



Laura Hannula

Kansallispuverkkokaupan palvelupolkuja

Asiakaskokemuksen kehittäminen Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivuilla

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Vestonomi (ylempi AMK)

Vaatetusalan tutkinto-ohjelma (ylempi AMK)

Opinnäytetyö

4.11.2024

Tiivistelmä

Tekijä(t):	Laura Hannula
Otsikko:	Kansallispukuverkkokaupan palvelupolkuja: Asiakaskokemuksen kehittäminen Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivuilla
Sivumäärä:	71 sivua + 10 liitettä
Aika:	4.11.2024
Tutkinto:	Vestonomi (ylempi AMK)
Tutkinto-ohjelma:	Vaatetusalan tutkinto-ohjelma (ylempi AMK)
Ohjaaja:	Lehtori, taiteen maisteri Marjaana Tantt

Tässä opinnäytetyössä tarkasteltiin suomalaisten kansallispukujen verkkoliiketoimintaa tutkimalla Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen palvelupolkuja. Yritys on merkittävä kansallispukualan toimija, jonka kansallispukuvalikoimaan kuuluu noin 130 erilaista kansallispukua. Suomen Perinnetekstiilit Oy on vuonna 2015 perustettu yritys, joka jatkaa Helmi Vuorelma Oy:n valikoiman myyntiä.

Työelämälähtöisen kehittämishaasteen tavoitteena oli parantaa Internet-sivujen asiakaskokemusta selvittämällä, mitä tietoa asiakkaat tarvitsevat kansallispukuostosten tueksi verkkokaupassa ja miten he sitä etsivät. Kehittämistyön menetelmänä käytettiin palvelumuotoilua. Aineistoa kerättiin käyttäjätutkimuksella, jossa havainnointiin asiakkaiden toimintaa Internet-sivuilla. Havainnointia täydennettiin teemahaastatteluilla. Myös yrityksen näkemyksiä ja tarpeita selvitettiin teemahaastattelun avulla.

Käyttäjätutkimuksen ja taustakirjallisuuden avulla määriteltiin yrityksen tärkeimmät asiakasryhmät sekä heidän tarpeensa. Internet-sivujen kehittämisehdotuksia ideointiin yrityksen resurssit sekä asiakasryhmät huomioiden. Asiakasprofiililähtöisten ratkaisujen ideointiin sovellettiin Arvolupauskanvaasi-työkalua, ja ratkaisuehdotuksia arvioitiin muotoilukriteeristön avulla.

Ideoinnin pohjalta Suomen Perinnetekstiilit Oy:lle laadittiin Internet-sivujen mallinnus. Tuloksena syntyneillä sivuilla kerrotaan kansallispukujen hankintaan liittyvistä aiheista erilaiset asiakasprofiilit huomioiden. Kehittämisehdotukset toteuttamalla Suomen Perinnetekstiilit Oy voisi palvella paremmin asiakkaita sekä lisätä yrityksen vastuullisuusviestintää.

Avainsanat: kansallispuku, verkkokauppa, verkkoliiketoiminta, digitaalinen palvelupolku, palvelumuotoilu, Internet-sivut, käyttäjätutkimus,

Tämän opinnäytetyön alkuperä on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

Abstract

Author(s): Laura Hannula
Title: Service paths of the national clothing online business: Developing the customer experience on Suomen Perinnetekstiilit Oy's website
Number of Pages: 71 pages + 10 appendices
Date: 4 November 2024

Degree: Master of Culture and Arts
Degree Programme: Master's Degree Programme in Fashion and Clothing
Instructor: Marjaana Tanttu, Senior Lecturer, Master of Arts

This thesis studies the online sales of Finnish national costumes by examining more closely the service path of Suomen Perinnetekstiilit Oy's website. The company has a significant role in the national costume industry, and its selection includes about 130 different national costumes. Suomen Perinnetekstiilit Oy was founded in 2015 and continues to sell a selection introduced by Helmi Vuorelma Oy.

The goal of the work-oriented development challenge was to develop the customer experience of the company's website by finding out what information customers need to support their national costume purchases in the online store and how they have been searching for it in the past. Service design was used as the development method. Data on customers' needs were collected through a user survey, in which customers' activities were observed. The observation was supplemented with themed interviews. The company's views and needs were also clarified with the help of a themed interview.

The company's most important customer groups and their needs were defined based on user research and background literature. The company's resources and customer groups were taken into account in the ideation of website development proposals. The Value Proposition Canvas tool was applied to the ideation of customer profile-oriented solutions, and the solution proposals were evaluated using design criteria.

As a result of the thesis, a website model was prepared for Suomen Perinnetekstiilit Oy. The pages created as a result contain information about topics related to the purchase of national costumes, taking into account different customer profiles. By implementing the development proposals, Suomen Perinnetekstiilit Oy could serve customers better and increase the company's responsibility communication.

Keywords: national costume, online store, online business, digital service path, service design,

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Suomalainen kansallispuku ja kansallispukuala	3
2.1	Suomalaisen kansallispukukokonaisuuden määritelmä	5
2.2	Kansallispukualan toimijat ja vastuunjako	8
2.3	Kansallispukuyrityksen asiakkaat	14
2.4	Kansallispuvun hankinta ja vastuullisuusnäkökulmat	16
3	Kehittämishaasteen toimeksiantaja: Suomen Perinnetekstiilit Oy	22
3.1	Kehittämishaasteen esittely ja tutkimuskysymykset	24
3.2	Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen rakenne ennen kehittämishaasteen aloittamista	25
4	Aineistonkeruu- ja analyysimenetelmät	28
5	Asiakasymmärrys ja ideointi	33
5.1	Asiakkaiden tarpeiden ja toimintaympäristön määrittely	33
5.2	Asiakasprofiilien tunnistaminen	37
5.3	Kehittämiskäytäntöjen ideointi	42
5.3.1	Ratkaisujen kuormittavuus ideoinnin lähtökohtana	42
5.3.2	Asiakasprofiilit ideoinnin lähtökohtana	45
5.4	Ratkaisuehdotusten arviointi	46
6	Internet-sivujen kehittämissuunnitelma	48
6.1	Etusivun kehittämissuunnitelmat	49
6.2	Uudet alisivut	53
7	Yhteenveto ja pohdinta	65
	Lähteet	68
	Liitteet	72
	Liite 1: Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen (www.vuorelma.net) etusivun rakenne	72
	Liite 2: Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen kokonaisrakenne	73
	Liite 3: Tiedote tutkimuksesta ja tutkittavan suostumuslomake	74
	Liite 4: Havainnointitilanteen suunniteltu kulku	80

