

Salla Grönlund

Työvaatteet Common Love -yhdistykselle

Businesshenkinen työvaatemallisto

Opinnäytetyö

Kevät 2013

Kulttuurin yksikkö

Muotoilun koulutusohjelma

Lifestyle- muotoilu



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Kulttuurin yksikkö
Koulutusohjelma: Muotoilun koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto: Lifestyle- muotoilu

Tekijä: Salla Grönlund

Työn nimi: Työvaatteet Common Love –yhdistykselle: businesshenkinen työvaatemallisto

Ohjaaja: Merja Juppo, Vuokko Takala-Schreib

Vuosi: 2013 Sivumäärä: 70 Liitteiden lukumäärä: 6

Opinnäytetyössä suunniteltiin ja valmistettiin protoiksi businesshenkinen työvaatemallisto. Mallistoon suunniteltiin seitsemän osaa naiselle ja kolme osaa miehelle. Tämän opinnäytetyön tavoitteeksi asetettiin businessmaailmaan sopivuus, erilaisuus ja leikkisyys. Työssä tutustuttiin yleisesti erilaisiin työvaatteisiin, niiden ominaisuuksiin, sekä mitoitukseen ja malleihin. Näiden ja teemahaastattelun pohjalta suunniteltiin ja ommeltiin protoiksi asti kymmenen erilaista businessstyövaatetta. Opinnäytetyön toimeksiantaja oli helsinkiläinen yhdistys nimeltä Common Love.

Opinnäytetyön tiedonhankinta tapahtui kirjallisten lähteiden ja Internetin avulla. Tiedonhankintavaiheessa käytettiin myös apuna teemahaastattelua. Teemahaastattelu todettiin erityisen hyväksi, sillä työssä hyödynnettiin käyttäjälähtöistä suunnittelua ja teemahaastattelulla saatiin arvokasta tietoa yhdistyksen toiveista.

Opinnäytetyön tuloksena asiakkaalle suunniteltiin ja valmistettiin protoiksi työvaatemallisto, jossa on vaatteita sekä naiselle että miehelle. Mallisto koostuu kymmenestä vaatteesta, joista seitsemän on naiselle ja kolme miehelle. Mallisto on toimiva, erilainen ja erottuva ja täyttää asiakkaan etukäteen esittämät toiveet. Asiakas oli tyytyväinen mallistoon. Lopullinen työvaatemallisto oli käyttäjiensä oloinen ja näköinen, sekä olin itse tyytyväinen lopputulokseen.

Avainsanat: business, business casual, työvaate, mallisto

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Culture and Design
Degree programme: Degree programme in Design
Specialisation: Lifestyle Design

Author/s: Salla Grönlund

Title of thesis: Workwear clothes to Common Love association: business-oriented workwear collection

Supervisor(s): Merja Juppo, Vuokko Takala-Schreib

Year: 2013 Number of pages: 70 Number of appendices: 6

The aim of this thesis was to design and manufacture business-oriented workwear collection. The aim of the Workwear collection was to fit the world of business and to be diverse and playful. There were seven parts to women and three parts to men in the collection. In the thesis I studied a variety of workwear in general, their properties, as well as dimensions and models. Based on these and a theme interview, I designed and sewed ten different kinds of work clothes. The client was an association called Common Love in Helsinki.

The data was collected in the literary sources, the Internet and the theme interview. The interview was particularly beneficial because user-oriented planning and interviews provided valuable information about the association's wishes.

The result of this thesis was to design and manufacture a workwear collection which consisted of seven clothes to woman and three to man. The collection is practical, different and distinctive and fulfills the wishes of the customer. The customer was satisfied with the collection. The final collection looked as its users and I was pleased with the result.

Keywords: business, business casual, workwear, collection

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Käytetyt termit ja lyhenteet.....	6
Kuvioluettelo.....	7
1 JOHDANTO.....	8
2 YHTEISTYÖKUMPPANI.....	10
2.1 Visio ja arvot kohdallaan.....	10
2.2 Hyvinvointi.....	11
2.3 Kestävä kehitys ja luonnonmukaisuus.....	12
2.4 Opinnäytetyön brief.....	12
3 TYÖVAATE.....	14
3.1 Työvaatteiden luokittelu.....	14
3.1.1 Imago- ja yritysvaatteet.....	15
3.1.2 Businessvaatteet.....	16
3.1.3 Suojavaatteet.....	20
3.1.4 Ammattivaatteet.....	22
3.2 Työvaatteen ominaisuudet ja suunnittelu.....	22
3.2.1 Työvaatteen mitoitus.....	23
3.2.2 Työvaatteen malli.....	25
3.2.3 Kankaan ominaisuudet.....	25
3.3 Yhteenveto ja pohdinta työvaatteesta.....	26
4 KÄYTTÄJÄLÄHTÖISYYS.....	28
4.1 Käyttäjälähtöinen suunnittelu.....	28
4.2 Haastattelu ja analyysi.....	29
4.2.1 Teemahaastattelun toteutus.....	29
4.2.2 Teemahaastattelun tulokset.....	30
4.3 Yhteenveto ja pohdinta käyttäjälähtöisyydestä.....	34
5 YRITYSKUVA.....	36
5.1 Kohderyhmä.....	36

5.2 Kohderyhmän makumaailma	37
5.3 Toteutustekniset speksit.....	38
5.4 Yhteenveto ja pohdinta yrityskuvasta.....	39
6 MUOTOILUPROSESSI.....	41
6.1 Muotoilun tavoitteet	41
6.2 Ideointi ja luonnokset	41
6.3 Protot	46
6.4 Yhteenveto ja pohdinta muotoiluprosessista.....	58
7 YHTEENVETO JA POHDINTA	62
LÄHTEET	65
LIITTEET.....	70

Käytetyt termit ja lyhenteet

- Business -vaatteet** Business -vaatteet tarkoittavat naisilla jakkupukua tai housupukua. Miehillä se tarkoittaa yleensä aina pukua. (Särkikoski-Pursiainen 2001)
- Casual -vaatteet** Casual -pukeutuminen on yleensä rentoa. Casual -pukukoodi tarkoittaa työpukeutumisessa esimerkiksi farkkuja. (Virtanen 19.9.2012b)
- Smart casual -vaatteet** Smart casual tarkoittaa hienostunutta arkipukeutumista. Smart casualiin voidaan pukeutua esimerkiksi perhejuhliin. (Virtanen 19.9.2012a)
- Brändi** Brändi tarkoittaa tuotemerkkiä. (Laakso 1999)

Kuvioluettelo

KUVIO 1. Vaatekaupat käyttävät yritysvaatteinaan myymälän omia vaatteita.....	15
KUVIO 2. Kuvakollaasi erilaisista businessvaatteista.....	17
KUVIO 3. Suojavaatteet ovat tavallisesti kirkkaan värisiä.....	21
KUVIO 4. Uimavalvojan ja K-ryhmän työvaatteet kuuluvat ammattia ilmentäviin vaatteisiin.....	22
KUVIO 5. Erilaiset työasennot vaativat joihinkin mittoihin muutoksia.....	24
KUVIO 6. Anu Timmerbackan persoonakuvaus.....	36
KUVIO 7. Jani Tikkasen persoonakuvaus.....	37
KUVIO 8. Ajatuskartta naisten businespukeutumisesta.....	42
KUVIO 9. Ajatuskartta miesten businespukeutumisesta.....	42
KUVIO 10. Minulta syntyi runsaasti hyviä ideoita.....	43
KUVIO 11. Esimerkkejä erilaisista naisten vaatteiden luonnoksista.....	44
KUVIO 12. Esimerkkejä erilaisista miesten vaatteiden luonnoksista.....	44
KUVIO 13. Naisten vaatteiden väri vaihtoehdot.....	45
KUVIO 14. Ensimmäiset protot.....	47
KUVIO 15. Ensimmäisissä protoissa testasin, miten valitut yksityiskohdat toimivat.....	48
KUVIO 16. Kaksivärinen mekko.....	49
KUVIO 17. Miehele suunniteltiin kauluspaita, liivi ja housut.....	52
KUVIO 18. Röyhelöpaita ja hame.....	53
KUVIO 19. Ryppymekko.....	54
KUVIO 20. Kaksivärinen toppi ja hame.....	55
KUVIO 21. Japanilaistyylinen mekko.....	56
KUVIO 22. Jakku.....	57
KUVIO 23. Lopullinen mallisto.....	61

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössä suunnitellaan helsinkiläiselle Common Love- yhdistyksen työntekijöille työvaatteet. Opinnäytetyössä tehdään suunnitelmien pohjalta seitsemän vaatetta naiselle ja kolme vaatetta miehelle. Opinnäytetyössä tutustutaan erilaisiin työvaatteisiin, mutta pääpaino on businessvaatteilla.

Teorian pohjalta suunnitellaan työvaatteet yhdelle naiselle ja yhdelle miehelle. Suunnittelussa otetaan huomioon yhdistyksen toiveet ja ajatukset ja apuna käytetään teemahaastattelua. Opinnäytetyö tehdään tiiviissä yhteistyössä Common Loven henkilökunnan kanssa.

Opinnäytetyön alussa kerrotaan yhteistyökumppanista ja sen toiminnasta. Opinnäytetyössä kerrotaan myös yleisesti erilaisista työvaatteista ja mitä niiden suunnittelussa tulee ottaa huomioon. Opinnäytetyö toteutetaan hyödyntämällä käyttäjälähtöistä suunnittelua, jossa kerätään tietoa käyttäjien toiveista ja ideoista. Luvussa viisi kerrotaan ja pureudutaan henkilökunnan haastatteluihin, sekä teemahaastatteluun ja luvussa kuusi yrityskuvaan.

Varsinainen muotoiluprosessi alkaa luvusta seitsemän. Luvun alussa kerrotaan muotoilun tavoitteista ja se jatkuu ideoinnin ja henkilökunnan mielipiteiden kautta lisäluonnoksiin ja protoihin. Lopulliset tuotokset esitellään opinnäytetyön lopussa. Jokaisen luvun lopussa on myös yhteenveto ja pohdinta luvuissa käsitellyistä asioista.

Ideoinnin ja luonnosten tekemisen lomassa pidetään tiivistä yhteyttä yhdistyksen henkilökuntaan, jotta mallistosta saadaan mahdollisimman heille sopivan näköinen. Tämän pohjalta on helppo rajata luonnoksia pois ja jatkaa niiden parissa, jotka miellyttivät heitä. Common Loven henkilökunta haluaa työvaatemallistosta businessistä ja business casualia (Timmerbacka 2013). Lopullisista malleista tehdään ammattimaiset kuvat, joilla esitetään ideat yhdistyksen henkilökunnalle. Lopuksi malleista tehdään protot ja mahdollisesti valmiit vaatteet.

Luvussa kahdeksan tehdään yhteenveto ja pohdinta koko opinnäytetyöstä, sekä siinä olleista hyvistä ja huonoista puolista.

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda leikkisä, tyylikäs ja samalla yhtenäinen businesshenkinen työvaatemallisto yhdistykselle. Tavoitteena on tehdä hyvä ja toimiva vaatemallisto, joka samalla markkinoi yhdistystä. Tavoitteeseen päästään tutustumalla kirjallisuuteen ja pitämällä tiiviisti yhteyttä Common Loven henkilökunnan kanssa, jotta mallistosta saadaan mahdollisimman heidän näköisensä.

Tutkimuskysymyksinäni minulla on selvittää, mitkä asiat tekevät hyvän businessvaatteen ja millaisia asioita sen suunnittelussa tulee ottaa huomioon. Tutkimuskysymykseni on myös se, voiko businesskoodia rikkoa ja tuoda siihen väriä ja rohkeutta.

Kiinnostuin aiheesta, koska minulla on tulevaisuudessa haaveena oma vaatealan yritys. Minua kiinnostaa lähes kaikki vaatesuunnitteluun ja ompeluun liittyvät jutut. Aihe on mielenkiintoinen myös sen takia, että en ole koskaan suunnitellut miehille vaatteita, enkä naisillekaan business -vaatteita.

2 YHTEISTYÖKUMPPANI

2.1 Visio ja arvot kohdallaan

Common Love on helsinkiläinen yhdistys. (Timmerbacka 2013) Yhdistyksessä on tällä hetkellä kaksi työntekijää, Anu Timmerbacka ja Jani Tikkanen. Yhdistyksen tarkoituksena on auttaa yrityksiä ja yksilöitä kasvamaan. (Timmerbacka 2012) He järjestävät yksilö- ja yritysvalmennuksia, sekä erilaisia hyvinvointivalmennuksia. Common Love haluaa kiinnittää huomiota ihmisten hyvinvointiin.

Koko Common Loven toiminta perustuu tapaamisiin, neuvotteluihin ja vuorovaikutukseen. Common Loven henkilökunta kiteyttää koulutuksensa läsnäoloon ja laadukkaampaan ajatteluun. (Tikkanen, Timmerbacka 2013a)

Tikkanen ja Timmerbacka (2013b) kertovat, että he tekevät projekteja, jotka yhdistävät kehoa, mieltä, tunteita ja hyvinvointia. Timmerbackalla on koulutukseltaan tapahtumatausta, joten hän hoitaa sen puolen asioita. Tikkasella on puolestaan vahva osaaminen valmennusasioissa, joten hän hoitaa niitä asioita. Toki he tekevät yhdessäkin hommia, kun on kyse molempien osaamisalueista.

Common Loven missiona on etsiä ratkaisuja yhdessä yritysten ja yksilöiden kanssa heidän tavoitteidensa toteuttamiseksi (Association of Common Love ry, [viitattu 30.1.2013]). Yhdistyksen arvoja ovat rakkaus arjessa, rehellisyys, viisaus, puhtaus ja laadukkuus (Timmerbacka 2013). Common Loven visiona on elää menestyksessä ja rakkaudessa yhdessä loistavina ihmisinä (Association of Common Love ry, [viitattu 30.1.2013]).

2.2 Hyvinvointi

Timmerbackan (2012) mukaan Common Lovelle ihmisten hyvinvointi on tärkeää ja siitä yhdistys saa voimavaransa. Yhdistys haluaa olla mukana rakentamassa yksilöiden ja yhteisöjen hyvinvointia ja auttaa asioissa. Common Love uskoo, että yksilön menestyminen johtaa yhteisön menestymiseen. (Menestymiskumppanuus, [viitattu 30.1.2013]) Kaikki alkaa ruohonjuuritasolta ja kohoaa kohti suurta päämääräänsä. Liiketoiminnassa menestyäkseen pitääkin saada ensin yksilöt menestymään ja sen jälkeen koko tiimi menestymään. Kun yksilöt tuntevat omat vahvuutensa (Tiimihenki tuottamaan, [viitattu 30.1.2013]), on koko tiimillä mahdollisuus onnistumiseen. Tiimihenki on kaikkien yksilöiden toiminnan tulos.

Kasvunhaluiset ihmiset tietävät, että ihmisissä piilee rajattomasti mahdollisuuksia. (Tikkanen 2010, 17, 119) Muutoksissa on mahdollisuus ja menestyäkseen heidän on kasvettava yhdessä. Common Loven koulutuksissa opetetaan, että omilla mielipiteillään on väliä. Niillä on väliä varsinkin jos ihmiset arvostavat muiden mielipiteitä yhtä paljon kuin omiaan.

Common Love järjestääkin erilaisia valmennuksia auttamaan yhteisöjä ja yrityksiä saavuttamaan omat tavoitteensa (Tiimihenki tuottamaan, [viitattu 30.1.2013]), sekä lisäämään hyvinvointia. Tiimihenki- valmennuksessa pääpaino on yksilöiden oivalluksilla, niiden mahdollistamisella, sekä läsnäolon ja ryhmähengen lisäämisessä.

Toinen yhdistyksen järjestämä valmennus on myyntivalmennus. (Myyntimenestys, [viitattu 30.1.2013]) Tässä valmennuksessa käsitellään asiakassuhteen syntymistä, luottamuksen ja yhteisymmärryksen rakentumista, sekä ratkaisuja ja tunteita. Jokaisen päätöksen taustalla on positiiviset tunteet.

2.3 Kestävä kehitys ja luonnonmukaisuus

Common Love (Timmerbacka 2012) pyrkii kaikessa toiminnassaan olemaan mahdollisimman luonnonmukainen ja suosii kestävästä kehitystä. Yhdistyksen tarkoituksena on myös perustaa rakkauden kultakauppa (Amor Aurum, [viitattu 30.1.2013]), jonka tuotto käytetään hyvää tekeviin projekteihin.

Common Love (Timmerbacka 2013) on muutenkin hyvää tekevä yhdistys, sillä se antaa 25 % kaikesta tuotostaan hyväntekeväisyyteen.

Common Love (Tikkanen 2010, 131) haluaa, että heistä näkyy arvostus toista ihmistä kohtaan. Loppujen lopuksi arvostus ihmisiä kohtaan näkyy suhtautumisessa itseensä. Muut ihmiset ympärillä näkevät, jos olet sinut itsesi kanssa.

Common Love (Tikkanen, Timmerbacka 2013b) on alkujaan syntynyt ajatuksesta universaalista rakkaudesta. Se olisi järjestelmä, johon kaikki maailman ihmiset kuuluisivat. Common Love haluaa omalta osaltaan luoda hyvää, iloa ja rakkautta ympärilleen ja edistää kaikkien maailman ihmisten hyvinvointia pala kerrallaan.

2.4 Opinnäytetyön brief

Toimeksiantonani on suunnitella prototasolla työvaatteet Common Love -yhdistyksen henkilökunnalle. Vaatteiden tulee noudattaa linjaa business casual ja business. Työntekijät olivat keskustelleet keskenään ja toivoivat yhdistyksen värin näkyvän vaatteissa jollain tasolla. Kuitenkin kaikki muutkin värit ovat vapaasti käytössä.

Materiaalien tulisi olla luonnonmukaisia, puuvillaa, pellavaa, hamppua ja niin edelleen. Malliston vaatteiden tulee olla yhtenäisiä naisten ja miesten vaatteissa, mutta ne saavat olla leikkisiä ja hauskojakin.

Mallistoon tulee kymmenen vaatetta, joista tehdään protot. Seitsemän näistä vaatteista tehdään naiselle ja kolme vaatteista miehelle. Perusteluna tälle on se, että miesten businessvaatteiden linja on selkeästi kapeampi, kuin mitä voidaan naisille suunnitella.

