliä suunnittelin kärjen päälliseen ja kaikkien mallien vuoriksi sen hengittävyuden ja joustavuuden takia, minkä koen tärkeäksi urheilullisessa vapaa-ajan jalkineessa. Nauhoitukset halusin säilyttää kaikissa malleissa niiden toimivuuden takia ja siksi että inspiraationa toiminut Marie on myös nauhakenkä. Nauhakiinnityksen käytännöllisyys helpottaa niiden pukemista ja näyttää hyvältä. Kolmiulotteisina yksityiskohdina toimivat remmit ja metalliset D-renkaat tuovat malliston ulkonäköön mielenkiintoisia elementtejä olematta kuitenkaan epäkäytännöllisiä.

Itse olen tyytyväinen suunnittelemaani mallistoon ja toivon, että voin käyttää sitä tai siinä olleita elementtejä tulevaisuuden suunnittelun pohjana. Tästä syystä suunnittelin malleihin myös tuotemerkkien (kuva 14) paikat, jotta voin tällä työllä kasvattaa omaa henkilökohtaista suunnittelutyötäni. Käyttäessä aikaisemmin suunniteltuja mallejani tässä tuotekehitysprosessissa oli minulle tärkeää oman näkemykseni jatkaminen myös opinnäytetyötä tehdessä.

5 POHDINTA JA ITSEARVIOINTI

Lopputuloksena tuotekehitysprosessista syntyi digitaalinen materiaalikartta ja mallistokartat kahdessa eri värissä. Opinnäytetyön aikana syvennyin laajasti tuotekehityksen teoriaan pääosassa kirjallisuutta tutkien. Tähän kuului yleinen tieto tuotekehityksestä ja teollisesta muotoilusta sekä siitä, mikä vaikuttaa muotoiluun eri aloilla. Tutkimissani kirjoissa käytiin läpi myös tuotekehityksen tärkeyttä yrityksen menestyksen ja kaupallisuuden kannalta ja sitä, miksi tuotekehitystä tehdään. Toinen osa tutkimastani teoriasta oli jalkineen suunnittelun ja tuotekehityksen tärkeät osat ja suunnittelun vaikuttavat tekijät.

Minulle mieleisintä opinnäytetyön prosessissa oli taustatyön tekeminen ja teoriaan syventyminen. Aihe kiinnosti minua jo ennen opinnäytetyön tekoa ja tiedon tutkimisen myötä aihe kiinnostaa minua jopa enemmän kuin aiemmin. Kaupallista suunnittelua tutkimalla ymmärsin, että omaa suunnittelijaidentiteettiä ei tarvitse kadottaa suunnitellessa kaupallisia tuotteita vaan sen voi yhdistää ajan trendeihin ja muotiin. Aiemmin olin ajatellut, että suunnittelijana voi liittää tuotteisiin omia näkemyksiä vain jos on oma brändi. Joidenkin käyttämieni lähteiden mukaan (Choklat, 2012) on jopa parempi vaihtoehto yhdistää oma itsensä ja ajan muoti tuotteeseen, jotta se ei olisi täysin samanlainen kuin muiden brändien tuotteet. Tavallaan tämän työn prosessi sai minut ymmärtämään tämän seikan.

Opinnäytetyöni teko oli pääasiassa hyvin yksinäistä ja vaikka pidän huomattavasti ryhmässä työskentelystäni, yksinäisyys ei niinkään haitannut minun työskentelyä. Kaipasin ainoastaan muiden mielipiteitä esimerkiksi väreihin ja malliston mallien valintaan liittyen. Ryhmässä työskentelyssä on myös eräänlainen yhteinen kannustus ja motivaatio jatkaa prosessia paljon vahvempana, kuin itsenäisessä työskentelyssä. Yksin on matalampi kynnyks kadottaa työhön vaadittava motivaatio ja välillä olisin kaivannut pohdiskelua muiden kanssa. Loppujen lopuksi yksin työskentelyssä positiivisimpia asioita oli aikataulujen säätelyn helppous ja se, että kaiken sai oikeastaan tehdä niin kuin itse halusi.

Minulle oli ilo tehdä tuotekehitysprosessi, jonka päämääränä ei ollut valmistaa lopullisia tuotteita vaan pitää pääpointti oli itse suunnittelussa ja siihen vaikuttavien tekijöiden tutkimisessa. Vaikka suunnittelin malliston ja tein siitä digitaaliset mallistokartat, minulle tärkein osa työtä oli teorian auki kirjoittaminen.

Työn tuloksena sain laajan käsityksen jalkineen tuotekehityksestä ja kaupallisesta suunnittelusta, sekä sen soveltamisesta itse suunnittelutyössä. Sain myös uuden kokemuksen malliston suunnittelusta, tällä kertaa kehittämällä aiemmin suunniteltuja tuotteita.

LÄHTEET

Berg, P., Leivo, V., Pihlajamaa, J. & Leinonen, M. (2001). *Tuotekehitystoiminnan laadun ja kypsyyden arviointi*. Helsinki: Metalliteollisuuden Kustannus Oy.

Choklat, A. (2012). *FOOTWEAR DESIGN*. Lontoo: Laurence King Publishing Ltd.