Liite 5: Tutkittavien palvelupolut	81
Liite 6: Analyysivaihe 1	86
Liite 7: Analyysivaihe 2	91
Liite 8: Tiedonpuutteiden ratkaisujen kuormittavuus	92
Liite 9: Haastattelurunko Suomen Perinnetekstiilit Oy 4.10.2024	93
Liite 10: Internet-sivujen kehittämissuunnitelman mallinnus kuvina	94

1 Johdanto

En varmastikaan ole ainut 1990-luvulla lapsuutensa elänyt, jolle postimyyntikatalogien selailu on jäänyt elävästi mieleen. Itse palasin kerta toisensa jälkeen tutkimaan Helmi Vuorelma Oy:n kansallispukukuvastoja, sillä jokin noissa värikäissä, erityisissä asuissa kiehtoi minua. Harrastin kansantanssia ja lopulta sain käyttööni isomummini vanhan Kirkkonummen kansallispuvun.

Postimyyntikatalogien sivujen kääntely on nykyään vaihtunut verkkokauppojen selailuun. Verkkokauppaan pääsee älypuhelimella milloin ja missä tahansa, kun taas kivijalkakauppojen määrä on supistunut Suomessa jo vuosia (STJM, 2021). Myös Helmi Vuorelma Oy siirtyi kansallispukujen myynnissä perinteisestä myymälästä yhä enemmän postimyynnin, verkkokaupan ja tukkukaupan suuntaan 2000-luvun alussa (Suomen Perinnetekstiilit Oy, n.d.). Helmi Vuorelma Oy ajautui konkurssiin vuonna 2014, mutta Suomen Perinnetekstiilit Oy jatkaa Helmi Vuorelma Oy:n valikoiman myyntiä.

Suomen tekstiili- ja muoti ry keräsi jäsenyrityksiltään huomioita erikoiskaupan tulevaisuudesta vuonna 2021. Kysely liittyi valtioneuvoston tulevaisuusselontekoon kaupan toimialasta ja selonteko kohdistui rakennemuutoksen kuuteen sisältöalueeseen. STJM:n jäsenyritykset arvioivat, että erikoiskauppaan vaikuttavan eniten digitalisaatio, yritysvastuu ja kestävyysaiheet, sekä kuluttajakäyttäytymisen muutos. Yritysten arvioiden mukaan digitaalisten palveluiden kehittäminen ja digitaalisen kaupankäynnin osaamisen tukeminen parantaisivat erikoiskaupan toimintaedellytyksiä. (STJM, 2021; Työ- ja elinkeinoministeriö, n.d.)

Käytän itse kansallispukuja juhlapukuna sekä kansantanssiesityksissä. Toimin kansallispukualalla yhdistysaktiivina sekä pukujen valmistajana, joten ala on minulle tuttu ja tärkeä. Olin perustamassa Suomen kansallispukuyhdistys Raita ry:tä ja olen toiminut yhdistyksen Tietokirstu-hankkeen projektikoordinaattorina. Kuulun Suomen Perinnetekstiilit Oy:n alihankintaverkoston.

Oma kiinnostukseni kansallispujuja kohtaan on säilynyt aktiivisena ensisijaisesti kansantanssin kautta. Olen kiinnostunut puvuista myös vastuullisuusnäkökulmien takia: arvostan kansallispujujen kotimaista valmistusta, korjausmenetelmiä ja itse tekemisen korostamista. Kansallispuvut ovat mielestäni pikamuodin vastakohta. Kansallispuju on arvokas hankinta, jota tuskin klikkaillaan verkkokaupan ostoskoriin hetken mielijohteesta. Kansallispujujen valikoima ei vaihdu trendien mukana. Kansallispuvun käyttö on merkityksellistä. Pukuja korjataan ja valmistetaan pieteetillä, uusia kädentaitoja opetellen.

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan suomalaisten kansallispujujen verkkoliiketoimintaa tutkimalla Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen palvelupolkuja. Yritys myy kansallispujuja verkkokaupan sekä asiakaspalvelun kautta. Yritys uudisti verkkokaupan vuonna 2022 ja keskittyi silloin nimenomaisesti mobiilystävällisen verkkokauppa-alustan käyttöönottoon. Internet-sivujen asiakaskokemusta oli kuitenkin tarpeen arvioida ja kehittää, sillä kansallispujujen hankinnassa asiakkaalle herää paljon kysymyksiä.

Opinnäytetyön tietoperustassa käsitellään kansallispuvun määritelmää ja kansallispujukokonaisuuteen kuuluvia osia. Kansallispujualalle suuntautuvassa kehittämishaasteessa on tärkeää ymmärtää, millaista liiketoimintaa kansallispujujen myyminen on ja mitä sidosryhmiä Suomen Perinnetekstiilit Oy tarvitsee liiketoimintansa tueksi. Yritykselle keskeisiä sidosryhmiä ovat esimerkiksi yrityksen alihankintaverkosto sekä suomenkielisen pukualueen kansallispujututkimuksesta vastaava Suomen kansallispujukeskus.

Opinnäytetyö toteutettiin työelämälähtöisenä kehittämishaasteena, ja tutkimuksellisenä kehittämismenetelmänä käytettiin palvelumuotoilua. Se tarkoittaa muotoilun menetelmien soveltamista palvelun kehittämiseen, ja se soveltuu hyvin virtuaalisen palveluympäristön kehittämiseen (Ojasalo ym., 2014, s. 38).