3 TYÖVAATE

3.1 Työvaatteiden luokittelu

Työvaatteet tarkoittavat töissä käytettävää vaatetusta. (Tabell 2005, 11) Riippuen työstä, lainsäädäntö saattaa asettaa niihin vaatimuksia. Työturvallisuuslain (L 23.8.2002/738) mukaan työntekijälle pitää antaa käyttöön ja työntekijän tulee käyttää erityistä suojapukua, mikäli työn luonne niin vaatii.

Toimivat työvaatteet yleensä lisäävät käyttäjän hyvinvointia, työssä viihtymistä, sekä parhaimmillaan vahvistavat yrityksen asemaa markkinoilla. (Tabell 2005,11) Työvaatetus voi olla myös hyvin yksilöllinen, itselle mieluisa, tärkeitä ominaisuuksia korostava ja epämieluisia piirteitä peittävä. (Mäkinen, ym 1996, 18) Vaatteet ja erityisesti värit usein myös kuvastavat käyttäjänsä mielialoja. Loppujen lopuksi yrityksen kuva kuitenkin syntyy ihmisten kautta (Vihma 2006, 64).

Monet ajattelevat yritysten tarjoamat työvaatteet helpotuksena, sillä silloin ei tarvitse miettiä omaa pukeutumistaan juuri lainkaan (Kähkönen 13.4.2012). Joillakin yrityksillä on myös käytössään ohjekirja, miten töihin tulee pukeutua. (Hatakka 16.4.2010) Ohjekirjaa käyttävillä yrityksillä pukusäännöt ovat usein business, business casual tai smart casual. Heidän tulee viestiä yrityksen brändiä jo vaatteillaan.

Puku tekee miehestä heti arvokkaamman näköisen ja luo paremman imagon. (Craik 2005, 37) Jakkupuku tuo samalla lailla myös tyylikkyyttä ja imagoa naisiin. Usein puhutaan vain miesten tyylikkyydestä puku päällä, mutta yhtä lailla nainen muuttuu erilaiseksi pukiessaan jakkupuvun päälle.

Pukeutumisen avulla käyttäjä viestittää erilaisia asioita, asenteita ja arvoja. (Honkavaara 2003, 272) Pukeutumisellaan hän ottaa kantaa, protestoi tai hyväksyy. Pukeutumisen katsotaan olevan melko neutraali tapa viestiä. Käyttäjä lähettää viestejä tiedostaen tai tiedostamatta.

3.1.1 Imago- ja yritysvaatteet

”Imagovaatteet tarkoittaa vaatteen imagollista vaikutusta yrityskuvaa parantavana tekijänä”, kirjoittaa Ruut Tabell (2005, 13). Tämä tarkoittaa sitä, että yritys on huomionnut työvaatteensa osana yrityksen markkinointia. Esimerkiksi asiakaspalvelualueilla on alettu hyödyntämään tätä yhä suuremmissa määrissä. (Kuvio 1) Asiakas näkee suoraan jonkun tietyn vaatteen jo ihmisen päällä miettiessään ostopäätöstä. Kaupan myyjät ovat kuin eläviä mallinukkeja ja asiakkaan päätös saattaa helpottua.



Kuvio 1. Vaatekaupat käyttävät yritysvaatteinaan myymälän omia vaatteita. (Fashion tunics, [viitattu 27.2.2013])

Tämä tarkoittaa sitä, että vaatetta pidetään välineenä, jolla edullisesti ja laajasti luodaan ja vahvistetaan yrityksen imagoa. (Mäkinen, ym 1996, 131) Vaatteet saadaan helposti profiloitua väreillä ja yksityiskohdilla. Näin ollen tämä on helppo tapa kertoa vaatteen kantajan työstä. Työvaatesuunnittelussa leikitelläänkin juuri mallilla, väreillä ja materiaaleilla.

Yhtenäiset ja tyylikkääät työvaatteet antavat esimerkiksi pankista luotettavan kuvan. (Vihma 2006, 64) Samalla ne myös tukevat arvoja ja brändiä. Yritysvaateissa huoliteltu asu kuuluu usein minäkuvaan. Huoliteltu asu voi olla myös rento, aina sen ei tarvitse olla kovin virallinen.

”Hyvä yrityspukeutuminen on siistiä, huoliteltua, laadukasta ja harkittua”, sanoo pukeutumiskonsultti Tuija Kauppinen. (Hammarsten 17.9.2012) Pitää osata ottaa huomioon, onko ison kansainvälisen pörssiyhtiön johtaja, vai pienen perheyriyksen myyntivastaava. Kummatkin virat ovat tärkeitä, mutta yrityspukeutuminen poikkeaa usein täysin toisistaan.

Yrityspukeutumisessa ei juosta muodin perässä. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 13) Vaatteita ei vaihdeta aina kun muoti muuttuu, vaan ne suunnitellaan kestäväksi monia vuosia ja monia muotisuuntia. Yrityspukeutumisessa muotia seurataan pikemminkin vaihtamalla asusteita kunkin kauden mukaan. Työpukeutumisessa (2001, 24) tyylikkyys ja asianmukaisuus ovat muotia tärkeämpää.

Yrityspukeutumisessa oman persoonan korostamisen ei tarvitse olla kovin näkyvää. (mts. 13) Jo pienillä yksityiskohdilla samasta asusta voi saada erilaisen. Pienillä yksityiskohdilla asusta kuin asusta saadaan omaleimainen, persoonallinen.

3.1.2 Businessvaatteet

Businessvaateissa yksinkertaiset, sopivan väljät ja hyvin istuvat vaatteet ovat kaiken perusta. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 14) Ne luovat arvokkuutta ja eleganssia varsinkin oikein kannettuna.

Naisille sopivia businessasuja ovat jakkupuvut, leningit, housuasut, hame- ja puse-roasut, sekä neuleyhdistelmät. (mts. 14) Miehillä sopivia asuja puolestaan ovat puku tai irtotakki ja housut. (Kuvio 2)



Kuvio 2. Kuvakollaasi erilaisista businessvaatteista.

Naisille suodaan businesspukeutumisessa käytettäväksi vapaammin enemmän värejä kuin miehille. (mts. 19) Yhtenäinen väritys tekee asusta kuitenkin virallisen. Sateenkaarivärit eivät sovi businessvaatetukseen.

Naisen perinteinen työvaate on jakku. (mts. 21) Se sopii kaikkiin liike-elämän tilaisuuksiin. Jakku voi olla erillinen, tai kuulua osana kokonaisuuteen hameen, housujen, liivin, kotelopuvun tai topin kanssa.

Jakussa tärkeintä on istuvuus. (mts. 22) Jakun olkalinja on yksi tärkeimmistä linjoista ja sen ryhdikkyys vaikuttaa koko jakun istuvuuteen. Jakun yksityiskohdat täytyy suunnitella käyttäjän mukaan. Suunnittelussa tulee ottaa huomioon vartalon mittasuhteet ja rakenne. Klassisen jakun pituus ylettyy yleensä pakaroiden alapuolelle. Se sopii kaikille vartalotyypeille ja erilaisiin yhdistelmiin.

Hameessa klassinen pituus tarkoittaa polvipituutta. (mts. 23–24) Aivan kuin jakussa, hameessakin pukevin pituus löytyy kokeilemalla. Kaikki hamepituudet polven ja nilkan välillä sopivat työhameeseen. Käytännöllisimmän työhameen on katsottu olevan yksinkertainen ja melko klassinen. Liehuvahelmaiset hameet sopivat paremmin juhliin.

Työhousut voivat olla joko prässilliset tai prässittömät. (mts. 26) Housuissa yleensä suositaan sellaisia, joissa on tarpeeksi väljyysvaraa lantiolla. Näin housut säilyttävät paremmin muotonsa ja mallinsa paremmin venymättä. Myös taskujen kohdalla pitää olla sen verran tilaa, että ne mahtuvat kiinni kiristämättä.

Klassinen businesspaitapusero on aina tyylikäs ja käyttökelpoinen. (mts. 27) Valkoisesta paitapuserosta on tullut jo käsite itsessään. Erilaista vaihtelua siihen saadaan mittasuhteilla, yksityiskohdilla, kankailla ja materiaalivalinnoilla. Erilaiset yksityiskohdat paidoissa saavat samanmallisen paidan näyttämään aivan erilaiselta. Niiden avulla voidaan helposti päivittää paidan tyyliä.

Myös erilaisia toppeja suositaan työpukeutumisessa jakun alla. (mts. 27–28) Perinteisen puseron kankaan tulisi olla peittävää ja himmeää materiaalia. Vartalon mittasuhteet ja rakenne vaikuttavat kuitenkin paljon materiaalivalintoihin, sekä asujen keskinäisiin mittasuhteisiin.

Naisille sopii työpukeutumiseen myös takkimekon tyyppinen leninki. (mts. 30) Se on pukeva ja käytännöllinen ja sopii useimmille vartalotyypeille. Kotelopukua ja jakku pidetään myös hyvänä yhdistelmänä. Se on helppo muuttaa sopivaksi edustustilaisuuteen esimerkiksi koruilla tai huivilla.

Työpukeutumisessa pidetään tärkeänä asusteita. (mts. 33) Sukat, jalkineet, huivit, taskuliinat, vyöt, päähineet, käsineet, laukut, kännykkäkotelot, korut, kellot, silmälasit, aurinkolasit ja sateenvarjot ovat perusasujen kanssa käytettäviä lisäasusteita. Asusteet kohottavat vaatimattomankin asun arvoa ja niillä voidaan muuttaa asun luonnetta, sekä saada uutta ja ajankohtaista ilmettä. Osa äsken luetelluista asusteista on välttämättömiä työmaailmassa, osa toimii korostavina tai täydentävinä lisinä.

Kuten todettua, miesten businesspukeutuminen on paljon suppeampaa kuin naisten. (mts. 48) Miehillä ei pidä tinkiä laadusta. Miesten laadukas businesspuku antaa luotettavan kuvan ja sen sanotaan olevan yksi tapa varmistaa liiketoimien sujuminen halutulla tavalla.

Miesten puvuissa tärkeintä on mukavuus, pehmeys ja siisteys. (mts. 48) Perinteisen businesspuvun pidetään olevan yksivärinen, tumman sininen tai harmaa. Kessällä tyylikkäitä ovat myös vaalean harmaan sävyt.

Perinteisen businesspuvun takki on joko yksi- tai kaksirivinen. (mts. 50) Yksirivisissä takeissa kiinnitys on kahdella tai kolmella napilla. Kaksirivisissä takeissa kiinnitys on yhdellä tai kahdella napilla. Klassisen pukeutumishojeen mukaan yksi-, kaksi- ja kolmenappisessa puvussa alin nappi jätetään aina auki.

Irtotakki noudattaa samoja värejä, kuin pukujen värit. (mts. 50–51) Sininen ja harmaan sävyt ovat yleisiä, mutta mustasta on tullut myös suosittu. Irtotakin tulisi peittää housujen takamus ja haarojen kohta. Perinteiseen businessstyliin kuuluu prässilliset, yksiväriset suorat housut. (mts. 52) Housujen väri noudattelee takin väriä.

Klassinen businesspaita on valkoinen, pitkähihainen kauluspaita. (mts. 53, 56) Myös kaikki yksiväriset ja kapearaidalliset ovat soveliaita. Valkoinen paita on virallisempi ja juhlavampi. Virallisissa liiketapaamisissa käytetään myös kesällä pitkähihaista paitaa, eikä siitä jousteta.

Miesten businessstyliin kuuluu usein solmio. (mts. 53) Puvun värinen paita ja solmio edustavat uutta suuntausta. Kansainvälisessä, konservatiivisessa liikepukeutumisessa kannattaa suosia perinteistä kaavaa. Se on turvallinen vaihtoehto.

Esiintymistilaisuuksissa esiintyjä koetaan vaikuttajaksi ja suunnannäyttäjäksi. (mts. 81) Yleisö määrittelee esiintyjän ennen ensimmäistä sanaakaan ulkoasun perusteella. Jos esiintyjän olemus saa aikaan miellyttävän reaktion yleisössä, häneen on paljon helpompi samaistua. Täten asian omaksuminenkin tapahtuu helpommin.

Työelämän esiintymisissä suositaan sekä naisilla, että miehillä selkeitä ja klassisia malleja (mts. 85). Helposti sinne omaksutaan myös perinteiset businessvaatetuksen värit: sininen, musta ja harmaa.

Kuten normaalissa työelämässä, myös esiintymisissä oma tyyli tuodaan esille erilaisilla asusteilla. Liikaa huomiota herättävät vaatteet saattavat saada varsinaisen asian unohtumaan ja mielen keskittymään epäolennaiseen.

3.1.3 Suojavaatteet

Suojavaatteet suojaavat erilaisilta työn vaaroilta, esimerkiksi kemikaaleilta, lialta, märkyydeltä, kylmyydeltä tai kuumuudelta (Mäkinen, ym 1996, 19).



Kuvio 3. Suojavaatteet ovat tavallisesti kirkkaan värisiä. (Huomiovaatteet, [viitattu 27.2.2013])

Suojavaatteet jaetaan kolmeen eri ryhmään perustuen niiden vaaroihin. (Tabell 2005, 17) Ensimmäiseen ryhmään kuuluvat vaatteet suojaavat vähäisiltä vaaroilta, esimerkiksi työhaalari. Vähäisiksi vaaroiksi lasketaan mekaanisesti syntyvät pinta-vaikutukset, heikkotehoiset puhdistusaineet, alle 50 asteen lämpötilan suojaavat vaarat, sekä vähäiset iskut ja tärinät. (Mäkinen, ym 1996, 23)

Toisessa ryhmässä ovat muilta kuin vähäisiltä tai vakavilta vaaroilta suojaavat vaatteet (Kuvio 3), esimerkiksi varoitussuojavaatteet (Tabell 2005, 17). Muiksi kuin vähäisiksi tai vakaviksi vaaroiksi lasketaan muun muassa metsurin ja hitsaajan ja moottoripyöräilijän suojavaatetus (Mäkinen, ym 1996, 24).

Kolmanteen ryhmään kuuluvat vakavilta vaaroilta suojaavat vaatteet, esimerkiksi palopuvut (Tabell 2005, 17). Vakavilta vaaroilta suojaavia vaatteita käytetään erittäin kuumissa työympäristöissä ja joissa saattaa esiintyä infrapunasäteilyä, liekkiä, tai suuria määriä sulaa materiaalia. (Mäkinen, ym 1996, 24) Vakavilta vaaroilta suojaavaa vaatetusta käytetään myös erittäin kylmissä työympäristöissä, sekä suojaamaan sähköön, vaarallisen jännitteen aiheuttamilta vaaroilta, tai kemikaaleilta.

3.1.4 Ammattivaatteet

Ammattivaatteet on tavallisesti jaettu kahteen eri osa-alueeseen: virkavaatteisiin, sekä ammattia ilmentäviin vaatteisiin. (Tabell 2005, 20) Ammattia ilmentävä vaate- tus voi esimerkiksi olla tarjoilijan vaatteet. (Kuvio 4) Ammattia ilmentävän vaate- tuksen tulee olla sellainen, että sen tunnistaa saman tien, esimerkiksi suoraan vaatteesta, nimikyltistä tai vaikka koruista tai huivista. (Sammallahti 2009, 101)



Kuvio 4. Uimavalvojan ja K-ryhmän työvaatteet kuuluvat ammattia ilmentäviin vaatteisiin.

Virkavaatteen käytöstä säädetään erilaisissa asetuksissa ja määräyksissä. (Tabell 2005, 20) Esimerkiksi poliisin virkavaate näyttää ihmisten silmissä siltä, että hänellä on oikeus ja myös velvollisuus käyttää valtaa. Poliisin virkapukua eivät myöskään saa käyttää muut kuin poliisit.

3.2 Työvaatteen ominaisuudet ja suunnittelu

Työvaatteiden suunnittelu on vaativa prosessi. (Tabell 2005, 20) Niiden suunnittelu on pitkäjänteistä työtä. Työvaatteiden ensisijainen suunnittelun lähtökohta ei ole

muoti, kuten usein käyttövaatteiden kohdalla. Työvaatteiden kehittämisen ensisijaisen päämäärän tulisi olla käyttäjän hyvinvointi ja mukavuus. (Ilmarinen 1982, 131–136) Näiden kahden asian lasketaan olevan tärkeämpiä kuin kestävyys ja helppohoitoisuus. Työvaatetusala reagoi muodin oikkuihin hyvin hitaasti ja vain osittain. Työvaatteet on kuitenkin suunniteltu kestävänsä aikaa, eikä niitä vaihdeta joka vuosi.

Työvaatteiden suunnittelussa tulee perehtyä vaatteiden toimivuuteen, suojaaviin ominaisuuksiin, valmistukseen, sekä vaatteiden huoltoon. (Tabell 2005, 20) Toki työvaatteiden suunnitteluun heijastuu myös se, missä niitä käytetään.