ECCO. (n.d.). About Us. Haettu 25.4.2019 osoitteesta <https://group.ecco.com/en/about-us>

FEETFIRST. (n.d.). TIETOJA DINSKO. Haettu 24.4.2019 osoitteesta <https://feetfirst.fi/tietoja-meista/kenkaketjumme/dinsko>

Hyysalo, S. (2009). Käyttäjä tuotekehityksessä: Tieto, tutkimus, menetelmät. Helsinki: Taideteollisen korkeakoulun julkaisu

Itkonen, M., Bengtsen, P. & Steffensen, I. (2019) Nahkakenkien Eettisyys: Kenen yli kävelet? <https://kuluttaja.fi/artikkelit/nahkakenkien-eettisyys-kavelet/>

Jokinen, T. (2001). *Tuotekehitys*. Sähköinen julkaisu, 2010, osoitteessa <http://lib.tkk.fi/Reports/2010/isbn9789526033204.pdf>

Keinonen, T. & Jääskö, V. (2004). *Tuotekonseptointi*. Helsinki: Teknologia-teollisuus ry

Laamanen, K. & Tinnilä, M. (1998). *Prosessijohtamisen käsitteet : Terms and concepts in business process management*. Helsinki: Metalliteollisuuden kustannus.

Lahdenranta, T. (2019). Sähköpostiviesti tekijälle 8.4.2019.

Nebo, M. (2016). Pohjamateriaalit jalkineissa. PowerPoint-esitys 2016, Hämeen ammattikorkeakoulu

POMAR. (n.d.) Yrityksemme Haettu 25.4.2019 osoitteesta <https://www.pomar.fi/pages/yrityksemme>

Välimaa, V., Kankkunen, M., Lagerroos, O. & Lehtinen, M. (1994). *TUOTEKEHITYS Asiakastarpeesta tuotteeksi*. Helsinki: Painatuskeskus Oy.

Workman, J. & Freeburg, B. (2009). *Dress and Society*. New York: Fairchild Books, Inc.

WGSN. (2019). S/S 20. Code Create

WGSN (2019). S/S 20. Color References

WGSN (2019). S/S 20. Hardware & Details

WGSN (2019). S/S 20. Empower Up!

Haastattelut

Lahdenranta, T. (2019). Apulaismyyntipäällikkö, Prisma Lielähti. Haastattelu

Kuvalähteet

Kuva 1 Grym, K. (2019). Viitekehys

Kuva 2 Grym, K. (2019). Prosessikaavio

Kuva 3 Wiren, V. (2018). W19Kontrasti -muotinäytös

Kuva 4 Wiren, V. (2018). W19Kontrasti -muotinäytös

Kuva 5 Grym, K. (2018). Vixen -mallistokartta

Kuva 6 Sundvall, N. (2018) Marie

Kuva 7 Grym, K. (2018) Marie tunnelmakuva , mallina Linda Huhtinen

Kuva 8 Google Docs. (2019) Taulukko kysymyksen ”Millaiset kengät ovat mieluisimpia vapaa-ajalla?” vastauksista.

Kuva 9 Google Docs. (2019) Taulukko kysymyksen ” Mikä on sinulle mieluisin väri arkikengissä?” tuloksista.

Kuva 10. FEETFIRST. (n.d.) DinSkon jalkinemerkki Attituden kaksi erilaista tennarimallia. Haettu 24.4.2019 osoitteista <https://feetfirst.fi/attitude-tennarit-beige-327749> & <https://feetfirst.fi/attitude-tennarit-keltainen-320163>

Kuva 11 ECCO. (n.d.) ECCO CREPETRAY. Haettu 25.4.2019 osoitteesta

<https://fi.ecco.com/fi-FI/Naiset/Keng%C3%A4t/Tennarit/product/5642686941/ECCO-CREPETRAY-LADIES>

Kuva 12 Pomar. (n.d.) Pomarin kaksi erilaista kävelykenkää haettu 25.4.2019 osoitteista

<https://www.pomar.fi/collections/kavelykengat/products/marja-ladies-walker-2> &

<https://www.pomar.fi/collections/kavelykengat/products/women-s-walker>

Kuva 13 Grym, K. (2019) Kuvia yksityiskohdista

Kuva 14 Grym, K. (2019) Luonnoksia

Kuva 15. Grym, K. (2019) Tussipiirroksia

Kuva 16. Grym, K. (2019) Kuva tuotemerkistä

Kuva 17. Grym, K. (2019) Materiaalikartta

Kuva 18. Grym, K (2019) Mustan version mallistokartta

Kuva 19. Grym, K (2019) Rosewood version mallistokartta

KYSELYN KYSYMYKSET

- Minkä ikäinen olet?
- Mitä otat huomioon kenkiä ostaessa?
- Millaiset kengät ovat sinulle mieluisimmat vapaa-ajalla?
- Mikä on sinulle mieluisin väri arkikengissä?
- Jos vastasit edelliseen kysymykseen muu, niin mikä?
- Onko sinulla muuta sanottavaa vapaa-ajan jalkineista tai sinun käytötottumuksista?