Opinnäytetyön aineistoa kerättiin käyttäjätutkimuksella, jonka avulla selvitettiin, miten asiakkaat toimivat Internet-sivuilla ratkaistakseen erilaisia kansallispuju-

hankintaan liittyviä haasteita. Mielestäni on tärkeää nähdä Internet-sivut ja verkkokauppa myymälän kaltaisena tilana: asiakkaan tulisi tuntea itsensä tervetulleeksi ja löytää halutessaan apua. Asiakkaiden tulisi voida löytää verkkokaupasta myös tuotteita, joita eivät osanneet etsiä.

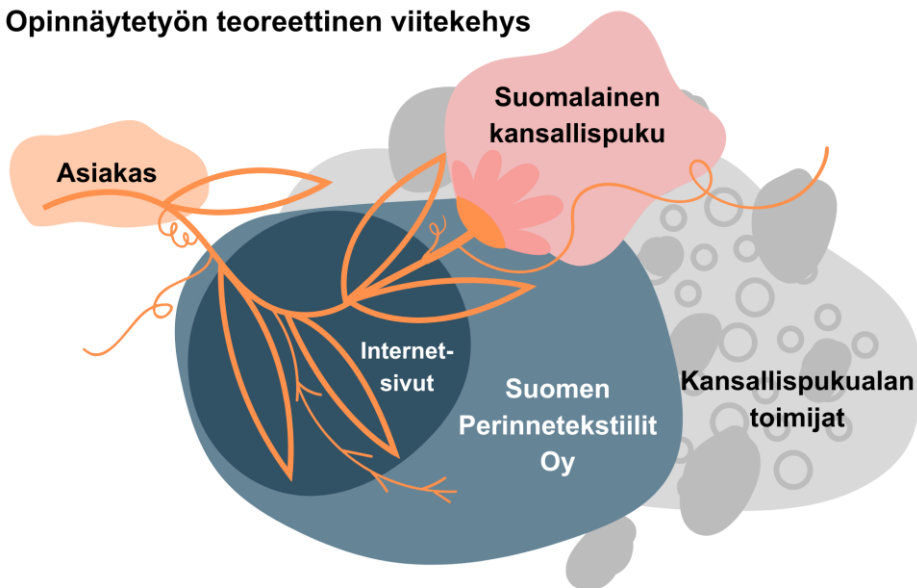
Kehittämistyön tuloksena syntyi mallinnus yrityksen uudistetuista Internet-sivuista. Viemällä palvelumuotoilun prosessin mahdollisimman pitkälle tarjosin yritykselle konkreettisen kehittämissuosituksen, jonka yritys voi halutessaan toteuttaa helposti. Kehittämissuositukset toteuttamalla Suomen Perinnetekstiilit Oy voisi palvella paremmin asiakkaita sekä lisätä yrityksen vastuullisuusviestintää.

2 Suomalainen kansallispuku ja kansallispukuala

Tässä luvussa käsitellään opinnäytetyön teoreettinen viitekehys ja aiheeseen liittyvää aiempaa tutkimusta. Kehittämissuositus sijoittuu kansallispukualalle ja sen keskiössä on opinnäytetyön toimeksiantaja Suomen Perinnetekstiilit Oy ja yrityksen Internet-sivut, jotka esitellään luvussa 3. Teoreettista viitekehystä on kuvattu visuaalisesti kuviossa 1.

Laura Hannula

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys



Kuvio 1. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys

Kansallispukualan haasteiden ymmärtämiseksi on ensisijaisesti määriteltävä, mitä suomalaisella kansallispuvulla tarkoitetaan ja mikä on kansallispukukokonaisuus. Luvussa 2.1 käsitellään kansallispukukokonaisuuden määritelmää sekä tarkastellaan siihen kuuluvia osia ja kansallispukua tuotteina. Visualisoinnissa (kuvio 1) suomalaista kansallispukua on kuvattu kukkana, jota kohti asiakas kulkee.

Erilaiset kansallispukualan toimijat vaikuttavat taustalla yksin ja yhdessä. Luvussa 2.2 kerrotaan kansallispukualan toimijoista ja toiminnasta. Luvussa on avattu myös erilaisten tahojen vastuunjako, sillä kansallispukualalla liiketoiminnan päätöksiä tehdään myös muualla kuin yrityksessä itsessään. Visualisoinnissa (kuvio 1) kansallispukualaa on kuvattu taustalla vaikuttavana suurena tekijänä, joka koostuu myös pienemmistä eri tavoin risteävistä toimijoista.

Yrityksen toiminnan kehittämisen tulee olla asiakaslähtöistä, joten on hyvä ymmärtää, ketkä ovat kansallispukualan toimijoiden asiakaskuntaa. Luvussa 2.3 on kerrottu kansallispukujen käyttäjistä ja käyttötilanteista. Asiakas on kuvattu visualisoinnissa (kuvio 1) vaaleanoranssina elementtinä, joka lähtee kohti kansallispukua.

Asiakkaan palvelupolku on kuvattu viitekehyksen visualisoinnissa (kuvio 1) oranssilla. Asiakkaan polku kulkee tässä tapauksessa Internet-sivujen yli, sillä kehittämishaasteessa keskityttiin nimenomaan Internet-sivujen palvelupolkuun. Asiakkaan polulla on erilaisia sivupolkuja tai välitappeja ennen kuin päämääränä oleva kansallispuku saavutetaan. Luvussa 2.4 on kerrottu kansallispuvun hankintaprosessista yleisesti sekä pohdittu lähdeaineiston avulla, millaisilla tekijöillä on merkitystä pukujen käyttäjille. Luvussa syvennytään kansallispukuhankintaan myös vastuullisuusnäkökulmasta, sillä asiakkaat ovat yhä tietoisempia vastuullisuudesta ja kansallispukualan tulisi tuoda näkyvämmiin esiin alan hyviä vastuullisia käytäntöjä.