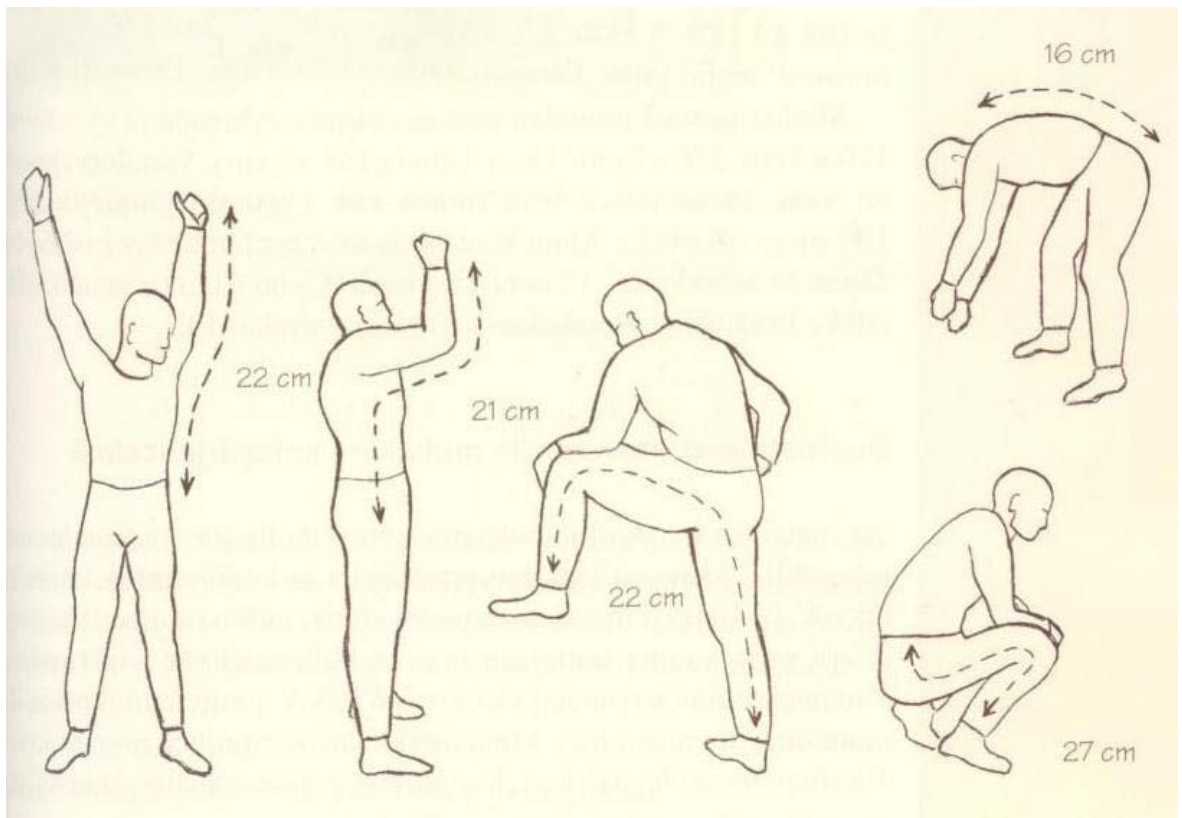
Hyvään suunnitteluun kuuluu myös vaatteiden vaihtelevuus. (Nuutinen 2004, 106) Malliston kokonaisuus syntyy siitä, kun suunnittelija osaa luoda niille yhdistäjän joka vahvistaa eri osien välistä suhdetta.

Työ, työolot, sekä ihmisen fyysiset ominaisuudet vaikuttavat siihen, millaisia työasennot ja -liikkeet ovat. (Mäkinen, ym 1996, 35) Nämä asiat on huomioitava jo suunnitteluvaiheessa. Staattisessa lihastyössä lihas jännittyy ja näin ollen liikkeet ovat pieniä. Dynaamisessa lihastyössä lihakset rentoutuvat ja supistuvat vuorotellen ja näin ollen aiheuttavat laajoja lihasratoja.

Kun työvaate on mukava ja hyvännäköinen, vaikuttaa se myös motivaatioon. (Lehtinen 1.9.2011) Työtehokkuus paranee ja erityisesti asiakaspalvelutehtävissä se heijastuu myös asiakkaille. Silloin heille tulee tuntu, että työntekijä nauttii työstään ja haluaa auttaa ja palvella parhaansa mukaan asiakkaita.

3.2.1 Työvaatteen mitoitus

Ihmisen luusto on tukirakenne, jossa on paljon saranoita, niveliä. (Mäkinen, ym 1996, 36) Moni nivel aiheuttaa erilaisia vaikutuksia asentojen muuttumiseen ja niiden huomiointi työvaatteessa on tärkeää. (Kuvio 5)



Kuvio 5. Erilaiset työasennot vaativat joihinkin mittoihin muutoksia. (Mäkinen, ym 2006)

Käden liike olkanivelen avulla ei muuta hartiaseutua merkittävästi. (Mäkinen, ym 1996, 36–37) Muutos tapahtuu vasta, kun olkavarsi nousee tai kiertyy niin, että lapaluu ja solisluu liikkuvat. Kyynärniveli koukistaa ja ojentaa kättä. Töissä käsi kuitenkin harvoin koukistuu vain kyynärnivelestä. Lonkkanivelen liike saa aikaan esimerkiksi kävelyä ja istumista. Polvinivel auttaa polven koukistamista. Selkäranka muodostuu monesta nivelestä. Eteen taivutettaessa selkäranka kasvaa noin 10cm. Selkärangan kohdalla on rajoitettua taipumista sivuille ja taaksepäin.

Työvaatteiden mittoja otettaessa täytyy ottaa kahdet mitat. (Mäkinen, ym 1996 118) Ensin otetaan staattiset mitat paikallaan olevalta ihmiseltä. Häneltä mitataan pituus ja erilaiset ympärysmitat. Sen jälkeen häneltä täytyy ottaa myös dynaamiset mitat, eli on huomioitava myös ihmisen liikkeet. Perusasennon lisäksi otetaan siis myös työliikkeen vaatimat laajemmat liikkeet, eli vaateen kannalta kriittiset asennot.

3.2.2 Työvaatteen malli

Hyvä työvaate on sellainen, jonka pukee mielellään päälle ja sitä on miellyttävä käyttää (Lehtinen 1.9.2011). Työvaate on miellyttävä, kun se ei hankaa, hiosta, kiristä, eikä kutita (Mäkinen, ym 1996, 94).

3.2.3 Kankaan ominaisuudet

Oikean kankaan valitseminen on tärkeää. (Mäkinen, ym 1996, 87) Kangas suojaa työssä ja työympäristössä esiintyviltä vaaroilta. Vaaroja voivat esimerkiksi olla sytyminen, lämpösäteily, liekit, kuumat pinnat, vesi ja kosteus, tuuli, kemikaalit, kylmyys ja sähköistyvyys.

Kankaan ominaisuuksilla voidaan myös säädellä käyttömukavuutta. (Mäkinen, ym 1996, 87) Lämmöneristävyys, vesihöyrynläpäisevyys, ilmanläpäisevyys, tiiviys, paksuus ja tuntuominaisuudet ovat asioita, jotka täytyy ottaa huomioon tietäntyyppisiä työvaatteita suunniteltaessa.

Myös kestävyys, sekä pesu ja huolto ovat tärkeitä kankaiden valinnassa. (Mäkinen, ym 1996, 87) Kestävyyden mittareita ovat murtolujuus ja -venymä, repäisyjuuus, hankauslujuus, sekä värinkestävyys hankausta, valoa, hikoilua ja vettä vastaan. Kankaan pesussa ja huollossa vastaavasti kiinnitetään huomiota mittamuutoksiin, nyppyyntymiseen, värinkestävyyteen, ulkonäköön, sekä erilaisten suojausominaisuuksien säilymiseen pesussa.

Ihmiset kiinnittävät usein ensin huomion kankaan väriin. (Chaney, Martin 2007, 17) Neutraalit perusvärit ovat usein turvallisia vaihtoehtoja, joita voi korostaa värikkäillä yksityiskohdilla. Kankaan laadulla saattaa olla korkea tai matala status. Luonnonkuidut, kuten pellava, silkki ja puuvilla edustavat korkeaa statusta, kun taas synteettiset kuidut, kuten polyesteri edustaa matalampaa statusta. Näiden kahden

sekoitus on noussut viime vuosina suosituksi, sillä siitä tehtyjä vaatteita on helpompi hoitaa kuin täysin luonnonkuituisia.

3.3 Yhteenveto ja pohdinta työvaatteesta

Etsiessäni tietoa businessvaatteista kaikkein suurimpana yllätyksenä tuli niiden rajallisuus. Enkä tällä tarkoita konkreettisten vaatteiden suppeutta varsinkin miehillä, vaan lähinnä väriä ja tyyliä. Businessvaatteiden väreiksi kelpuutetaan oikeastaan vaan musta, valkoinen, tummansininen, harmaa ja ruskea sekä miehillä, että myös naisilla. Silloin sekä miehet, että naiset sulautuvat samaan massaan, eikä heitä erota toisistaan.

Kaikkea lukemaani silmällä pitäen olen kuitenkin valmis muuttamaan väritystä. Mielestäni on tylsää jos kaikilla on samanväriset vaatteet ja haluaisinkin tuoda sinne rohkeasti punaista ja oranssia, sekä muita kirkkaita värejä. Kirkkaita värejä suositaan vain lähinnä erilaisissa yksityiskohdissa.

Jokaisen oma tyyli pitäisi tuoda esiin erilaisilla asusteilla ja nekin työstä riippuen saa olla rajallisia. Esimerkiksi businessmaailmassa ei suvaita isoja koruja, vaan siellä niiden pitäisi olla asuihin sulautuneita, melko huomaamattomia. Kaikki työpaikat eivät kuitenkaan ole niin rajoittuneita, vaan asusteilla voidaan luoda ihan uusi tyyli.

Työvaatteet eivät seuraa muotia. Työvaatteiden on tarkoitus kestää aikaa ja kuluusta, eikä niitä vaihdeta joka muotikauden vaihtuessa. Muotimaailmasta voidaan ottaa jotain pieniä osia, mutta ei suoraan mihinkään vaatteeseen.

Businessvaatteiden tyylin pitäisi olla siis ajatonta ja tyylikästä. Tyyli saadaan luotua pienillä ajatuksilla, selkeillä leikkauksilla ja hyvillä malleilla. Varsinkin naisilla businessmaailman vaatteisiin saadaan luotua naisellisuutta ja istuvuutta hyvillä leikkauksilla. Naisten ei pitäisi edes yrittää pukeutua samalla lailla kuin miesten,

vaan heidän tulisi luoda oma tyyli ja pitää siitä kiinni. Minusta naisellisuus on hyvä asia.

Jokainen ihminen kertoo erilaisia viestejä pukeutumisensa avulla. Ihmistä arvioidaan jatkuvasti sanomatta sanaakaan. Businessmaailmassa pukeutumisella kerrotaan arvostusta toista osapuolta vastaan.

Common Love toivoo saavansa vakavasti otettavat businessmaailman työvaatteet. Heidän työtään on tavata asiakkaita ja käydä neuvotteluissa ja palavereissa ja he haluavat näyttää tyylikkäältä ja hyviltä. Koska Common Loven toiminta lähtee rakkaudesta, haluavat he siihen ripauksen leikkisyyttä ja rohkeutta. Minä yritän parhaani mukaan toteuttaa tämän toiveen ja saada mallistoon erottuvuutta ja luovuutta.

Heidän tavoitteenaan on erottua uusilla businessstyövaatteillaan joukosta. He haluavat jäädä ihmisten mieleen. Vaatteilla on aina imagollinen vaikutus ja se kertoo yrityksestä ja sen arvoista.

Olipa kyse millaisesta työvaatteesta vaan, sille on tärkeää käyttäjän hyvinvointi ja mukavuus. Kun työvaate ei hankaa tai hiosta mistään, sitä on miellyttävä käyttää ja usein myös työmotivaatio kasvaa.

Työvaatteen miellyttävyyteen vaikuttaa myös oikean kankaan valinta. Kesäkuu-
malla ei ole kiva käyttää villasta tehtyjä vaatteita ja talvella vilpoista pellavaa.

Kun työvaatetta aletaan suunnitella, on otettava huomioon työnkuva ja tehtävät. Kaavoituksessa on otettava huomioon millaisia liikeratoja käyttäjä tarvitsee työssään ja ne on muistettava muuttaa kaavoihin. Businessvaatteissa ei ole niin laajoja liikeratoja kuin esimerkiksi työmaalla työskentelevillä.

4 KÄYTTÄJÄLÄHTÖISYYS

4.1 Käyttäjälähtöinen suunnittelu

Luotettavinta tietoa tutkimuksissa on henkilökohtainen kokemus käyttäjistä ja heidän työstään (Hyysalo 2009, 43). Käyttäjät pitäisi saada mukaan prosessiin heti alusta alkaen. Mielestäni on hukkaanheitettyä jättää selvittämättä, mitä he haluavat ja miten he voisivat auttaa projektissa.

Käyttäjille voidaan näyttää erilaisia malleja ja kuvia. (Hyysalo 2009, 55–56) Ne usein helpottavat erilaisten näkökulmien esilletuontia. Käyttäjät pystyvät suoraan sanomaan, mitä he haluavat ja vaativat. Se lisää uskottavuutta. Varsinkin suunniteltaessa jotain suoraan asiakkaalle saadaan hänestä arvokasta tietoa, jota voidaan hyödyntää koko projektin ajan. (Keinonen 2000, 20) Käyttäjältä saatu tieto toimii projektin tukijalkana, kulmakivenä.

Suunnittelun lähtökohtana ovat ihmiset, heidän toimintojensa ja rajoitustensa ymmärtäminen. (Kortesmäki 2005, 109, 113, 121) Tämä edesauttaa lopputuloksen syntymistä. Suunnittelijoiden täytyy olla kiinnostuneita mitä ihmiset haluavat.

”Käyttäjillä on tarpeita, jotka tuote tyydyttää. Käyttäjillä on haluja, jotka tuote täyttää. Käyttäjillä on unelmia ja toiveita, joiden saavuttamisen väline tuote on.” (Pekkala 2005, 146)

Projektin alkaessa on kuitenkin tärkeää kerrata kaikille osapuolille työn koko kuva, taustat ja tavoitteet. (Sammallahti 2009, 99) Kaikille on tultava selväksi, mitä tavoitellaan ja mikä on se lopullinen päämäärä.

4.2 Haastattelu ja analyysi

Haastattelu tarkoittaa suoraa kielellistä vuorovaikutusta yhden tai useamman haastateltavan kanssa. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2007, 199–200) Haastattelussa voidaan joustaa erilaisten teemojen kanssa, mutta tärkeintä on suora kontakti haastateltavaan. Haastattelu on hyvä tiedonkeruumenetelmä, sillä siinä vastauksiin saadaan selvyyttä ja syvyyttä.

Haastateltavan on myös mahdollista nähdä haastateltavan kaikki ilmeet ja eleet. (Hirsjärvi, ym 2007, 200) Haastattelussa haastattelija saattaa myös saada selville sellaista tietoa, jota ei olisi edes osannut kysyä. Haasteltava saattaa kertoa asioista laajemmin.

Teemahaastattelu on avoimen ja lomakehaastattelun välimuoto. (Hirsjärvi, ym 2007, 203) Teemahaastattelulle on tyypillistä, että aihepiiri ja teema ovat tiedossa, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys puuttuvat. Tämä antaa haastattelijalle liikkumavaraa ja välissä voi esittää mieleen tulevia lisä- tai tarkentavia kysymyksiä.

Teemahaastatteluun on tyypillisesti tehty kysymysrunko, jota tarkennetaan lisäkysymyksillä. (Hyysalo 2009, 97) Haastattelija saattaa tietää jostain asiasta jo jotain, mutta lisäkysymysten avulla hän saa tarkemman kuvan asiasta, saa enemmän tietoa. Epätarkkojen kysymysten muoto antaa myös mahdollisuuden uusien asioiden esille nousun.

4.2.1 Teemahaastattelun toteutus

Teemahaastattelu toteutettiin Common Love –yhdistyksessä perjantaina 8.3.2013. Haastattelun tarkoituksena oli saada lisätietoa siitä, mitä yhdistys tekee, sekä millaista business- ja business casual -työvaatetusta he haluavat. Teemahaastattelulla oli tarkoitus saada tietoa siitä, millainen on heidän mielestään hyvä business-

vaate ja mitä he siinä eniten arvostavat, sekä millaisia ominaisuuksia siitä tulisi löytyä.

Teemahaastattelu toteutettiin haastatteleamalla kumpaakin yhdistyksen työntekijää yhdessä, sekä näyttämällä heille visuaalista materiaalia erilaisista tunnelmista, sekä adjektiiveista. Tunnelmataulut löytyvät liitteistä kaksi ja kolme. Minulla oli kaksi tunnelmaltaan hyvin erilaista tunnelmataulua. Ensimmäinen tunnelmataulu oli nuorekkaampi ja se koostui pienemmistä paloista, jotka yhdessä muodostivat kokonaisuuden. Sen teemana oli raikkaus, graafisuus, luonnollisuus ja mehukkuus. (Liite 2)

Toisessa tunnelmataulussa teemana oli kauneus, säihkyvyys, unelmat, klassikot ja ajattomuus. Tunnelmataulussa oli kuvia kukista, valoista ja kynttilöistä. Toinen tunnelmataulu oli romanttisempi ja tyylikkäämpi. (Liite 3)

Tavoitteena oli saada mielipiteitä kummastakin tunnelmataulusta ja yhdistää tulevaan mallistoon kummankin hyvät puolet.

Teemahaastattelun runko suunniteltiin etukäteen, mutta väliin mahtui tarkentavia lisäkysymyksiä ja mieleen tulleita uusia kysymyksiä. Teemahaastattelun runko löytyy liitteestä yksi.

4.2.2 Teemahaastattelun tulokset

Teemahaastattelu pureutui businessvaatteeseen ja sen tärkeimpiin ominaisuuksiin ja tehtäviin. Sain paljon tietoa, sekä inspiraatiota suunnitteluprosessia ajatellen. Teemahaastattelun tulokset tukivat myös aiemmin lukemaani aineistoa työvaatteen osalta.

Ennen varsinaista haastatteluosuutta esittelin heille molemmat tunnelmataulut ja kävimme ne läpi. Sanoista nousi esille tunne, ilo, tyylikäs ja nauttia. Ne olivat sel-

laisia, joita molemmat toivoivat tulevan esiin myös varsinaisessa vaatemallistossa. (Tikkanen, Timmerbacka, 2013) Kysyin myös, oliko siellä jotain, mitä puuttui. Tikkanen mainitsi sanan rohkeus ja sanoi, että se pystyi olemaan monia asioita. Se jäi minun päätettäväkseni, mitä rohkeus olisi tässä businessstyövaatemallistossa.

Timmerbacka piti kuvista, joissa toisessa oli puisia alustoja ja toinen, jossa oli iso mustavalkopilkullinen pyörylä, josta lähti erivärisiä pilkkuja. Ensimmäinen kuvasti materiaaleja ja luonnollisia muotoja, joita hän toivoi olevan myös työvaatemallistossa. Toinen kuva kuvasti puolestaan värien käyttöä ja graafisuutta. Kuitenkaan värejä ei saa noin roimasti sekoittaa keskenään, vaan niiden tulee olla tasapainossa toistensa kanssa. Työvaatteen graafisuudesta ei kuitenkaan saa tulla liituraitapukua, vaan graafisuus voi korostua pienemmässä mittakaavassa.

Tikkanen puolestaan piti kuvista, joissa oli vähän avoinna oleva arkku, sekä toinen, jossa oli muutama kynttilä. Kynttilä kuvasti lämpöä ja tunnelmaa, jota hän toivoo löytävänsä mallistosta. Raollaan oleva arkku kuvasti puolestaan tyylikkyyttä, arvokkuutta, sekä tunnelmaa.

Tunnelmataulut olivat hyviä ja niistä pidettiin. En osannut aavistaa, että tällaisten tekemisestä oltiin niin innoissaan ja että niiden kuviteltiin olevan erikoinen juttu. Tunnelmatauluista tuli apua myös itse haastatteluun, sillä niistä saatiin hyviä ideoita.

Hyvän businessvaatteen merkkejä ovat monet tekijät. Laatu, hyvä materiaali, leikkaukset, tyylikkyys ja eleettömyys nousivat Tikkaselta esiin teemahaastattelun aluksi. Materiaaleista esille nousi muun muassa silkki, joka tunnetaan arvokkuudestaan ja hyvistä ominaisuuksistaan. Itse materiaali voi siis jo tuoda businessvaatteeseen laadukkuutta. Leikkauksilla voidaan saada aikaan isoja asioita. Hyvillä leikkauksilla vaatteessa saadaan kuitenkin aikaan istuvuutta ja miellyttävyyttä.

Ihmistä arvioidaan asiakastilanteessa myös päältäpäin ja laadukkaat, hyvät vaatteet ovat usein merkki itsensä ja työpaikkansa kunnioituksesta. Laadukkailla ja

tyylikkällä businessvaatteilla viestitään arvostusta myös asiakastilanteessa toista ihmistä kohtaan.

Odotukset työvaatteelta olivat erilaisia. Timmerbacka listasi odotuksiinsa luonnollisuuden ja naisellisuuden. Hän ei halua olla nainen miesten vaatteissa. Tämä tarkoittaa sitä, että hän ei halua olla samanlaisessa, mutta vain vähän istuvammassa puvussa kuin miehet. Timmerbackasta on tärkeää, että nainen saa olla nainen ja sen kuuluu näkyä. Esimerkiksi hän antoi seminaaritalaisuuden. Siellä naiset ja miehet ovat pukeutuneet aivan samalla lailla, samanvärisiin vaatteisiin. Takaapäin katsomalla kengät olivat ainoat, joista tunnistaa, kuka on nainen ja kuka mies.

Tikkasen odotukset työvaatteelta olivat mielenkiinnon herättäminen, yhdistyksen tukeminen ja ilon ja valon näkyminen. Kuten Timmerbacka, myös Tikkanen haluaa, että he jäävät tulevilla businessvaatteillaan ihmisten mieleen. Vaatteiden täytyy herättää jotain tunteuksia, jotta ne jäävät ihmisten mieliin. Ilo ja valo saavat myös näkyä vaatteissa, vaikkakaan ei ihan sateenkaaren väreissä asti.

Yhdistyksen tukeminen työvaatteissa tuli haastattelussa monesti esille. Työvaatteen tärkein tehtävä on jäljen jättäminen. Common Loven käyntikorteissa on työntekijästä karikatyyrikuva ja se herättää usein tunteuksia käyntikorttia annettaessa. Aivan kuten Common Loven käyntikortti on muistijälki, halutaan, että myös businessstyövaate jättää muistijäljen.

Työvaatteen tärkeimpinä ominaisuuksina pidettiin miellyttävyyttä, pukevuutta, istuvuutta ja hyvää mallia. Työvaatteen miellyttävyys syntyy materiaalien kautta. Tässä työvaatemallistossa on tarkoitus käyttää materiaalina luonnonmateriaaleja, kuten ekopuuvillaa ja silkkiä. Pukevuus ja istuvuus puolestaan syntyvät hyvän mallin kautta. Työvaatteen mallin tulee olla työn mukainen ja sitä kunnioittava. Ihan kaikenlaiset mallit eivät sovi businessmaailmaan, vaan tietoa pitää etsiä ja soveltaa Common Lovelle sopivaksi.

Tikkanen mainitsi myös, että on tärkeää, että työvaatteesta löytyy taskuja. Hänellä kulkee siellä mukana puhelin, lompakko ja käyntikortit. Timmerbackalle se ei ole välttämätöntä, sillä hänellä kulkee kuitenkin käsilaukku aina mukana.

Businessstyövaatteiden väreihin Tikkanen ja Timmerbacka suhtautuivat hyvin avoimesti. He ovat sitä mieltä, että värit sopivat työvaatteeseen ja niitä saa käyttää, kunhan välttyään sateenkaari-ilmiöltä. Sateenkaari-ilmiöllä tarkoitetaan sitä, kun kaikki värit ovat keskenään sekaisin yhdessä asukokonaisuudessa. Common Loven omat värit ovat musta, valkoinen ja kulta. Muutkin värit ovat vapaasti käytävissä, mutta koko asu ei saa olla vain yhtä väriä.

Erottavuudella Timmerbacka haaveilee esimerkiksi kirkkaanpunaisesta jakkupuvusta. Se olisi selkeästi erilainen ja erottuva. Hän myös mainitsee sen, että hänellä on jo olemassa tylsiä, perusvärisiä työvaatteita, joihin kirkkaita värejä voisi kivasti tulevaisuudessakin yhdistää.

Työvaatteen merkitys työntekijälle on hyvin henkilökohtainen. Tikkanen mainitsi, että heidän ammatissaan on pukeuduttava ympäristön mukaan. Vaikka kuinka itse viihtyisi hupparissa ja verkkareissa, niin sillä tavalla ei voi pukeutua businessmaailmassa. Pukeutuminen vaatii siis heidän työssään hieman enemmän harkintaa kuin monella muulla alalla. Businessstyövaatteessa tyylikkyys on myös tärkeää ja ihan pienilläkin asioilla voi olla suuri merkitys.

Timmerbacka kertoi, että **hyvä työvaate** on sellainen, jossa itse viihtyy. Työvaatteen kanssa täytyy olla sinut, sillä se huomataan usein myös asiakastapaamisissa. Jos työntekijä ei viihdy vaatteissaan, työteho ja motivaatio saattavat laskea. Työvaate ei myöskään saa olla liian juhlava, sillä juhlavaatteet ovat erikseen.

Tikkanen kommentoi tähän, että hän tuskin pystyy ylipukeutumaan businessvaatteilla. Frakit ja smokit kun eivät kuulu businessstyylisiin, joten kaikki muut vaatteet käyvät. Siihen Timmerbacka vastasi, että hänkin pystyisi ylipukeutumaan vain, jos laittaisi asiakastapaamiseen päälle juhlamekon. Siihen emme kuitenkaan pyri.

Teemahaastattelun lopussa ideoimme myös ensimmäisiä vaatteita. Keskustelimme esimerkiksi siitä, sopiiko kiltti miehelle businessstyövaatteeksi ja miltä näyttäisi kokokultainen asukokonaisuus.

4.3 Yhteenveto ja pohdinta käyttäjälähtöisyydestä

Teemahaastattelu on hyvä tapa kerätä tietoa suoraan käyttäjiltä. Teemahaastattelu on syytä suunnitella ja miettiä huolella. Teemahaastattelussa on tärkeää osata kysyä oikeita kysymyksiä, jotta saa haluamansaisia vastauksia.

Osasin mielestäni kysyä oikeita kysymyksiä. Olin ensin itse pohtinut kysymyksiä, minkä jälkeen kävin ne vielä läpi opettajani kanssa. Minulla oli paljon tarkkoja tietoja sisältäviä kysymyksiä, mutta koin sen hyväksi jotta en lähde suunnittelemaan jotain, jota ei haluta tai tarvita. Kysymäni kysymykset tukivat hyvin myös aiemmin lukemaani aineistoa työvaatteista.

Yleensäkin käyttäjälähtöinen suunnittelu on mielenkiintoista. Kun otetaan käyttäjä mukaan heti suunnitteluprosessin alussa, saadaan käyttäjän kuva ja mielipide alusta loppuun esille. Se on tietynlaisissa projekteissa tärkeää ja pidän sitä oman opinnäytetyöni kannalta erittäin olennaisena.

Omassa opinnäytetyössäni käyttäjälähtöisyys on tärkeää, koska Common Loven henkilökunta tulee käyttämään suunnittelemani businessvaatteita työvaatteinaan ja he osaavat parhaiten kertoa, mitä haluavat, tarvitsevat ja millaisia vaatteista pitäisi tulla.

Valitsin käyttäjälähtöisen suunnittelun ajatellen malliston tulevia käyttäjiä. Käyttäjälähtöisellä suunnittelulla saan parhaiten henkilökunnasta kaiken irti, sillä he voivat samalla itse osallistua suunnitteluun ja osaavat antaa tarkkaa tietoa.

Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa on tärkeää kertoa pelisäännöt alussa kaikille ja tehdä ne selviksi. On tärkeää kertoa, mihin tähdätään ja mitkä ovat tavoitteet, sekä milloin päämäärä tulisi tavoittaa, mikä on siis deadline. Joskus suunnittelija ja asiakas saattavat ajatella eritavalla, joten siksi tätä on syytä korostaa suunnittelun alussa.

Haastattelulla vastauksiin saadaan selvyyttä ja syvyyttä. Haastattelulla saadaan paljon uutta tietoa, mutta ihan yhtä tärkeää on saada jostain jo tiedetystä asiasta lisää tietoa.

Teemahaastattelusta saa paljon uusia ideoita ja inspiraatiota. Ideat voivat tuntua aluksi ihan hulluiltaakin, mutta myös niihin täytyy suhtautua ajatuksella, sillä hullut ideat voivat loppujen lopuksi olla niitä parhaita ideoita.

Keskustelimme teemahaastattelun aikana paljon siitä, mitkä asiat tekevät hyvän businessvaatteen ja ennen kaikkea jo hyvän perusvaatteen. Tärkeänä pidetty kannan laadukkuus ei ole aivan turha asia, sillä ulkoisella olemuksella on iso osa businessmaailmassa. Työvaatteen tulee olla myös sellainen, jossa itse viihtyy ja tuntee olonsa mukavaksi.

Teemahaastattelun tärkeimmiksi sanoiksi nousivat ilo, rohkeus, tyylikkyys ja nauttiminen. Tärkeää oli myös muistijäljen jättäminen. Nämä sanat ohjaavat minua tulevassa suunnittelutyössä ja minun tulee ottaa ne huomioon uutta mallistoa suunniteltaessa.

5 YRITYSKUVA

5.1 Kohderyhmä

Työvaatemalliston kohderyhmänä on Common Loven henkilökunta. Yhdistys on pieni, siihen kuuluu vain kaksi työntekijää. Mallisto tehdään siis yhdelle naiselle ja yhdelle miehelle. Tein kummastakin työntekijästä persoonakuvauksen, joka helpottaa työtäni muotoiluprosessissa. Kuviossa 6 esittelen Anu Timmerbackan ja kuviossa 7 Jani Tikkasen.



Kuvio 6. Anu Timmerbackan persoonakuvaus. (Persoonakuva, [viitattu 28.4.2013])



Kuvio 7. Jani Tikkanen persoonakuvaus. (Persoonakuva, [viitattu 28.4.2013])

Common Love on yhden vuoden vanha yhdistys. (Tikkanen, Timmerbacka 2013a) Sitä ennen se toimi osakeyhtiönä kolme vuotta, mutta vaihtoi yhdistykseksi helpompien toimintojen takia. Sekä Timmerbacka, että Tikkanen ovat olleet molemmat Common Lovessa töissä sen perustamisesta saakka.

5.2 Kohderyhmän makumaailma

Kohderyhmä haluaa malliston olevan businesshenkinen. Common Loven henkilökunta käy paljon asiakastapaamisissa ja he haluavat luoda vähän arvokkaamman vaikutelman. Erityisesti naisten businessvaatteissa halutaan mallistossa tuoda nainen esiin, mutta samalla niin, että ne sopivat yhteen miesten businessvaatteiden kanssa. (Timmerbacka 2013)

Ensivaikutelma uuden asiakkaan kanssa on tärkeä. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 10) Ulkoisen olemuksen kautta syntyvä mielikuva jostain ihmisestä on usein hyvin pysyvä ja se voi vaikuttaa molemminpuolin myöhempään käyttäytymiseen. Common Love haluaakin jo ulkonäöllään vastata sitä kuvaa, jonka yhdistyksestään antaa (Timmerbacka 2013).

Yhteistyökumppanit arvioivat toisiaan ensitapaamisella jo pukeutumisen perusteella. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 12–14) Liike-elämässä tyylikäs, laadukas ja asianmukainen pukeutuminen herättävät sekä luottamusta, että kunnioitusta. Mielikuva tyylikkyydestä puolestaan syntyy usein kankaiden, värien ja mallin oikealla valinnalla. Laatu ja status näkyvät vaatteesta ilman suurta korostamista.

Siisti ulkoasu herättää luottamusta. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 15) Se on myös merkki siitä, että käyttäjä huolehtii itsestään ja välittää ympärillään olevista ihmisistä. Ulkoasun kautta ihmiset viestivät itsestään, sekä työnantajastaan.

5.3 Toteutustekniset speksit

Common Loven työvaatemallistoon tulee kymmenen osaa, seitsemän osaa naiselle ja kolme osaa miehelle. Mallisto tehdään mittojen mukaan sopivaksi. Ensin etsitään kaavat ja niihin tehdään tarvittavat kaavamuutokset. Sen jälkeen niistä tehdään kokeilukappaleet, protot, jotta nähdään, ovatko ne sopivan kokoiset. Opinäytetyön ulkopuolella mallisto tehdään myös oikeista materiaaleista, joita Common Loven henkilökunta voi töissään käyttää.

Virkanaisen työasu on usein jakkupuku, tai meillä Suomessa myös housuasua. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 19, 48) Jakkupuku on miehen pukua vastaava puku liike-elämässä. Miehillä puolestaan tyylikäs ja hyvin istuva puku on perinteisesti ollut liikemiehen tärkein asu.

Laadukkaassa työvaatteessa on ensiluokkainen materiaali, hyvin istuva malli, hyvä viimeistely, sekä tarkkaan harkitut yksityiskohdat (Särkikoski-Pursiainen 2001, 19). Kun työvaatteen malli, väri ja tyyli ovat sopusoinnussa käyttäjän kanssa, olemus on tasapainoinen. (2001, 202) Työpukeutumisen tyyli on tärkeä, mutta täytyy muistaa käyttäjän persoonallisuus ja sillä voi jopa vähän leikitellä. Selkeä, oma persoonallinen tyyli on myös tapa erottautua muista.

Mallisto saa olla luova ja leikkisä. Luovuudelle tyypillistä on joustavuus, normaali- en ratkaisumallien välttäminen, sekä oma henkilökohtainen tulkinta. (Mattelmäki 2006, 17) Luovalle prosessille on tyypillistä se, että etsitään jotain mitä ei tiedetä ennen kuin se löytyy.

5.4 Yhteenveto ja pohdinta yrityskuvasta

Tikkanen ja Timmerbacka ovat molemmat sydämellisiä ja positiivisia ihmisiä. He ovat todellisia rakkauden ammattilaisia, eivätkä pelkää kylvää sitä ympärilleen tuntemattomillekaan. Kun menin käymään yhdistyksessä ensimmäistä kertaa, niin sain niin sydämellisen vastaanoton, että kun lähdin pois, minulla oli hymy korvien yläpuolella.

Minusta oli myös hienoa huomata, kuinka hyvin he tulevat toimeen keskenään. Yhdistyksessä kuljetaan eteenpäin ilolla ja positiivisella asenteella. He osaavat nauraa toisten asioille, eikä synny kiusaannuttavia hiljaisia hetkiä. Minusta he kumpikin ovat hyvin samanlaisia persoonia. He sopivat täydellisesti yhdistykseen, jonka arvoja ovat rakkaus arjessa, laadukkuus, viisaus, rehellisyys ja puhtaus.

Koska yhdistys järjestää paljon erilaisia koulutuksia ja he ovat näin ollen paljon tekemisissä ihmisten kanssa, täytyy heidän mieltä myös pukeutumistaan. Olen todella iloinen ja otettu, että saan olla luomassa heille ensimmäiset businessstyövaatteet.

Minusta on hienoa, että he ajattelevat myös materiaaleja ja haluavat tukea kestävyttä ja luonnollisuutta myös niissä. Laadukkaat materiaalit ja selkeän oman tyylin luominen otetaan avainasiaksi tässä yhdistyksessä ja se on hienoa.

Teemahaastattelussa esille tullut muistijäljen jättäminen myös vaatetuksella koetaan tärkeäksi. Ulkoisen olemuksen kautta syntyvä mielikuva voi vaikuttaa myöhempään yhteistyöhön ja Tikkasen ja Timmerbackan mielestä olisi hienoa, jos he

vaatteilla jäisivät edes jollain tavalla yhteistyökumppaneiden mieleen. Myöhemmin yhteistyökumppaneiden työpaikalla sitten mietittäisiin, että olipa Common Loven henkilökunnalla tyylikkää ja persoonalliset vaatteet. Tästä olisin itse myös hyvin iloinen. Silloin olisin onnistunut enemmän kuin täydellisesti omassa opinnäytetyössäni.

Kaikki tämä voi onnistua tekemällä mallistosta vahvasti erilainen ja heittäytymällä kunnolla luovuuden maailmaan. Miesten businessvaatteista on haastava tehdä erilaisia ja rohkeita, mutta se onnistuu ehkä lähimmin erilaisilla kangasvalinnoilla. Naisten businessvaatteet ovat selvästi helpompia tällä saralla. Naisten businessvaatteiden kirjo on jo itsessään laajempi kokonaisuus kuin miesten, joten sinne on helpompi luoda erilaista ja uutta.

6 MUOTOILUPROSESSI

6.1 Muotoilun tavoitteet

Olen määritellyt muotoilun tavoitteet tiedonhankinnasta, sekä teemahaastattelusta saamieni tietojen pohjalta.