2.1 Suomalaisen kansallispuvukokonaisuuden määritelmä

Suomalaiset kansallispuvut perustuvat 1700- ja 1800-luvun rahvaan eli maalaisväestön ja kaupunkien alempien yhteiskuntaluokkien käyttämiin juhlapukuihin. Kansallispuvujen esikuvia, kansanpukuja, kerättiin samoin kuin esimerkiksi kansanrunoutta, kansantapoja sekä kansan käyttämää esineistöä. Helsingin yliopiston osakuntien organisoimilta keruumatkoilta tuodut esinekokoelmat yhdistettiin vuonna 1894 Valtion historialliseksi museoksi, josta tuli myöhemmin Suomen kansallismuseo. (Suomen kansallispuvukeskus, n.d.-a; Holst, 2011, ss. 17–20; Lönnqvist, 1979, s. 125.)

Kansallispuvut ovat jäljitelmiä eli pukuhistorian asiantuntijoiden kokoamia rekonstruktioita. Kun kansallispuvua käytetään juhlapukuna, se on pukukokonaisuus, johon kuuluvat tietyt osat (Suomen kansallispuvukeskus, n.d.-b). Myöhemmin tässä luvussa kerrotaan, mitä vaatekappaleita ja asusteita kansallispuvukokonaisuuteen kuuluu ja miten ne eroavat kansanpuvuista.

Kansanpuvuiksi kutsutaan asuja, jotka ovat säilyneet elävässä käytössä katkeamattomasti, kuten esimerkiksi saamenpuvut. Siksi kansallisromantiikan ja kädentaitojen ihailun myötä syntyneet puku-uusinnot nimettiin kansallispuvuiksi. Ensimmäiset pukumallit koottiin aivan 1800-luvun lopulla. Kansallispuvun syntymäpäiväksi on myöhemmin nimetty 5.8.1885, jolloin kansanomaisiin juhla-asuihin pukeutuneet naiset soutivat Suomen suuriruhtinas keisari Aleksanteri III:n puolisolle, keisarinna Maria Feodorovnalle lahjoitettua venettä. (Suomen kansallispuvukeskus, n.d.-a; Holst, 2011, ss. 22–23; Lönnqvist, 1979, s. 125.)

Vuoteen 1920 mennessä kansallispuvuaate oli levinnyt ”Helsingin sivistyneistöstä” paikallisiin kotiseutuyhdistyksiin ja julkaistuja kansallispuvumalleja oli yli 60. Myös kiivasta keskustelua pukumallien suunnittelun vapauksista ja muotipuvun vaikutuksista käytiin jo tuolloin. (Lönnqvist, 1979, s. 126; Valkeapää, 2023, ss. 90–99.)

Suomen itsenäistymisen ja kansallisen yhteenkuuluvaisuuden myötä kansallispuvun käyttö lisääntyi. Erilaiset järjestöt ja yhdistykset kannustivat pukujen käyttöön, mutta toisaalta työväenliike suhtautui pukuun kielteisesti. Sota-ajan materiaalipulan hellitettyä kansallispuukujen kokoamistyö oli runsaimmillaan. (Lönnqvist, 1979, ss. 130–133; Väyrynen, 1989, ss. 14–15, 34.)

Nykyisin erilaisia kansallispuukuja ja niiden eri versioita sekä niiden tavoin käytettäviä fantasia-, kuoro- ja pitäjänpuukuja on jopa 550 erilaista. Kokonaismäärä vaihtelee eri lähteissä, sillä joistain puvuista on olemassa niin sanottu *tarkistamaton* ja *tarkistettu* pukumalli. Vuonna 1979 perustetun Suomen kansallispukuneuvoston ja nykyisen kansallispukuraadin aikana suunnitellut ja tarkistetut puvut on tehty vastaamaan esikuva-aineistoa esimerkiksi materiaalien, kaavoituksen ja tekotapojen osalta. (Väyrynen, 1989, ss. 10–11; Murto, 2014.)

Seuraavaksi käsitellään, millaisia erilaisia vaatekappaleita ja asusteita kansallispuukokokonaisuuksissa on. Se auttaa ymmärtämään, mitä tuotteita Suomen Perinnetekstiilit Oy:n valikoimaan kuuluu. Kansallispuukokokonaisuus jäljittelee kansanpukua, joten aluksi käydään läpi naisten ja miesten pukukokonaisuudet esikuvien eli kansanpukujen aikaan. Pukukokonaisuuksien eroavaisuuksia ei käydä läpi tarkemmin, mutta esimerkkien avulla kerrotaan, miten kansallispuku eroaa kansanpuvusta ja miksi kansallispuukujen osia myydään myös yksittäin.

Kansanpukujen aikaan naisen pukukokonaisuuteen kuuluivat paita, hame, esiliina, liivi, röijy, päähine, sukat ja kengät. Paidan pitkä helma vastasi alushamea, ja hameita saatettiin myös pukea päällekkäin useita, komein päällimmäisenä. Huivi ja koru täydensivät asukokonaisuuden ja päällysvaatteena oli esimerkiksi viitta. Pähine viesti naimaikäisyydestä: tytöt käyttivät nauhoja tai nauhapähineitä, mutta aikuinen nainen peitti päänsä. Muita kansallispuukujen esikuva-ajoilta talletettuja vaatekappaleita ovat erilaiset käsineet ja nauhat, irtotaskut ja muut kantovälineet sekä vyöt, vyölliset ja avainkokat. (Holst, 2011, ss. 45–47; Kaukonen, 1985, ss. 29–118.)