Muotoiluprosessin ensimmäisenä tavoitteena on luoda ehjä ja yhtenäinen businesshenkinen työvaatemallisto. Mallistossa tulee olla seitsemän osaa naiselle ja kolme osaa miehelle. Malliston tulee olla samalla sekä businessmaailmaan sopiva, että leikkimielinen ja rohkea.

Toisena tavoitteena minulla on saada mallistosta käyttäjänsä näköinen. Ideointiprosessi toteutetaan tiiviissä yhteistyössä Common Loven kanssa, joten saan kuulla henkilökunnan mielipiteitä ja muutosehdotuksia paljon. Sekä Tikkanen, että Timmerbacka (2013) haluavat mallistosta erottuvan, massaan sulamattoman. Heille on tärkeää, että he jäävät mieleen, edes jollain tasolla.

Muotoiluprosessin kolmantena tavoitteena minulla on se, että sekä asiakas että minä olemme tyytyväisiä työvaatemallistoon. Yritän muotoilijana toteuttaa asiakkaan hurjimmatkin toiveet, mutta businesshenkeen sopivalla tavalla. Jos olemme eri mieltä jostain asioista, yritän perustella oman kantani muotoilun kannalta parhaani mukaan.

6.2 Ideointi ja luonnokset

Ideointi tulevaan mallistoon alkoi heti teemahaastattelun jälkeen. Itse asiassa teemahaastattelussa tulivat jo ensimmäiset ideat. Ideointi alkoi tekemällä ajatuskartta

Naisten businesspukeutuminen sisältää laajan kirjon erilaisia vaatteita. Tärkeimpänä asiana ideointivaihetta aloittaessa naisten työvaatteissa on istuvuuden huomioonottaminen. Common Love toivoi myös naisten vaatteiden olevan oikeasti naisellisia ja tyylikkäitä, joten kaikki liian miesmäiset vaatteet voi saman tien hylätä.

Miesten businesspukeutuminen on selvästi kapeampialaisempaa kuin naisten. Kuten naisilla, myös miehillä työvaatteiden istuvuus on tärkeää. Miehillä kunnollinen puku on ehdoton, mutta sitä en lähde opinnäytetyössäni uudistamaan, sillä niitä on olemassa markkinoilla paljon. Miesten businessvaatteista ideointiin tulee paita, housut ja liivi.

Kun pääsin ideoinnissa alkuun, sille ei mahtanut tulla loppua. (Kuvio 10) Olin varannut yhden viikon ensimmäisten ideoiden piirtämiseen ja aika kului kuin siivillä. Piirsin kaiken kaikkiaan noin 160 erilaista naisten businessvaatetta: mekkoja, hameita, toppeja, paitoja ja jakkuja. (Kuvio 11)



Kuvio 10. Minulta syntyi runsaasti hyviä ideoita.



Kuvio 11. Esimerkkejä erilaisista naisten vaatteiden luonnoksista.

Miesten vaatteita tuli huomattavasti vähemmän, noin 30 erilaista: erilaisia paitoja, liivejä ja housuja. (Kuvio 12) Se ei haitannut, sillä niiden ideointi sai jatkua pidempään. Kävin vierailulla Common Lovessa torstaina 21.3. ja silloin paikalla oli vain Anu Timmerbacka. Jani Tikkanen oli poissa, joten esittelin vain naisten vaatteet.



Kuvio 12. Esimerkkejä erilaisista miesten vaatteiden luonnoksista.

Olin ajatuskartan lailla jakanut vaatteeni erilaisiin ryhmiin: mekkoihin, toppeihin, hameisiin ja niin edelleen. Koin, että se oli helpompaa asiakkaalle. Minun oli myös paljon helpompi esitellä asiakkaalle ensin yhdessä kaikki mekot ja sen jälkeen kaikki muutkin vaatteet yksi kerrallaan.

Timmerbacka oli yllättynyt ja ilahtunut luonnosteni määrästä. Saimme karsittua vaatteiden määrää, kun Timmerbacka merkitsi sydämellä kaikki ne, joista piti. Olin

ottanut piirtämistäni vaatteista valokopiot, joten pystyimme piirtämään ja leikkelemään niitä. Timmerbacka myös karsi vielä lisää niitä vaatteita, joista piti, joten pääsin hyvin eteenpäin.

Timmerbacka kehui myös tähänastista työtäni ja piirtämiäni vaatteita. Tämä palautte oli ihanaa, sillä olin tehnyt paljon töitä, vaikka tuntuikin että kaikki oli sujunut melko helposti ja ideoita oli tullut runsaasti. Muutenkin yhdistysvierailu oli hyödyllinen, jotta pääsin jatkamaan suunnittelua oikeaan suuntaan. Tällöin sain jatkettua mallistoa oikeaan suuntaan, eikä minulla mennyt turhaa aikaa turhien asioiden tekemiseen.

Timmerbacka valitsi tapaamisessamme eteenpäin vietäväksi kaksi erilaista jakkua, kaksi erilaista puseroa, kaksi erilaista toppia, viisi erilaista mekkoa, sekä piirsin vielä yhden hameen hänen toiveestaan. Yhteensä jatkoon pääsi siis kaksitoista erilaista vaatetta. Jokaisesta vaatteesta tein kolme tai neljä erilaista väri vaihtoehtoa (kuviot 13), jotka esittelin seuraavassa tapaamisessamme molemmille työntekijöille.



Kuvio 13. Naisten vaatteiden väri vaihtoehdot.

Sovimme Timmerbackan kanssa seuraavan tapaamisen torstaiksi 28.3., jolloin Tikkanen pääsi myös mukaan. Seuraavaan tapaamiseen oli riittävästi aikaa valmistautua ja suunnittelua saatu tehtyä taas reilusti eteenpäin.

Seuraavassa tapaamisessamme Common Loven tiloissa esittelin kaksitoista erilaista ja eriväristä naistenvaatetta. Timmerbacka otti ne ilolla vastaan ja kaikki kaksitoista vaatetta esiteltiin vielä Tikkasellekin. Karsimme niistä vielä pois viisi, eli jäljelle jäi lopulta seitsemän vaatetta, joista tehdään protot tässä opinnäytetyössä. Sen jälkeen esittelin piirtämäni miesten vaatteet ja saimme heti valittua niistä kolme sopivinta. Yhteensä tässä opinnäytetyössä tehdään siis kymmenen protovaatetta, seitsemän vaatetta naiselle ja kolme vaatetta miehelle. Otin myös mitat Timmerbackasta vaatteita varten.

Sovimme jälleen seuraavan tapaamisen torstaiksi 4.4. Tässä tapaamisessa Timmerbacka saa kokeilla ensimmäisiä protovaatteita, sekä otan mitat Tikkasesta vaatteita varten.

Tapaamisen jälkeen kokosin kaikki vaatteet yhteen ja ryhdyin piirtämään kaavoja. Kaavojen piirtämiseen minulta meni muutama päivä. Piirsin ensin peruskaavan, johon tein kaikki tarvittavat muutokset ja kaavat tehtiin Timmerbackan mittojen mukaan. Timmerbackalle tulee kolme erilaista mekkoa, yksi toppi, yksi t-paita, yksi pitkä jakku ja yksi hame.

Tikkasesta otin vartalomitat 4.4. tapaamisessa. Sen jälkeen pystyin tekemään kaavat myös Tikkasen mitoilla. Tikkaselle tulee housut, paita ja liivi.

6.3 Protot

Protojen tekeminen alkoi huhtikuun alussa. Torstain 4.4. tapaamiseen valmistin viisi erilaista mallia, yhteensä seitsemän erilaista protoa. (Kuvio 14) Kahta mallia oli kaksi erilaista kappaletta, sekä joustamatonta, että joustavaa mallia. Mekoissa oli vetoketjut sivuilla helpottamassa pukemista. Ensimmäisten protojen tekemiseen meni aikaa kaksi päivää.



Kuvio 14. Ensimmäiset protot.

Ensimmäisten protojen tarkoitus oli katsoa, ovatko ne sopivan kokoisia ja miten suunnitellut yksityiskohdat toimivat (kuvio 15). Koululla protojen sovittaminen mallinukeille oli turhaa, sillä vaatteet eivät mahtuneet niihin, sillä Timmerbacka on niin pienikokoinen. Ensimmäisinä protoina valmistuivat kolme erilaista mekkoa, toppi ja paita.

Torstaina 4.4. kävin Common Lovessa sovittamassa vaatteita Timmerbackalla. Timmerbacka oli tyytyväinen kaikkiin vaatteisiin ja koot olivat myös sopivan kokoisia. Olin iloinen, että vaatteisiin piti tehdä vain pieniä muutoksia.



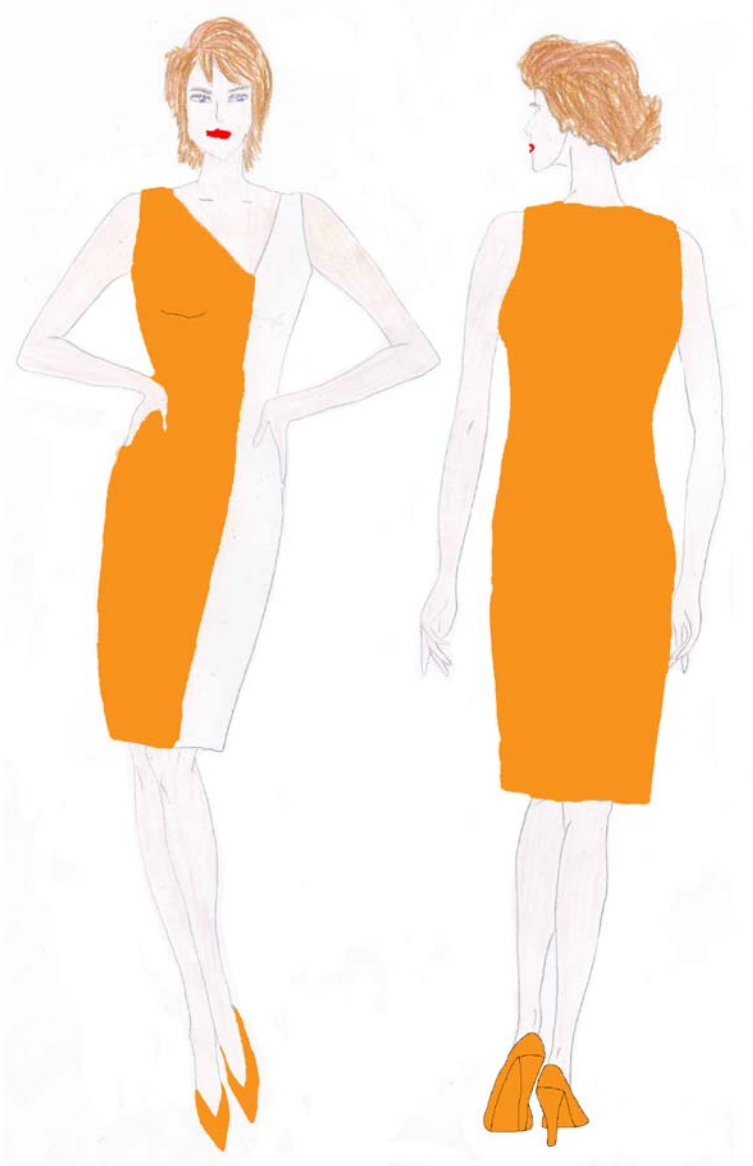
Kuvio 15. Ensimmäisissä protoissa testasin, miten valitut yksityiskohdat toimivat.

Yllä olevassa kuvassa näkyvät testaamani yksityiskohdat hyvin. Ylävasemmalla olevaan paitaan tulee rypytyt hihat, sekä erilainen kaulusnauha, johon tulee napit. Yläoikealla olevaan mekkoon tulee vinopääntie. Alavasemmalla oleva mekko on japanilaistyyppinen, jossa on korkea kaulus ja pitkät hihat. Alaoikealla olevaan mekkoon tulee oikealle puolelle rypytyt ja mekon yläosa on kietaisutyyppinen.

Protoissa tuli myös testattua samalla kangasvalintaa. Oli hyvä, että minulla oli jo ensimmäisissä protoissa kahta erilaista materiaalia, jotta pystyimme määrittelemään materiaalin jo saman tien. Lopullisen materiaalin tulisi olla vähän joustavaa, jotta se olisi mukava päällä ja kiva käyttää.

Seuraava testauspäivä sovittiin keskiviikoksi 10.4. Silloin minulla piti olla valmiina uudet protot jo kerran sovitetuista viidestä vaatteesta, sekä mielellään valmiina myös Tikkaselle 3 vaatetta sovitukseen, sekä Timmerbackan kaksi muutakin vaatetta. Olisi siis hienoa, jos minulla olisi kaikki kymmenen vaatetta valmiina toisessa sovituksessa.

Jo kerran Timmerbackan sovittamiin vaatteisiin tarvittiin vain pieniä muutoksia. Lähes kaikista vaatteista otettiin hieman sisään olkapään saumasta, sekä tehtiin kaikkiin vaatteisiin rintamuotolaskokset. Ne ja selän pitkät muotolaskokset tuovat ryhtiä ja asiallisuutta vaatteeseen, oli kyseessä sitten millainen kangas tahansa.



Kuvio 16. Kaksivärinen mekko.

Tapaaminen vaihtui päivällä eteenpäin, joten minulle jäi hieman enemmän aikaa uusien protojen tekemiseen. Silti en saanut valmistettua tapaamiseen kaikkia kymmentä vaatetta. Minulla oli Timmerbackalle sovitukseen kuusi vaatetta ja Tik-

kaselle kaksi vaatetta. En ehtinyt ommella Timmerbackalle pitkää jakkua ja Tikkaselle housuja.

Tikkanen sovitti liiviä ja kauluspaitaa ensimmäistä kertaa. Liivi oli täsmälleen oikean kokoinen, ainoastaan hieman liian pitkä helmasta. Onneksi sieltäkään ei tarvitse lyhentää kuin muutama sentti. Kauluspaidan erikoisuus on kaareva helma ja korkea kauluri normaalilla kauluksella. Kauluspaita oli vähän liian leveä ja kauluri hieman liian korkea. Kauluspaidasta puuttui vielä hihansuut tekemättä. Sovituksessa siellä oli vaan kasa nuppineuloja. Tikkanen oli sovittamiinsa vaatteisiin todella tyytyväinen.

Timmerbackan vaatteista testattiin rintamuotolaskosten paikkaa ja muutamaa vaatetta erityisesti. Testauksessa oli mekko, jossa on vasemmalla puolella rypytyt, japanilaistyylinen mekko, hame, sekä yksi topeista. Topissa testattiin lähinnä vaan sitä, oliko rintamuotolaskos oikeassa paikassa. Hametta testattiin ensimmäistä kertaa. Se oli vähän liian pieni ja vähän liian lyhyt. Hametta päätettiin pidentää melkein viisitoista senttiä tehden siitä 50-luvun tyylinen kellohelmainen hame.

Japanilaistyylinen mekko oli edelleen vähän ongelmallinen. Nyt se oli kuitenkin parempi kuin edellisellä kerralla. Nyt hihat olivat tarpeeksi leveät, että käsi mahtui siitä, sekä muutenkin vähän isompi. Ongelmia minulle tuotti edelleen kaulus ja sen oikein asettaminen kaavassa. Rypytyksmekossa oli nyt rypytyt aivan oikealla kohdalla. Muuten se roikkui vähän kauluksesta, sekä oli aavistuksen liian iso hartioista.

Nyt minulla on tiistaihin 16.4. asti aikaa tehdä uudet kaavamuutokset ja muutama uusi vaate. Toivon, että minulla olisi kaikki vaatteet loppusovitusta vaille valmiit tiistain tapaamisessa. Jos ei ole, niin loppuviikkoon saadaan vielä yksi tapaaminen ennen opinnäytetyön palauttamista.

Tiistain 16.4. tapaaminen meni todella hyvin. Tikkasella oli nyt valmiina kaikki kolme vaatetta. Sovituksessa oli kuitenkin vain kauluspaita, sekä housut. Housut oli-

vat tärkeimmät, sillä niitä ei ollut viimeksi ollenkaan. Kauluspaita oli nyt sopivan kokoinen ja pituinen, ainoastaan hihoista voisi ottaa aavistuksen pois.

Sitten sovittiin housuja. Ne olivat todella hyvän pituiset, mutta aivan liian isot muuten. Vyötäröltä pitää ottaa pois ainoastaan muutama sentti, mutta reisien kohdalta jo reilusti seitsemän-kahdeksan senttiä. Housujen haarasauma oli myös hieman liian iso, joten sitäkin pitää aavistuksen ottaa sisään. Housuista puuttui vielä vyölenkit, mutta ne eivät olleet niin tärkeitä, että niiden olisi ollut pakko olla sovituksessa. (Kuvio 17)



Kuvio 17. miehelle suunniteltiin kauluspaita, liivi ja housut.

Timmerbackalla sovittiin uudelleen samoja vaatteita kuin edellisellä kerrallakin, eli rypymekkoa, japanilaistyylistä mekkoa, toppia, hametta, sekä paitaa. Uutena vaatteena oli myös jakku. Timmerbackalla oli näin ollen myös valmiina kaikki seitsemän vaatetta.



Kuvio 18. Röyhelöpaita ja hame.

Viime kerralla vähän liian pieni hame oli nyt täydellisen kokoinen ja pituinen. (Kuvio 18) Timmerbacka oli todella iloinen ja tyytyväinen uuteen hameeseen ja leikkisen kanssa peilin edessä vähän. Hän myös kävi hymy korvissa näyttämässä hameetta Tikkaselle, joka oli myös tyytyväinen. Hieman polven alle ulottuva hame oli todella tyylikäs.

Paitaan oli myös tehty pieni muutos. Viime kerralla kauluslista oli hieman liian kiireä ja nyt olin tehnyt sen erilaiseen muotoon. Nyt se laskeutui kiristämättä ja kauniisti paikalleen. Muuten paita oli hyvä.

Ryppymekkoon oli tehty melko paljon muutoksia. (Kuvio 19) Kaula-aukkoa oli tehty isommaksi, sekä olan pituutta oli pienennetty paljon. Nyt mekko oli todella hyvän kokoinen. Rypyt istuivat kauniisti eivätkä ne muodostaneet vatsan kohdalle ylimääräistä tilaa. Rypytyksen oikean paikan löytäminen on haastavaa, jotta mekosta ei tule mieleen äitiysvaate. Rypytyksellä saadaan kuitenkin oikein aseteltuna kaunis yksityiskohta mekkoon ja se tuo heti lisäilmettä yksinkertaiseenkin malliin.



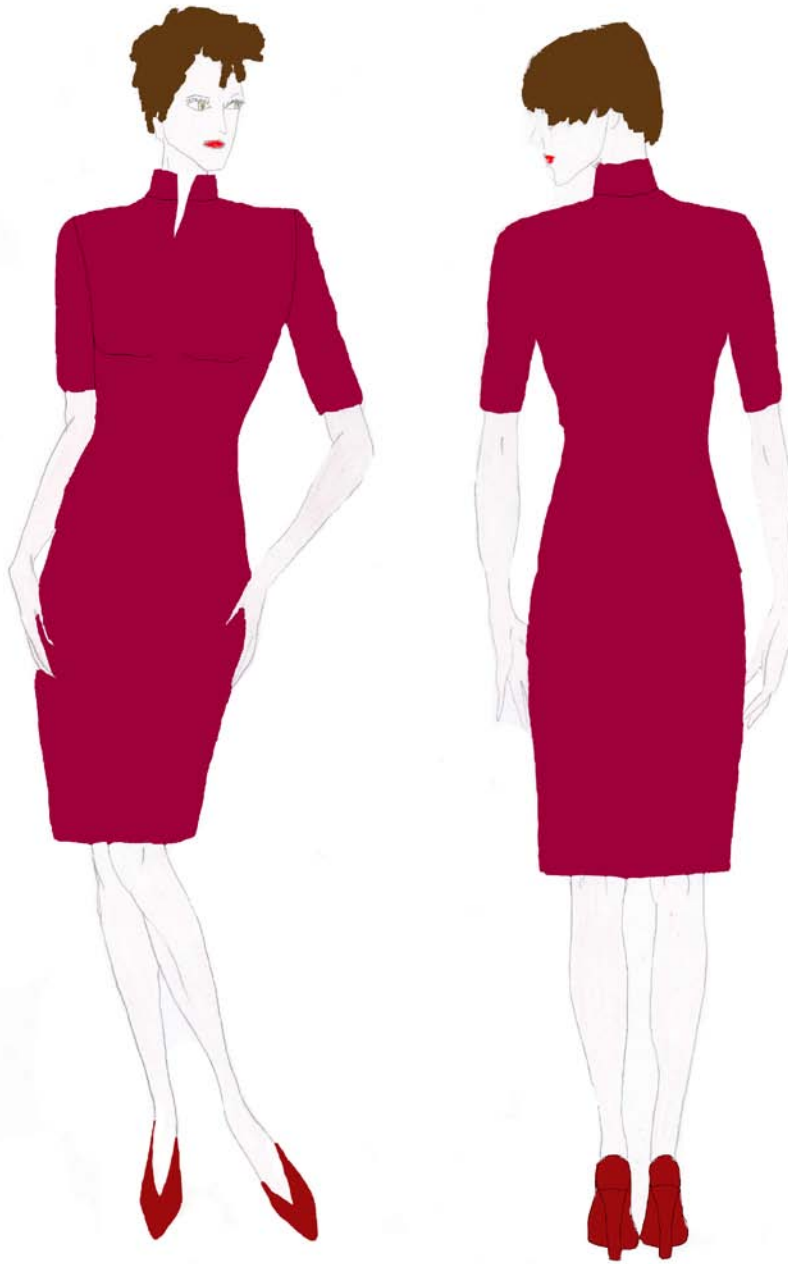
Kuvio 19. Ryppymekko.

Toppiin oli tehty vain yksi pieni muutos. (Kuvio 20) Kaula-aukkoa oli vähän pienennetty, jotta rintaliivit eivät näkyisi alta. Se oli nyt hyvä. Päätimme nostaa rinta-
muotolaskoksia vielä vähän ylöspäin, jotta se istuisi vielä paremmin. Se on onneksi vain pieni muutos.



Kuvio 20. Kaksivärinen toppi ja hame.

Japanilaistyylliseen mekkoon en ollut tehnyt mitään muutoksia. (Kuvio 21) Teimme muutokset Timmerbackan päällä kun hän sovitti mekkoa. Etukappaleesta pitää ottaa vähän pois, jotta kaulusosa istuu paremmin. Kaula-aukkoa pitää myös vähän kaventaa, jotta siitä tulisi oikean mallinen. Japanilaistyyllisessä mekossa oli myös pitkät hihat, jotka päätimme lyhentää, jotta siitä tulisi vähän kevyemmän näköinen. Uudet hihat tulevat vähän kyynärpään yläpuolelle.



Kuvio 21. Japanilaistyylinen mekko.

Viimeisenä sovitettiin jakkua. (Kuvio 22) Jakusta ei ollut tarkoitus tulla todella ryhdikästä jakkua, vaan enemmänkin pitkää neuletakkia. Jakussa oli hyvän pituiset hihat ja selkäkappale oli sopivan kokoinen. Oikeastaan etukappale oli ainoastaan hieman liian pieni. Siihen pitää lisätä kummallekin puolelle suunnilleen neljä senttiä, jotta napit saadaan istumaan hyvin koko etukappaleelle.



Kuvio 22. Jakku.

Tämä oli viimeinen sovituskerta. Kaikki pienet muutokset, jotka tuli ilmi osasin tehdä ilman ylimääräistä sovitusta. Sain muutokset tehtyä nuppineulojen avulla, joten ne on helppo ommella ilman uutta sovitusta. Viimeisellä sovituskerralla sain myös Common Loven palautteen opinnäytetyöstä. Palaute löytyy liitteistä.

6.4 Yhteenveto ja pohdinta muotoiluprosessista

Muotoiluprosessi lähti vauhdilla käyntiin. Minulla oli koko ajan sellainen tunne, ettei ideoita tarvinnut edes puskea esiin. Ideoita vaan tuli ja varsinkin naisten vaatteissa niitä tuli runsaasti. Miesten vaatteissa ideoita ei tullut yhtä paljon, mutta mielestäni ihan riittävästi.

Olinkin iloinen, kun sekä Timmerbacka, että Tikkanen ottivat ideani innolla ja ilolla vastaan. Erityisesti Timmerbacka innostui ideoideni määrästä, vaikka hänellä olikin vaikea valita niistä juuri ne oikeat. Minusta oli myös mukava kuulla ensimmäisiä ideoita näyttäessäni se, että he pitivät oikeasti piirtämistäni vaatteista ja sanoivat, että olin tehnyt paljon ja hyvin hommia. Olin ilahtunut ja sain siitä todella paljon voimaa jaksaa eteenpäin.

Minusta tuntuu, että varsinainen ideointiosuus meni helposti ja nopeasti ja sopivat, tulevat vaatteet löytyivät melko kivuttomasti. Tämä oli hyvä, sillä tiesin, että varsinaisessa protovaiheessa menisi aikaa.

Ennen varsinaisten protojen aloittamista tein Timmerbackan valitsemista naistenvaatteista erilaisia väri vaihtoehtoja. Siinä vaihteessa vaatteita oli jäljellä kaksitoista. Tavallaan koin tämän hieman turhaksi, sillä tähän opinnäytetyöhön tulee vaan protot, ei siis lopullisia vaatteita. Mutta toisaalta, niiden avulla saimme karsittua vaatteita ja rajattua ne lopulliseen seitsemään vaatteeseen. Esimerkiksi ehdottamani kaksivärisyys joissakin mekoissa oli hyvä idea ja se otettiin saman tien toteutettavien joukkoon.

Tikkasen valitsemien vaatteiden osalta näin ei tehty ja en kokenut, että olisi ollut tarvekaan. Alkuperäisiä ideoita oli huomattavasti vähemmän ja saimme saman tien karsittua ne lopullisiin. Vasta kangaskauppa näyttää niiden lopullisen värin. Protoissa en koe, että olisi väliä, minkävärinen kangas on. Nehän ovat vain protoja.

Kaavojen piirtäminen ja niiden muokkaaminen oli todella työlästä. Minulla meni kauan aikaa jo siihen, että etsin ensin jonkun peruskaavan, jota lähteä muokkaamaan. Löysin kuitenkin aika hyvät kaavat lähes kaikkiin vaatteisiin. Osa kaavamuutoksista sujui hyvin ja nopeasti, osa vaati enemmän aikaa.

Olin piirtänyt selvästi hyvät kaavat, sillä niihin tarvitsi tehdä todella pieniä kaavamuutoksia. Olin siitä niin helpottunut. Vain muutama muutos ja vaatteet istuivat vielä entistä paremmin päälle. Nyt selvisin pienillä muutoksilla ja se oli hyvä, sillä se nopeutti myös omaa työtäni. Minun ei tarvinnut alkaa piirtämään kaavoja kokonaan uudelleen ensimmäisen sovituskerän jälkeen.

Ylipäättään koko muotoiluprosessi sujui hyvin, aikataulullisestikin. Minua vähän alussa huolesti aikataulussa pysyminen, mutta nyt tuntuu, että se meni tosi hyvin. Sain hyvin palautetta jokaisella sovituskerällä ja sain muutokset kirjattua ylös saman tien ja lähestulkoon aina myös heti sen jälkeen tehtyä.

Protoiluosuus oli ehkä muotoiluprosessin antoisinta aikaa. Olin jo opinnäytetyön alussa päättänyt, että teen vaatteista lopussa protot. Opin kaikkein parhaiten, kun pääsen itse tekemään ja kokeilemaan. Protoissa näin heti, jos jotain asiaa piti muuttaa erilaiseksi, jotta se toimisi. Mielestäni antoisaa on myös päästä näkemään proto asiakkaan päällä, jotta näkee, onko osannut tehdä tarvittavia ja oikeanlaisia kaavamuutoksia.

Minun protoistani pidettiin ja olen niihin itse myös todella tyytyväinen. Tunsin tyytyväisyyttä kun näin, että suunnittelemani vaatteet toimivat myös käytännössä, eikä vain paperilla.

Olen tyytyväinen, että selvisin miesten vaatteista suhteellisen pienillä muutoksilla. En ole koskaan tehnyt miesten vaatteita ja se oli aluksi vähän jännittävää. Mutta ei se loppujen lopuksi ole sen erikoisempaa, kuin naisten vaatteiden tekeminen. Minulla oli Tikkasen mitat, joten pystyin tekemään ne melko helposti. Ja mikä tärkeintä, Tikkanen oli niihin itse todella tyytyväinen.

Haastavimmat vaatteet tehdä olivat mielestäni miesten kauluspaita, sekä ryppy-mekko. En ole koskaan tehnyt kauluspaitaa edes naiselle ja se oli paljon haastavampi kuin olin ajatellut. Varsinkin kaulus ja hihansuut olivat vaikeita. Halusin niiden myös näyttävän hyviltä, joten minulla meni kauluspaidan tekoon todella paljon aikaa.

Helpoin vaate oli naisen hame. Se oli toisella sovituskerralla todella hyvän kokoinen. Timmerbacka on niin pienikokoinen nainen, että reilusti polven alle ulottuva hame oli todella tyylikäs hänen päällään. Minua alkoi myös hymyilyttää, kun Timmerbacka alkoi leikkiä hameen kanssa peilin edessä ja hän tuntui olevan niin onnellinen uudesta tulevasta hameestaan. Minäkin tulin onnelliseksi.

Muotoiluprosessi meni todella hyvin ja kivuttomasti. Minulla oli hauskaa koko prosessin ajan ja sain hyvää ja rakentavaa palautetta kaikista vaatteista. Ehdin tehdä korjaukset edellisellä kerralla sovittuihin vaatteisiin aina seuraavaksi kerraksi, joka oli hyvä. Siten vaatteita oli sovituksessa aina vähemmän ja vähemmän.

Minusta on hienoa, että Common Love haluaa suunnittelemani ja protoiksi valmistamani vaatteet myös oikeista materiaaleista varsinaiseen käyttöön. Suunnittelemiini vaatteisiin oltiin siis tyytyväisiä ja siihen olen itse tyytyväinen.

Vaatteista näkyi ilo, rohkeus, nauttiminen, tyylikkyys ja toivottavasti tulevaisuudessa myös muistijäljen jättäminen. Tätä tavoiteltiin ja tähän päästiin. (Kuvio 23)



Kuvio 23. Lopullinen mallisto.

7 YHTEENVETO JA POHDINTA

Opinnäytetyöni tutkimuskysymyksinä olivat: mitkä asiat tekevät hyvän businessvaatteen, millaisia asioita sen suunnittelussa tulee ottaa huomioon, sekä voiko businesskoodia rikkoa ja tuoda niihin väriä ja rohkeutta. Mielestäni osasin vastata hyvin esittämiini tutkimuskysymyksiin työssäni. Tiedonhankinnassa, haastatteluis- sa ja lopullisessa mallistossa käyvät ilmi vastaukset näihin tutkimuskysymyksiin.

Tiedonhankintavaihe oli erittäin mielenkiintoista, mutta samalla hieman hankalaa. Minun oli vaikea löytää viime vuosina kirjoitettuja lähteitä liittyen työvaatteisiin. En niitä juuri löytänyt, mutta sain hyvän pohjan myös vähän vanhemmista kirjoista. Internetissä oli muutama hyvä artikkeli aiheesta, joten koen, että sain riittävän kattavan perustan työlleni. Tiedonhankintaa oli tarpeeksi ja sain siitä inspiraatiota varsinaiseen suunnitteluprosessiin.

Neljännessä luvussa oleva tieto auttoi minua myös teemahaastattelun tekemisessä ja toteuttamisessa. Olin saanut reilusti tietoa erilaisista työvaatteista sekä mitä niiden suunnittelussa tulee ottaa huomioon. Teemahaastattelu sujuikin erittäin hyvin. Olin lukenut paljon materiaalia työvaatteista, sekä valmistellut teemahaastattelun itse ja käynyt sen vielä opettajan kanssa läpi. Sain kattavat vastaukset kaikkiin esittämiini kysymyksiin, joka auttoi suunnittelemaan juuri asiakkaan haluamanlaisen businessyövaate malliston. Teemahaastattelussa sain selkeän kuvan siitä, millaisen malliston asiakas halusi ja millainen sen tulisi olla. Tiedonhankinnassa keräämäni tieto vastasi hyvin teemahaastattelussa saatua tietoa ja ne tukivat toinen toisiaan.

Ideointi ja luonnostelu sujuivat yllättävän hyvin. Ideointiin kului aikaa noin viikko ja ideoita tuli todella nopeaan tahtiin. Varsinkin naisten vaatteiden ideoita tuli erittäin runsaasti. Vaikka ideointiin ja luonnosteluun kuluikin vain vähän aikaa, niin en olisi kaivannut sitä yhtään lisää. Olin saanut jo muutamassa päivässä todella paljon luonnoksia ja ne koettiin hyväksi myös asiakkaani luona. Toki nyt ensimmäisten luonnosten jälkeen tein lopulliset versiot vaatteista lukuun ottamatta hametta. Se

syntyi yhteistuloksena asiakkaan kanssa. Kehittelyä vaatteisiin ei kaivattu, sillä alkuperäisistä pidettiin niin paljon.

Protovaihe sujui hyvin ja nopeasti. Kaavoihin tarvitsi tehdä vain pieniä muutoksia, joten pääsin yllättävän vähällä tälläkin saralla. Asiakas piti myös valmistamistani protoista ja opinnäytetyön ulkopuolella valmistan työvaatteet myös oikeista materiaaleista.

Yhteistyö Common Loven henkilökunnan kanssa sujui erittäin hyvin ja ilman ongelmia. Mitä pidemmälle työ eteni, sen innokkaampia työntekijät olivat, vaikka he olivat alussakin jo innoissaan. Tähän ehkä vaikuttaa se, että lopussa alkoi myös näkyä konkreettista asiaa kun protot alkoivat valmistua ja vaatteita sai kokeilla.

Sain myös erittäin positiivista palautetta suunnittelemastani mallistosta. Jokaisella sovituskerralla he miettivät, miten osaan tehdä niin hyviä ja ihania vaatteita ja se antoi minulle valtavasti voimaa jatkaa opinnäytetyötä entistä tehokkaammin. Mallisto oli onnistunut ja tarjosi vaatteita molemmille sukupuolille.

Mielestäni työ eteni hyvin ja oikeassa järjestyksessä. Opinnäytetyön eri osiot tukivat myös toisiaan, sillä ensin tuli kirjallisuuskatsaus, sen jälkeen syventävä teema-haastattelu, jonka jälkeen alkoi ideointi ja suunnittelu. Lopullisissa vaatteissa näkyivät asiakkaan toiveet ja tarpeet. Opinnäytetyöni tavoitteena oli suunnitella businesshenkinen työvaatemallisto, joka olisi erilainen ja rohkea ja mielestäni onnistuin siinä hyvin.

Opinnäytetyöni onnistui hyvin ja oli pysyi aikataulussaan suhteellisen hyvin. Toki joskus olin jäljessä, mutta toisena päivänä kirittiin aikaa kiinni. Loppuaikana minusta tuntui, että tein hommia melkein yötä päivää. Myös viikonloput menettivät varsinaisen merkityksensä, kun töitä opinnäytetyötä tehtiin myös silloin.

Mielestäni opinnäytetyönä suunnittelemastani mallistosta tuli erilainen ja mieleenpainuva, varsinkin naisten vaatteiden osalta. Tätä projektia ennen en ole juuri seu-

rannut työpukeutumista, mutta projektin alkaessa ja varsinkin sen aikana hyvin tiiviisti. Olen tarkkaillut erilaisia tyylejä ja miettinyt, miten niitä voisi soveltaa businessmaailmaan. Mallisto tuo iloa työpäivään ja toivottavasti tulevaisuudessa se jää myös muiden ihmisten mieleen.