Miehen kansanomaiseen pukukokonaisuuteen kuuluivat paita, housut, liivi, röjy tai muu päällysvaate, päähine, sukat ja kengät. Paidan pääntie voitiin kiinnittää soljella ja kaulus tukea pystyyn kaulaliinalla. Koristeellisten helavöiden lisäksi pukuun saattoi kuulua näyttävä villavyö päällysvaateen vyöttämiseen sekä olkaimet housujen tukemiseen. Miehet kuljettivat tavaroita pienissä virkatuissa sulhaspusseissa, puisissa vakoissa, sekä nahkaisissa laukuissa tai repuissa. (Suomen kansallispukukeskus, n.d.-c; Holst, 2011, ss. 48–49; Kaukonen, 1985, ss. 223–252.)

Joissain kansallispuvuissa osia on enemmän kuin toisissa: esimerkiksi joistain naisten pukukokonaisuuksista puuttuu esiliina kokonaan. Esiliinan on ehkä kansallispukujen suunnittelijoiden mielestä katsottu peittävän hameen kauniin raitakuvionnin tai olevan liian arkinen, työntekoon viittaava vaatekappale (Valkeapää, 2023, s. 159). Miesten puvuissa nuttua eli päällysvaatetta ei ole nimetty kaikkiin kansallispukuihin ja esimerkiksi kansantanssijat käyttävät pukuja paljon ilman päällysvaatteita, vaikka Kaukosen (1985, s. 313) mukaan miesten kansallispuvut eivät olleet riittävän juhlallisia edustusasuiksi vaativiin tilaisuuksiin ilman nuttua.

Helmi Vuorelma Oy:n naisten kansallispukupakettiin kuului vuoden 1998 kuvaston pikahinnaston mukaan yleisimmin hame, liivi, tasku, paita, esiliina ja koru: pakettihinta ei sisältänyt päähinettä, kenkiä eikä sukia (Helmi Vuorelma Oy, 1998). Luultavasti tästä syystä monista käytettynä myytävistä kansallispuvuista puuttuu aikuisen naisen päähine. Asiaan saattaa myös vaikuttaa se, että tietyn aikakauden tykkimysyt pysyivät päässä huonosti eikä niitä haluttu käyttää esimerkiksi vauhdikkaissa kansantanssiesityksissä. Myös karjalaiset hunnut on koettu vaivalloiseksi pukea ja pään peittäminen on liittynyt myös kulttuuriin, uskontoon ja naisen asemaan (Holst, 2011, ss. 137–141).

Yksittäinen kansallispuvun osa voi olla arvokas ja käyttökelpoinen sellaisenaankin. Yksittäisten osien käyttö yhdessä arkivaatteiden kanssa tunnetaan termeillä ”Tuunaa mun perinne” ja juuripukeutuminen. (Suomen kansallispukukeskus, n.d.-b; Avelin, 2020.)

Kansallispuhkuja myydään Suomen Perinnetekstiilit Oy:ssä yksittäisinä tuotteina, joista muodostuu kansallispuhukokonaisuus. Asiakas voi ostaa tuotteen valmiina, asiakkaan mittojen mukaan valmistettuna tai tarvikepakkauksena. Tarvikepakkaukseen kuuluu tuotteen valmistukseen tarvittavat materiaalit, kaavat ja ohjeet, muttei valmistukseen tarvittavia työvälineitä. Asiakas voi ostaa materiaaleja, kaavoja ja ohjeita myös yksittäin oman tarpeensa mukaan.

2.2 Kansallispuhualan toimijat ja vastuunjako

Seuraavaksi kerrotaan kansallispuhualan liike- ja järjestötoiminnasta. Kansallispuhualalla toimivien organisaatioiden, yritysten ja yhteisöiden toiminnot ja vastuut risteävät ja ovat usein myös toisista riippuvaisia. Siksi alalla tehdään tiiviisti yhteistyötä muiden toimijoiden kanssa. Kuvassa 2 esittelen kansallispuhualan tärkeimpiä toimijoita ja alalla harjoitettua toimintaa. Toiminta voi olla liiketoimintaa tai esimerkiksi yhdistystoimintaa. Symbolien avulla olen kuvannut, mitkä toimijat harjoittavat mitäkin toimintaa. Mikäli symboli on harmaa, se kuvaa kyseisen toiminnan olevan vähäistä.

Erilaisiksi kansallispuhualan toiminnoiksi olen määritellyt seuraavat asiat: museotyö, tutkimus, varastointi, värjäys ja kudonta, valmistus ja korjaus, neuvonta, vuokraus, myynti, opetus, tapahtumat sekä markkinointi. Näistä toiminnoista Suomen Perinnetekstiilit Oy tekee varastointia, jolla tarkoitetaan tarvikkeiden ja materiaalien varaston ylläpitämistä. Lisäksi yritys tekee puhujen ja niiden tarvikkeiden myyntiä. Yrityksen asiakaspalvelussa neuvonta voi liittyä puhujen ostamiseen, valmistukseen tai käyttöön. Yritys tekee aktiivista markkinointia esimerkiksi sosiaalisen median ja uutiskirjeen avulla.



Kuvio 2. Toimintaa kansallispukualalla

Museotyöstä eli pukututkimuksesta ja näyttelyiden järjestämisestä vastaavat alalla Suomen kansallispukukeskus ja Föreningen Brage. Kansallispukukeskuksen asiantuntijaelin *kansallispukuraati* päättää pukutarkistuksien ja uusien pukujen kokoamisen aloittamisesta sekä ottaa kantaa kansallispukualalla nouseviin ajankohtaisiin aiheisiin. Pukututkimuksessa ja materiaalihankinnoissa tehdään pohjoismaista yhteistyötä. Suomen Perinnetekstiilit Oy:n valikoiman puvut kuuluvat suomenkieliselle pukualueelle, johon liittyvissä kysymyksissä auttaa Suomen kansallispukukeskus. (Suomen kansallispukukeskus, n.d.-d; Föreningen Brage, n.d.-a.)