LÄHTEET

- Association of Common Love ry. [Verkkajulkaisu]. [Ei päivystä]. [Viitattu 30.1.2013]. Saatavilla: <http://www.commonlove.fi/common+love/missio+visio+ja+arvot/>.
- Amor Aurum. [Verkkajulkaisu]. [Ei päivystä]. [Viitattu 30.1.2013]. Saatavilla: <http://www.commonlove.fi/rakkaustalous/amor+aurum/>.
- Chaney, L., Martin, J. 2007. The Essential Guide to Business Etiquette. Westport: Greenwood Publishing Group.
- Craik, J. 2005. Uniforms exposed: The Proliferation of Uniforms in Popular Culture as Markers of Change and Identity. Teoksessa: Uniformierungen in Bewegung. Munchen: Waxmann Verlag GmbH.
- Hammarsten, H. 2012. Viisi harhaluuloa bisnespukeutumisesta. [Verkkajulkaisu]. Talouselämä. 17.9.2012. [Viitattu 19.1.2013]. Saatavilla: <http://www.talouselama.fi/tyoelama/viisi+harhaluuloa+bisnespukeutumisesta/a2143928>.
- Hatakka, H. 2010. Tyyli paljastaa työpaikkasi. [Verkkajulkaisu]. Talouselämä. 16.4.2010. [Viitattu 19.1.2013]. Saatavilla: <http://www.talouselama.fi/tyoelama/tyyli+paljastaa+tyopaikkasi/a2071140>.
- Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Keuruu: Tammi.
- Honkavaara, N. 2003. Pukeutumisen kontekstuaalisuus. Teoksessa: Koskennurmi-Sivonen, R. & Raunio, A-M. Vaatekirja. Helsinki: Yliopistopaino.
- Laakso, H. 1999. Brandit kilpailuetuna: Miten rakennan ja kehitän liikemerkkiä. Jyväskylä: Gummerus.
- Lehtinen, E. 2011. Hyvä työvaate tukee yrityksen brändiä. [Verkkajulkaisu]. Aromilehti. 1.9.2011. [Viitattu 19.1.2013]. Saatavilla: <http://aromilehti.fi/aromi-lehti/2011/09/hyva-tyovaate-tukee-yrityksen-brandia/>.

Hyysalo, S. 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä: tuote, tutkimus, menetelmät. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.

Ilmarinen, R. 1982. Lämpöviihtyvyyys ja työvaatetus. Helsinki: Työterveyslaitos.

Keinonen, T. 2000. Miten käytettävyyys muotoillaan?. Taideteollinen korkeakoulu. Taideteollisen korkeakoulun julkaisusarja B61.

Kortesmäki, T. 2005. Käyttäjälähtöisyys tuotekehityksen kulmakivenä. Teoksessa: Mooij, M., Kortesmäki, T. ym. Näkemyksiä ja kokemuksia käyttäjälähtöisyydestä. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Kuvio 1. Yritysvaatteet. [Verkkokuvat]. [Viitattu 27.2.2013]. Saatavilla: <http://indiska.com/fi/Fashion/Tunic/GWEN/p/101712576BLUE>
<http://indiska.com/fi/Fashion/Tunic/CARMEN/p/101741529BLACK>
<http://indiska.com/fi/Fashion/Tunic/FRACKIS/p/101738611BLUE>

Kuvio 2. Suojavaatteet. [Verkkokuvat]. [Viitattu 27.2.2013]. Saatavilla: http://www.huomiovaatteet.com/images/1723_0907_db8.jpg
http://www.huomiovaatteet.com/images/1883_0907_4e4.jpg
http://www.huomiovaatteet.com/images/1_0908_627.jpg

Kuvio 6. Persoonakuva. [Verkkokuvat]. [Viitattu 28.4.2013]. Saatavilla: <http://www.commonlove.fi/en/picture-gallery>

Kuvio 7. Persoonakuva. [Verkkokuvat]. [Viitattu 28.4.2013]. Saatavilla: <http://www.commonlove.fi/en/picture-gallery>

Kähkönen, H. 2012. Persoona saa näkyä. [Verkkolehtiartikkeli]. Mediauutiset 13.4.2012. [Viitattu 19.1.2013]. Saatavana Talentum-lehtiarkistosta. Vaatii käyttäjätunnuksen.

Mattelmäki, T. 2006. Muotoiluluotaimet. Teknologiateollisuus. Teknologiateollisuuden julkaisuja 7/2006. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Menestymiskumppanuus. [Verkkojulkaisu]. [Ei päiväystä]. [Viitattu 30.1.2013]. Saatavilla: <http://www.commonlove.fi/rakkaustalous/menestyskumppanuus/>.

Mäkinen, H., Antikainen, T., Ilmarinen, R., Tammela, E., Hurme, M. 1996. Toimiva työ- ja suojavaatetus. Helsinki: Työterveyslaitos.

Nuutinen, A. 2004. Edelläkävijät: Hiljainen, Implisiittinen ja eksplisiittinen tieto muodin ennustamisesta. Taideteollisen korkeakoulun julkaisusarja Helsinki A53. Saarijärvi: Gummerus.

- Myyntimenestys. [Verkkajulkaisu]. [Ei päiväystä]. [Viitattu 30.1.2013].
Saatavilla:
<http://www.commonlove.fi/henkilokohtainen+kasvu/myyntivalmennus/>.
- Pekkala, J. 2005. Käyttäjätkimetus käytännössä. Teoksessa: Mooij, M., Kortesmäki, T. ym. Näkemyksiä ja kokemuksia käyttäjälähtöisyydestä. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- Sammallahti, T. 2009. Konseptisuunnittelun supersankari. Helsinki: Books on Demand GmbH.
- Särkikoski-Pursiainen, H. 2001. Bisnespukeutuminen. Edita Oyj.
- Tabell, R. 2005. Asiantuntijuus vaatetusalalla.
- Tiimihenki tuottamaan. [Verkkajulkaisu]. [Ei päiväystä]. [Viitattu 30.1.2013]. Saatavilla:
<http://www.commonlove.fi/henkilokohtainen+kasvu/tiimivalmennus/>
- Tikkanen, J. 2010. Rakkaus kasvuun: 112 oivallusta johtamiseen. Helsinki: Futuregene Oy.
- Tikkanen, J., Timmerbacka, A. 2013a. Teemahaastattelu. 8.3.2013.
- Tikkanen, J., Timmerbacka, A. 2013b. Haastattelu. 16.4.2013.
- Timmerbacka, A. 2012. Hallituksen jäsen. Common Love. Puhelin-keskustelu. 18.12.2012.
- Timmerbacka, A. 2013. Hallituksen jäsen. Common Love. Haastattelu. 28.1.2013.
- Työturvallisuuslaki. [Verkkajulkaisu]. [23.8.2002]. [Viitattu 4.2.2013].
Saatavilla: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2002/20020738>.
- Vihma, P. Vaatteet kertovat. Talouselämä 42/2006.
- Virtanen, K. 2012a. Pukeutumiskoodina Smart Casual. [Verkkajulkaisu]. Yhteishyvä 19.9.2012. [Viitattu 18.3.2013]. Saatavilla:
<http://www.yhteishyva.fi/kauneus-ja-pukeutuminen/pukeutuminen/pukeutumiskoodi-smart-casual/0218010-76738>.
- Virtanen, K. 2012b. Pukeutumiskoodien ABC. [Verkkajulkaisu]. Yhteishyvä 19.9.2012. [Viitattu 18.3.2013]. Saatavilla:
<http://www.yhteishyva.fi/kauneus-ja->

pukeutuminen/pukeutuminen/pukeutumiskoodien-abc/0218010-77130.

TUNNELMATAULUJEN LÄHTEET

Gloria 3/2013
Joulun kotivinkki 2/2012
Kauneus ja terveys 15/2012
Kauneus ja terveys 1/2013
Kotiliesi 20, 2.10.2012
Kotiliesi 21, 16.10.2012
Kotiliesi 23, 30.10.2012
Kotiliesi 24, 13.11.2012
Kotiliesi 25, 27.11.2012
kotiliesi 26, 11.12.2012
Kotiliesi 1, 27.12.2012
Kotiliesi 2, 15.1.2013
Marimekko-lehti 1/2013
Meidän mökki 1/2013
Me Naiset 4, 24.1.2013
Me Naiset 5, 31.1.2013

BUSINESSKUVAKOLLAASIN LÄHTEET

Aliexpress. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Aliexpress.com. [Viitattu 28.4.2013]. Saatavana: <http://www.aliexpress.com/item/2012-blouse-office-lady-skirt-business-suit-professional-set-women-fashion-slim-OL-plus-size-chiffon/569033224.html>

- Allfinds. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Allfinds.com. [Viitattu 28.4.2013]. Saatavana: <http://allfinds.org/business-casual-for-women/business-attire-for-young-women.html>
- Business casual dresses and suits for women. 7.1.2013. [Verkkosivu]. Myfashionten.com. [Viitattu 28.4.2013]. Saatavana: <http://www.myfashionten.com/business-casual-dresses-for-women>
- Elegant long sleeve dress. Ei päiväystä. Ebay.com. [Verkkosivu]. [Viitattu 28.4.2013] Saatavana: <http://www.ebay.com/itm/NEW-Elegant-Long-Sleeve-Dress-Mini-Dress-Work-Dress-3274-110948743282>
- Love to know women's business clothes. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 28.4.2013]. Saatavana: http://womens-fashion.lovetoknow.com/Category:Women%27s_Business_Clothes
- MadeInChina. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 28.4.2013]. Saatavana: http://product.madeinchina.com/wholesale-product-image/Men-s-business-suits-boy-suit-Western-clothes-top_13138926.shtml
- Men's business wardrobe essential. 24.6.2009. [Verkkosivu]. Becomegeorgeous.com. [Viitattu 28.4.2013]. Saatavana: http://www.becomegeorgeous.com/fashion-style/accessories/mens_business_wardrobe_essentials-802.html
- Men's fashion fall 2009. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Esquire.com. [Viitattu 28.4.2013]. Saatavana: <http://www.esquire.com/style/fashion-story/mens-fashion-fall-2009#slide-4>
- Rebecca Taylor work dress. 10.4.2011. [Verkkosivu]. [Viitattu 28.4.2013]. Saatavana: <http://www.rebeccataylordresses.org/dresses/formal/rebecca-taylor-work-dress/>
- Topsuits4u. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 28.4.2013]. Saatavana: <http://topsuits4u.com/goods-205-Suit-Pants-Business-Wear-Suit-Pants-Business-Formal-Clothes-Formal-Clothes-MS0205.html>

LIITTEET

Liite 1. Teemahaastattelun runko

Liite 2. Teemahaastattelun tunnelmataulu 1

Liite 3. Teemahaastattelun tunnelmataulu 2

Liite 4. Tasokuvat miesten vaatteista

Liite 5. Tasokuvat naisten vaatteista

Liite 6. Toimeksiantajan arviointi opinnäytetyöstä

Liite 1. Teemahaastattelun runko

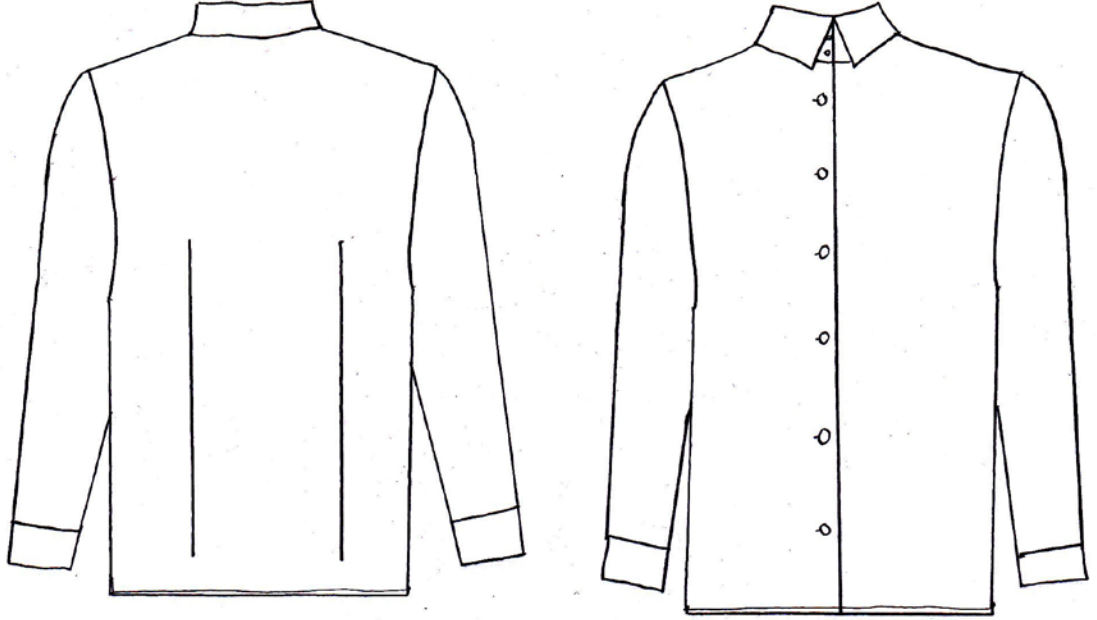
- Millainen on hyvä businessvaate?
- Mitä arvostat siinä eniten?
- Mitä odotat työvaatteelta?
- Työvaatteen tärkeimmät tehtävät?
- Millaista käyttöä niiden tulee kestää?
- Työvaatteen tärkeimmät/tärkein ominaisuus?
- Kuinka tärkeää on, että vaatteet on helppo pestä ja että ne kestävät kovaakin kulutusta?
- Kuinka tärkeää on, että työvaatteesta löytyy taskuja?
- Sopiiko värit työvaatteeseen?
- Mitä työvaate merkitsee työntekijälle?
- Mitä haluat, että työvaate viestii teidän yhdistyksestä?