Vuosina 1979–2010 toiminut kansallispukuneuvosto järjesti 1980- ja 90-luvuilla koulutuksia kansallispukujen valmistajille ja asiantuntijoille (Suomen kansallispukukeskus, n.d.-d). Suomen kansallispukukeskus on kouluttanut alalle uusia osaajia vuodesta 2014 alkaen, ja Föreningen Bragen ruotsinkielinen koulutus

alkoi syksyllä 2024 (Föreningen Brage, n.d.-b). Uusien valmistajien kouluttaminen on auttanut myös Suomen Perinnetekstiilit Oy:n alihankintaverkoston kasvattamisessa.

Kansallispukujen tarvikkeita myyvät pääosin Suomen Perinnetekstiilit Oy sekä Föreningen Bragen Dräktbyrå – Pukutoimisto. Muita myyjätahoja ovat Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry:n ylläpitämät Taitokeskukset, yksittäiset yrittäjät sekä yhdistykset ympäri Suomen. Eri myyjätahot tekevät yhteistyötä esimerkiksi hankkimalla materiaaleja yhteistilauksilla tai ohjaamalla asiakasta sen myyjätahon luokse, joka myy tiettyä erikoismateriaalia (Pispa, 2024, s. 41). Myyjätahojen vastuista on kerrottu lisää tässä luvussa myöhemmin.

Erilaiset valmistavaa työtä tekevät yrittäjät ympäri Suomen tarjoavat kansallispukualan palveluita joko kuluttajille suoraan tai alihankintana toisen yrityksen kautta. Esimerkiksi Suomen Perinnetekstiilit Oy käyttää valmistuksen alihankkijoina muun muassa kutojia, ompelijoita, nyplääjiä, tykkimyssyn valmistajia ja kultaseppiä. Kansallispukuala tarvitsee myös ammattitaitoisia hatuntekijöitä ja suutareita. Lajulan kangastuvan Tiina Lajunen on tullut tunnetuksi erityisesti flammujen eli täplävärjättyjen lankojen sidonnasta ja kansallispukuihin käytettävien lankojen värjäysreseptien tutkimustyöstä (Lajulan kangastupa, n.d.).

Perinteestä inspiroituneet yrittäjät myyvät esimerkiksi kansallispukuraitaisia korvakoruja tai kansallispukukankaista valmistettuja käsilaukkuja. Soja Murto, kansallispukualan monitaituri ja asiantuntija, myy verkkokaupassaan Kansallispukuraidat-mallistoa eli digiprintattuja kansallispukukuosisia trikoita ja muita käyttövaatteisiin sopivia kankaita (Murto, n.d.). Suomen Perinnetekstiilit Oy myy kansallispukukankaiden ylijäämistä valmistettuja rintanappeja.

Kansalaisopistot, muut vapaan sivistystyön toimijat sekä yksittäiset yrittäjät järjestävät kansallispuvun valmistukseen ja korjaukseen opastavia kursseja. Osa kursseille osallistuvista hakeutuu viikonlopun mittaisille kursseille korjaamaan pukunsa nopeasti oikeisiin mittoihin, osa taas osallistuu viikoittaisiin kokoontumisiin vuosien ajan ja valmistaa koko puvun osa kerrallaan ommellen. Jotkut

kurssien opettajat auttavat materiaalihankinnoissa ja saattavat olla yhteydessä Suomen Perinnetekstiilit Oy:n asiakaspalveluun kurssilaisten puolesta. Kaikkien kansallispukujen kaavat ja ohjeet eivät ole täysin kattavia, ja silloin opettajien asiantuntijuutta tarvitaan täydentämään ohjeita.

Kansallispuvun ympärille on kehittynyt myös aktiivinen harrastajakunta, jolle tärkeää on ylläpitää puvun aktiivista käyttöä, valmistaa ja korjata pukuja sekä keskustella erilaisista haasteista. Yksityishenkilöt voivat myös myydä ja vuokrata pukuja toisilleen. Yleisesti vuokraus on mahdollista pukuja käyttäviltä yhteisöiltä, kuten kansantanssiyhdistyksiltä (Sallila, 2017). Kansallispuvut saattavat kuulua myös yksittäisten naamiais- ja juhlapukuja vuokraavien liikkeiden valikoimaan. Suomen Perinnetekstiilit Oy ei vuokraa eikä myy käytettyjä kansallispukuja, mutta yritys myy korjaukseen liittyviä materiaaleja ja tarjoaa korjauspalveluja.

Vuonna 2017 perustettu Suomen kansallispukuyhdistys Raita ry kokoaa yhteen alan harrastajia ja järjestää tapahtumia. Suomen Perinnetekstiilit Oy on toiminut yhdistyksen kannatusjäsenenä. Yhdistys on perustanut Tietokirstu – Dräktskrin -tietokannan, jonne se kokoaa alan tietoa ja tutkimusta. (Suomen kansallispukuyhdistys Raita, n.d.)

Alalla toimii myös muita yhdistyksiä, kuten kansantanssi- ja nuorisoseuroja, sekä Kalevalaisten naisten liitto ja sen paikallisyhdistykset. Suomen kansallispukujen ystävät ry koostuu alalla toimivista yhdistyksistä ja heidän edustajistaan. Yhdistyksen Internet-sivujen mukaan yhdistyksen hallitus vieraili Suomen Perinnetekstiilit Oy:n toimipisteellä vuonna 2023 ja on järjestänyt verkostoitumistapaamisia kansallispukualan ammattitoimijoille. (Suomen kansallispukujen ystävät ry, n.d.)

Nämä erilaiset toimijat vaikuttavat Suomen Perinnetekstiilit Oy:n toimintaan, ja Suomen Perinnetekstiilit Oy:n liiketoiminnasta kerrotaan lisää luvussa 3. Seuraavaksi kerrotaan tarkemmin eri tahojen vastuunjaosta liittyen kansallispukujen suunnitteluun, tarvikkeiden varastointiin, myyntiin ja valmistukseen.

Kuten aiemmin todettiin, kansallispuku on kansanpukuihin perustuva, asiantuntijan kokoama rekonstruktio. Kansallispukujen esikuvilla ei ole tekijänoikeudellista suojaa, mutta syntyneillä pukumalleilla, piirroksilla, ohjeilla ja kaavoilla on. Aluksi pukumalleja julkaistiin lehdissä ja kuvastoissa, ja alkuaikojen ohjeet olivat hyvin suurpiirteisiä. Valmistustavoissa ja kaavoituksessa noudatettiin esikuvien sijaan modernimpia tekniikoita, kankaita kevennettiin ja puvun osia karsittiin. Puvut alkoivat muuntua myös valmistuksessa tapahtuneiden tulkintojen myötä.

Alan järjestöt heräsivät kirjaviin käytäntöihin. Pukututkimuksen parantamiseksi ja mallipukukokoelman luomiseksi perustettiin Suomen kansallispukuneuvosto vuonna 1979 (Holst, 2011, s. 35). Myöhemmin kansallispukujen mallipuvuille etsittiin tiloja, ja Suomen kansallispukukeskus perustettiin Suomen käsityön museon yhteyteen vuonna 1991. Kansallispukuneuvoston tehtävät siirtyivät kansallispukukeskukselle vuonna 2010. (Suomen kansallispukukeskus, n.d.-d.)

Mallipuvuksi kutsutaan mallikappaletta, joka syntyy pukutarkistuksen tai uuden puvun suunnittelun yhteydessä ja jää kansallispukuarkistoon. Pukuhanke alkaa tilaajatahosta, joka tekee kansallispukuraadille aloitteen. Tilaajayhteisöjä voivat olla esimerkiksi kotiseutuyhdistykset tai kunnat. Jotta hanke voi käytännössä toteutua, kansallispukukonsultti ja -raati arvioivat esikuva-aineiston riittävyyden, ja tilaajatahon tulee valmistautua hankkimaan riittävä rahoitus. Hankkeelle nimetty asiantuntija, kansallispukukonsultti ja mallipukujen valmistukseen osallistuvat ammattilaiset toimivat yhteistyössä, jotta pukuun löydetään juuri tarvittavat materiaalit, työtavat ja oikeanlainen istuvuus. Hankkeissa valmistetaan kaksi mallipukua, joista toinen jää tilaajatahon käyttöön. Hanke on valmis, kun puvulle on tehty myyntikuntoiset työohjeet ja kun kansallispukuraati on hyväksynyt puvun. (Suomen kansallispukukeskus, n.d.-e; Holst, 2011, ss. 39–40.)

Tilaajatahon vastuulla on, että pukumallia on saatavana. Usein tilaajataho ja Suomen kansallispukukeskus solmivat sopimuksen erillisen myyjätahon kanssa. Sopimuksen myötä myyjätaho saa myydä tekijänoikeuden alaisia ohjeita ja kaavoja, mutta sitoutuu ylläpitämään pukuun tarvittavien materiaalien va-

rastoa. Suuremmilla myyjätahoilla on paremmat resurssit materiaalien varastointiin sekä kaavojen, ohjeiden ja valmiiden puvun osien välitykseen. (Suomen kansallispukukeskus, n.d.-e; Holst, 2011, s. 39–40.)

Suomen Perinnetekstiilit Oy omistaa oikeudet myydä tiettyjä pukuja ja niiden ohjeita. Samalla se on yrityksenä vastuussa siitä, että niiden pukujen materiaaleja on saatavilla. Jos jokin varastossa oleva materiaali loppuu eikä samaa materiaalia saada enää aiemmalta toimittajalta lisää, joutuu yritys etsimään materiaalille uuden toimittajan. Kunigunde Pispaa haastatteli maisterintutkielmassaan *Finnish National Costume Supply Chains: Preserving Cultural Heritage* kolmea kansallispukualan yritystä, jotka kertoivat materiaalien saatavuushaasteista (Pispa, 2024, s. 37).

Suomenkieliselle pukualueelle kuuluvien pukujen kohdalla yrityksen on varmistettava Suomen kansallispukukeskukselta, että valittu materiaali vastaa alkupeleistä väreiltään ja laadultaan (Pispa, 2024, s. 38). Tarkkuudella pyritään varmistamaan, että eri aikoina valmistetut puvut pysyvät tunnistettavina ja esikuvien mukaisina. Toisaalta materiaalien etsimiseen ja mahdollisiin värjäyksiin kuluva aika nostaa materiaalien kustannuksia. Jos mahdollista, yritykset ja asiakkaat suosivat vastuullisesti tuotettuja vaihtoehtoja (Pispa, 2024, s. 39). Asiakkaalle hinta voi kuitenkin muodostua liian korkeaksi.

Kultaisen keskittien etsiminen esikuvanmukaisuuden ja käytännön toteutusten välillä alkoi jo kansallispukujen alkuaikoina. Leena Valkeapään kirjassa *Kansallispukujen kulttuurihistoria* (2023, ss. 89–91) kerrotaan keskusteluista, joita käytiin esimerkiksi *Käsieteollisuus-lehdessä*. Suomen Kansantanssin Ystävien vuonna 1915 julkaisemassa kirjassa *Kansanpukuja* Lauri Mäkinen toteaa esipuheessa, että pukujen valmistuksessa taiteellinen puoli säilytettiin mahdollisimman muuttumattomana, mutta toteutuksessa huomioitiin käytännöllisyys (Valkeapää, 2023, s. 90).

Kansallispukualalla liiketoimintaan vaikuttavia tekijöitä ei voida aina ratkaista yrityksissä itsessään. Myytäviä tuotteita ei suunnitella samalla tavalla kuin vaateusalalla yleisesti: kansallispukualalla valikoima on jo olemassa ja tavoitteena on pitää valikoima muuttumattomana vuodesta toiseen. Ratkaisuja ohjaavat valinnat, joita jotkut muut – esikuvamateriaalin valmistajat ja tallettajat, historian tutkijat, kansallispukujen suunnittelijat tai tilaajayhteisön aktiivit – ovat aikanaan tehneet. Tämä alan erityispiirre on otettava huomioon, kun kansallispukualan yrityksen toimintaa kehitetään.