Liite 2. Teemahaastattelun tunnelmataulu 1

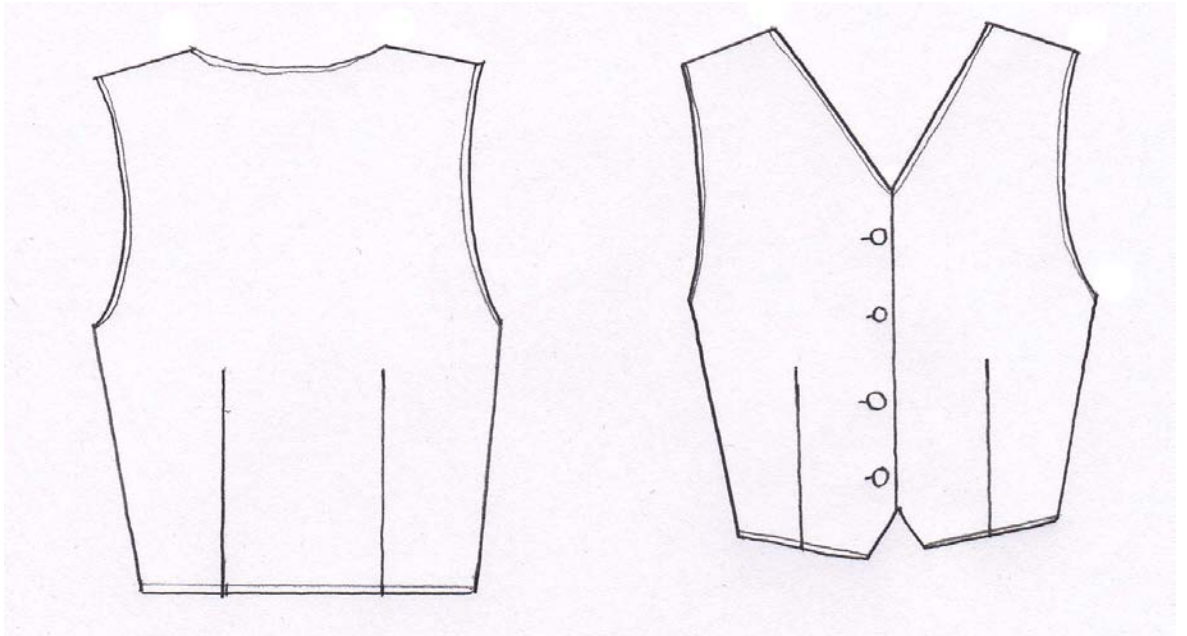


Liite 3. Teemahaastattelun tunnelmataulu 2

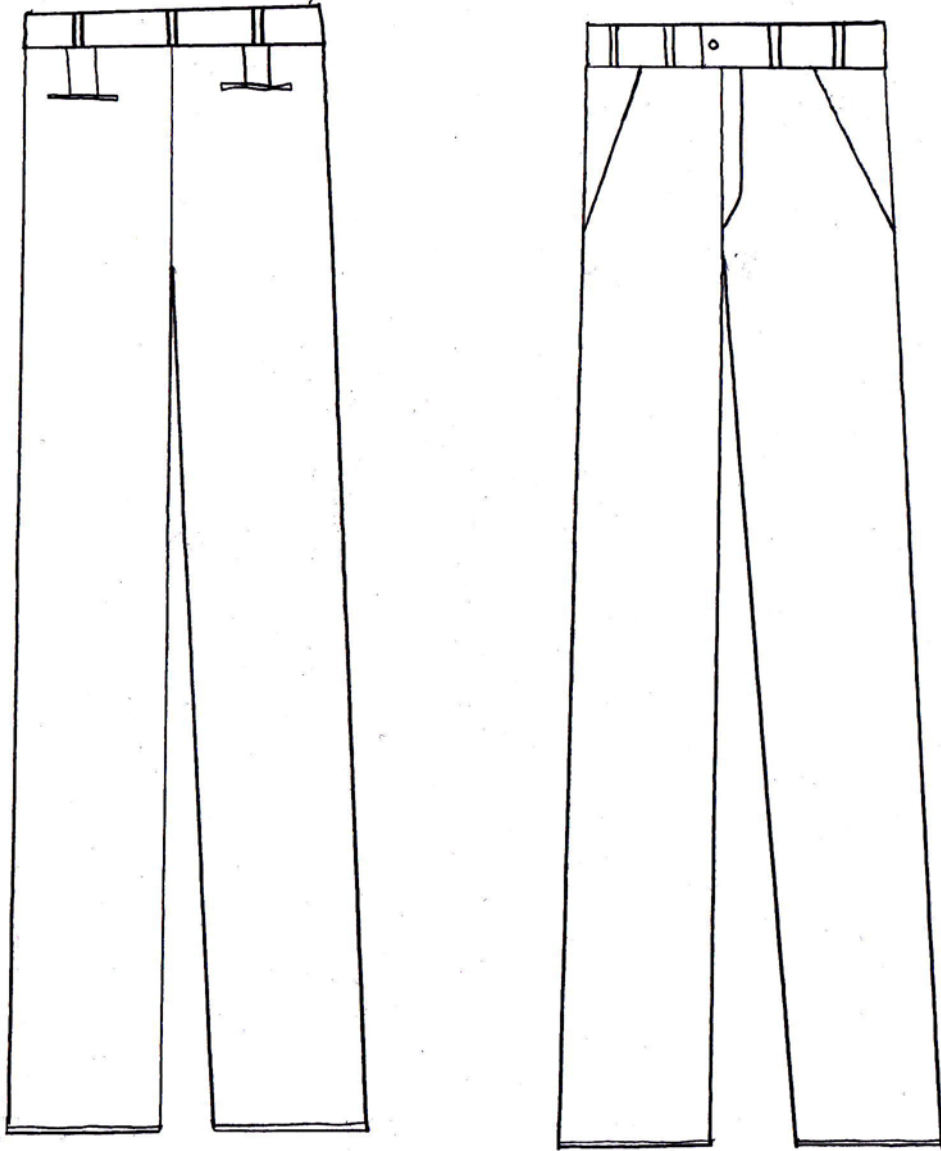


Liite 4. Tasokuvat miesten vaatteista

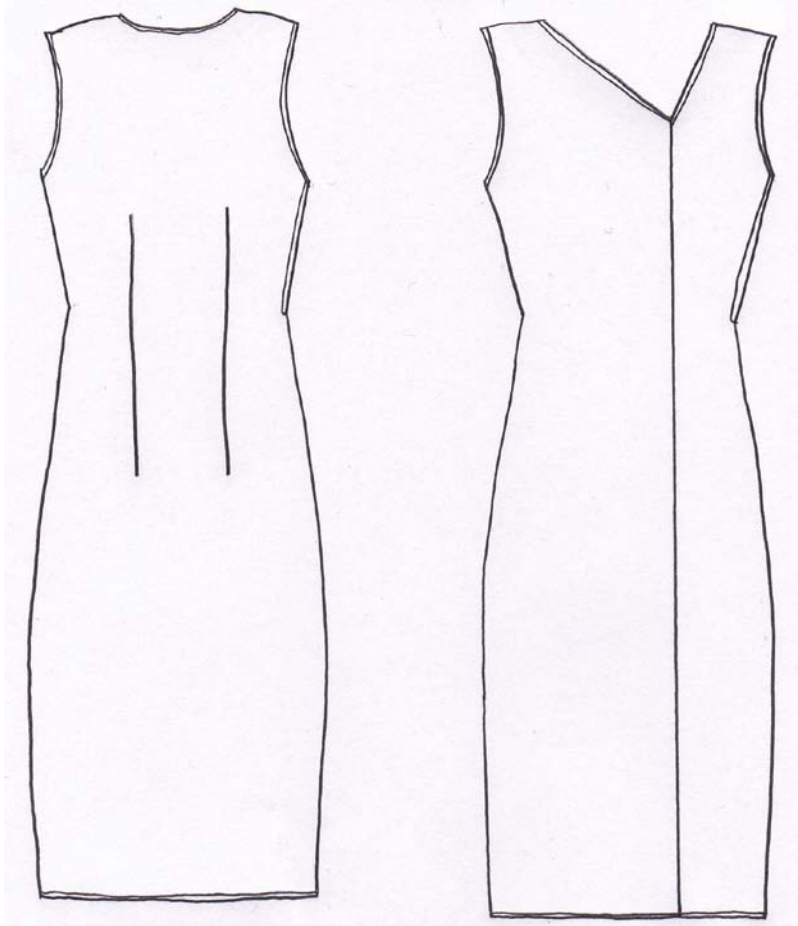
Tasokuva 1. Kauluspaita.



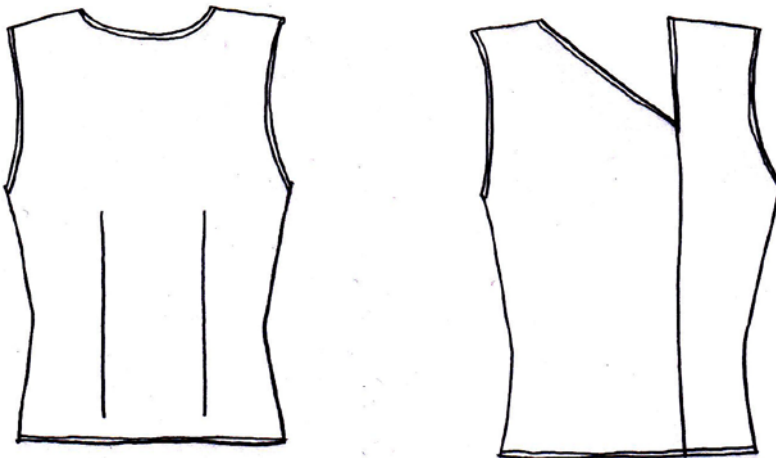
Tasokuva 2. Liivi.



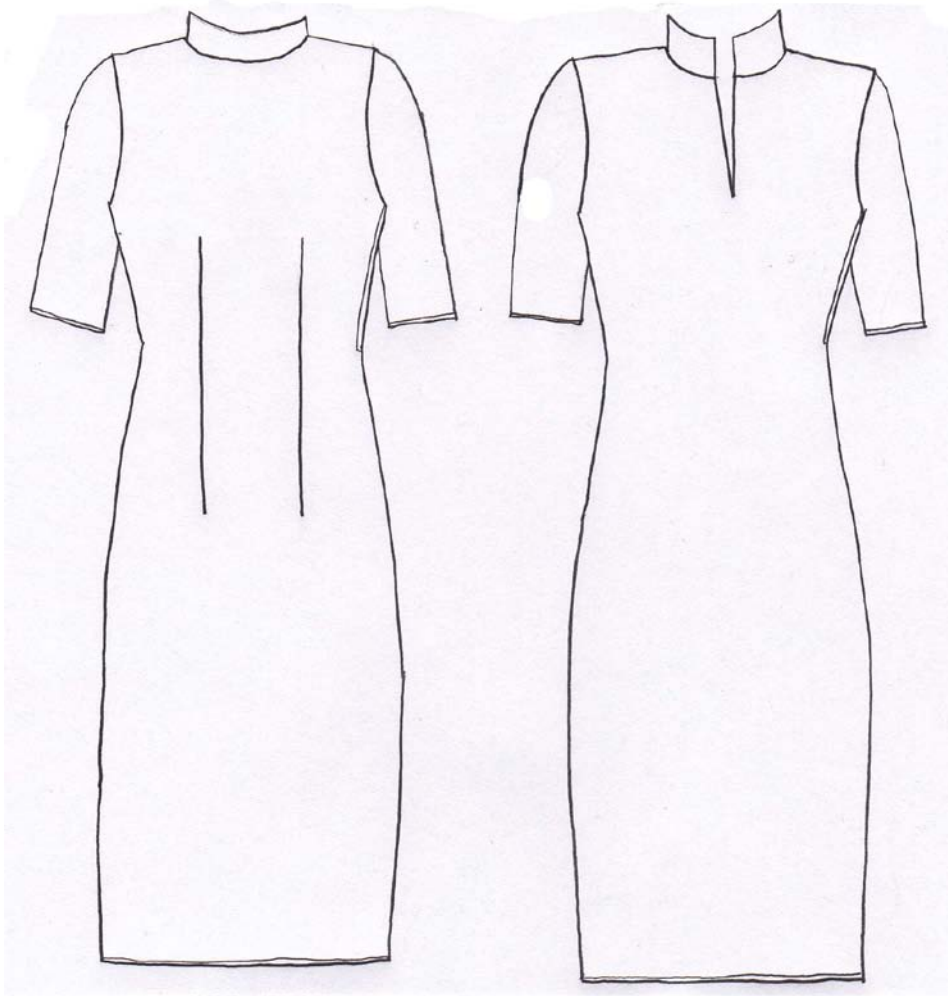
Tasokuva 3. Housut.

Liite 5. Tasokuvat naisten vaatteista

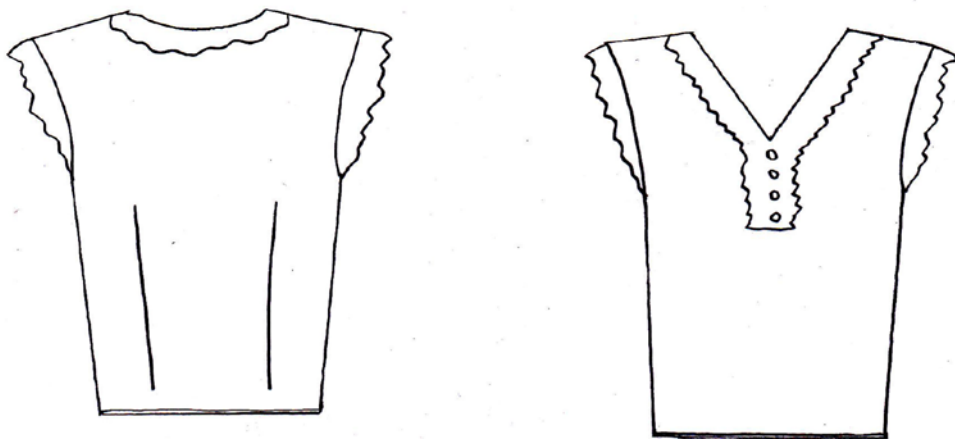
Tasokuva 4. Kaksivärinen mekko.



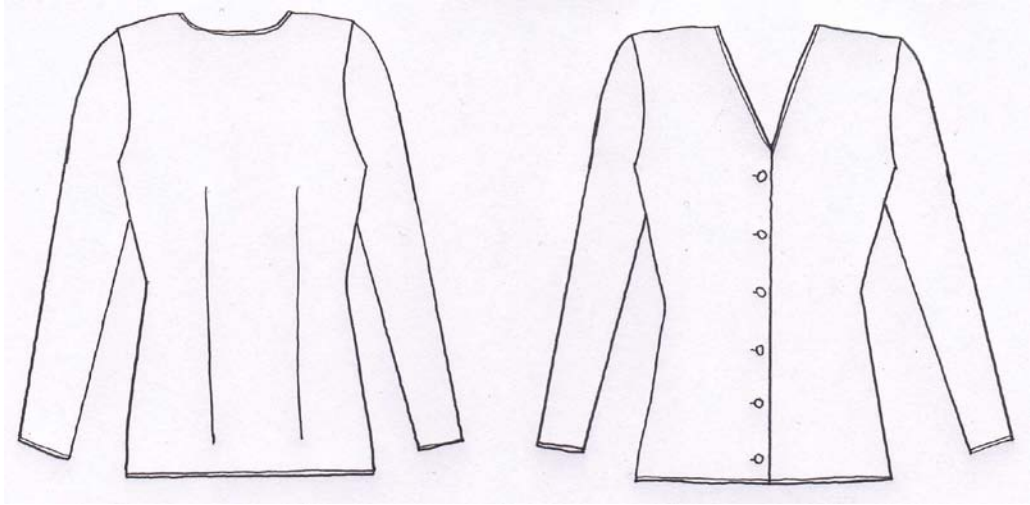
Tasokuva 5. Kaksivärinen toppi.



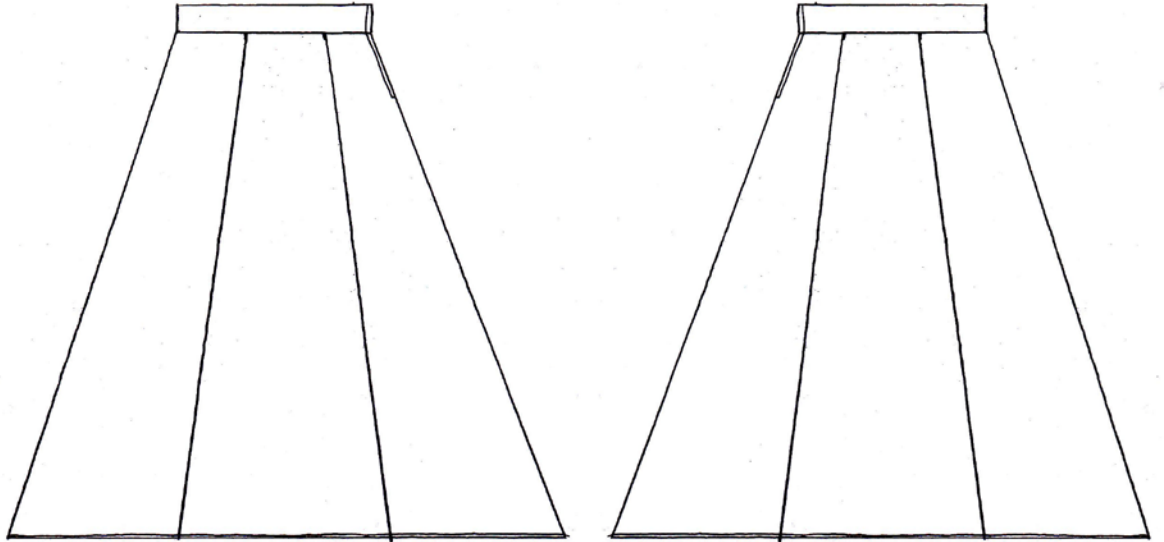
Tasokuva 6. Japanilaistyylinen mekko.



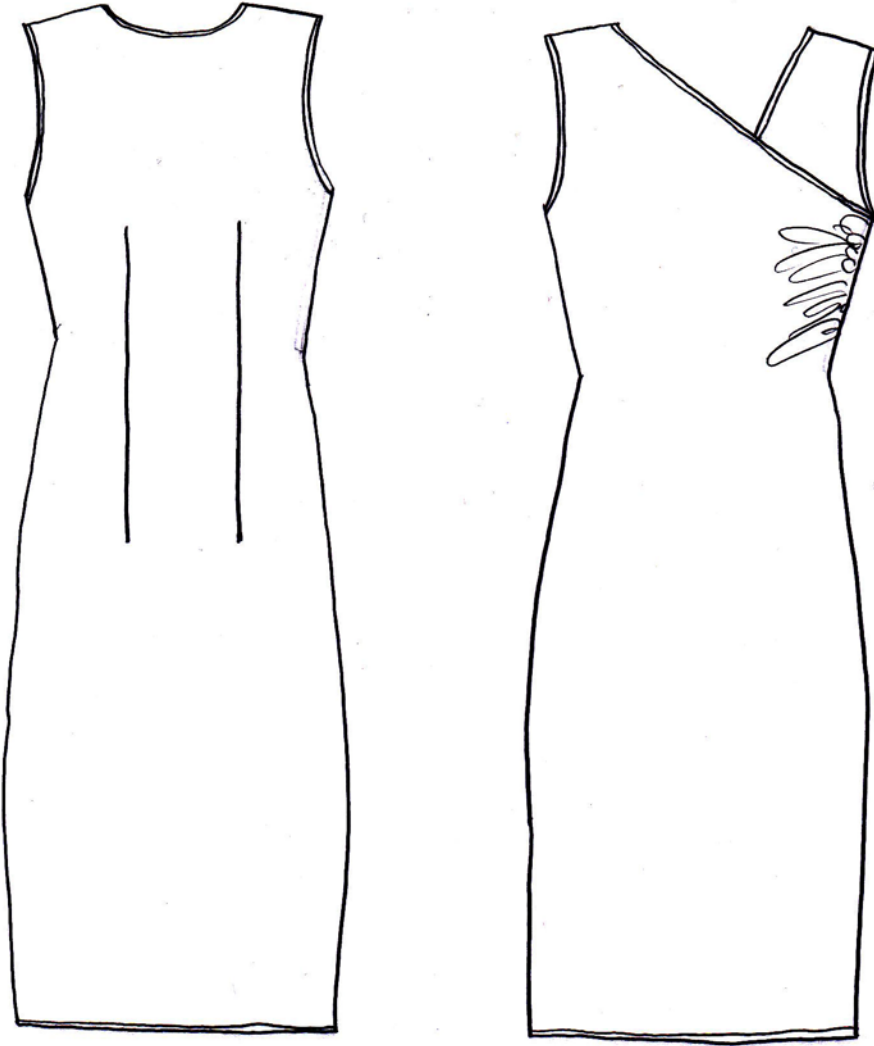
Tasokuva 7. Röyhelöpaita.



Tasokuva 8. Jakku.



Tasokuva 9. Hame.



Tasokuva 10. Ryppymekko.

Liite 6. Toimeksiantajan arviointi opinnäytetyöstä



ARVIOINTI OPINNÄYTETYÖSTÄ

Toimeksiantajan/työn tilaajan/yhteistyöorganisaation edustajan arviointi opinnäytetyöstä ja opinnäytetyökäytännöistä

Hyvä yhteistyötahon edustaja!

Opinnäytetyön tekeminen on tarjonnut opiskelijalle arvokkaan yhteyden työelämään. Pyydämme opinnäytetyöstä palautetta, sillä arviointinne on tärkeää sekä työn tehneelle opiskelijalle että ammattikorkeakoululle opinnäytetyökäytännön kehittämiseksi. KIITOS!

Arvioijan nimi ja asema

Jani Tikkanen / Hallituksen puheenjohtaja

Yritys/organisaatio

Association of Common Love ry

Opinnäytetyön tekijä

Salla Grönlund

Opinnäytetyön nimi

Rakkauden ammattilaisten työvaatteet

Koulutusohjelma

Lifestyle / Muotoilu

1. Miten työn tarkoitus ja tavoitteet mielestänne toteutuivat?

Kiitettävästi
Hyvin
Tyydyttävästi

2. Miten yhteistyö opinnäytetyön tekijä kanssa mielestänne sujui?

Kiitettävästi
Hyvin
Tyydyttävästi

3. Millä tavoin opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää käytännössä?

Teemme vaatteita suunniteltujen protojen mukaisesti. Vaatteet tulevat arkikäyttöön. Olemme kiitollisia.

4. Miten haluaisitte kehittää organisaationne ja Seinäjoen ammattikorkeakoulun välistä yhteistyötä opinnäytetöissä?

Tarjonnan mukaisesti:)

Päiväys 16/4.20213 Allekirjoitus