2.3 Kansallispukuyrityksen asiakkaat

Tässä luvussa pohditaan kansallispukuyrityksen asiakaskuntaa kansallispukuja käyttävien ihmisten sekä pukujen käyttötarkoitusten kautta. Tietoja asiakaskunnasta on täydennetty haastattelemalla työn toimeksiantajan, Suomen Perinnetekstiilit Oy:n yrityksen edustajaa 4.10.2024 (Haastattelupohja, liite 9).

Historiallisesti kansallispuku tuli erityisen suosituksi asuksi esimerkiksi nuorisoseurojen kuorolaulu- ja kansantanssitoiminnassa. Kansallispuku sopi erityisen hyvin asuksi erilaisiin paikallisiin ja maakunnallisiin juhliin. Myös muut erilaiset järjestöt ja yhteisöt ovat toimineet merkittävänä kansallispukuharrastuksen levittäjinä. (Valkeapää, 2024, s. 82; Väyrynen, 1989, ss. 16–17.)

Keitä ovat kansallispukujen käyttäjät nykyään? Aiheesta ei ole laajempaa tutkimusta, mutta Aino Aarikan ja Noora Rambergin vuonna 2023 julkaistussa pro gradu -tutkielmassa *Kansallispuku 2020-luvulla: Kansallispuvun merkityksiä ja tuunaamista* yhtenä tavoitteena oli määritellä kansallispuvun käyttäjäprofiili 2020-luvulla. Tutkielman aineistona oli kyselytutkimus, johon vastauksia tuli 137 henkilöltä (mts. 23).

Lähes kaikki tutkimukseen vastanneista olivat naisia. Selvästi eniten vastaajia oli ikäluokasta 50–59-vuotiaat, kattaen lähes kolmanneksen kaikista vastaajista. Kysely julkaistiin Facebookin KANSALLISPUKU - FOLKDRÄKT -ryhmässä, mikä mielestäni on voinut vaikuttaa aivan nuorimpien (alle 20-vuotiaat, n=2) ja

myös aivan vanhimpien (yli 80-vuotiaat, n=0) vastausmahdollisuuksiin. Tutkielman tekijät pitivät yllättävänä 20–39-vuotiaiden aikuisten suurta osuutta (n=35) vastanneissa, sillä kansallispukujen on voitu olettaa olevan vanhempien ikäluokkien juttu (Aarikka & Ramberg, 2023, s. 25).

Suomen Perinnetekstiilit Oy:stä kerrotaan (henkilökohtainen tiedonanto, 4.10.2024), että asiakaskunta koostuu pääosin naisista. Myös yrityksen sosiaalisen median seuraajat ovat pääosin iäkkäämpiä naisia. Naiset hankkivat ja korjaavat pukuja itselleen, mutta usein myös miesten puvun tarvikepaketteja myydään naisille: luultavasti vaimot hoitavat miestensä pukuihin liittyvät asiat, esimerkiksi puvun valmistamisen. Tietysti miehet ottavat itsekin yhteyttä, etenkin silloin, jos tarvitsevat kokonaan uuden puvun.

Suomen kansallispukukeskuksen mukaan kansallispuvun voi valmistaa kokonaan tai osittain itse tai teettää alan yrityksessä. Vanhan puvun voi myös kunnostaa tai sitä voi täydentää lisäosilla. (Suomen kansallispukukeskus, n.d.-f.)

Pispan maisterintutkielmassa yritykset toivat ilmi, että hyvin harvat tilaukset liittyvät kokonaan uuden puvun valmistukseen. Yrityksiltä tilataan uusia puvun osia useimmiten vanhan puvun täydentämiseen. Yritykset myös myyvät paljon tarvikkeita henkilöille, jotka haluavat itse valmistaa oman pukunsa. (Pispa, 2024, s. 33.)

Suomen Perinnetekstiilit Oy:stä kerrotaan (henkilökohtainen tiedonanto, 4.10.2024), että yli puolet asiakaspalveluun tulevista kysymyksistä liittyy jo olemassa olevan puvun korjaukseen, uudistamiseen tai täydentämiseen. Kokonaisia uusia pukuja tilataan yrityksen kautta vuositasolla noin 15 kappaletta. Verkko kaupan kautta myydyistä tarvikepaketteista ja yksittäisistä tarvikkeista yritys ei voi tietää, liittyvätkö ne kokonaan uuden puvun tekemiseen vai vanhan puvun korjaukseen.

Kansallispukujen käyttötilaisuuksina mainitaan eri lähteissä esimerkiksi perhejuhlat, vuotuisjuhlat, esiintymistilanteet, sekä esimerkiksi yhteisöjen, järjestöjen

tai koulun juhlavat tapahtumat (Helmi Vuorelma Oy, 1998: Lehikoinen & Puhakka, 1994, s. 18; Suomen Kansallispuukeskus, n.d.-b). Myös Aarikan ja Rambergin pro gradu -tutkielmassa (2023) selvitettiin, missä tilanteissa kyselyyn vastanneet useimmiten käyttivät pukuaan. Yleisimmäksi vastaukseksi nousi puvun käyttö juhla-asuna, mutta kyselyssä ei eritelty juhlan luonnetta tai syytä.

Toiseksi yleisin käyttötarkoitus Aarikan ja Rambergin kyselytutkimuksen mukaan olivat niin sanotut tuuletustapahtumat. Tässäkään ei eritelty tapahtuman luonnetta, mutta yleisesti ottaen tuuletustapahtumat ovat matalan kynnyksen kokoontumisia, jotka voivat olla itsenäisiä tapaamisia tai liittyä johonkin toiseen tapahtumaan, esimerkiksi markkinoihin tai kansanlaulukirkkoon. Muita kyselytutkimuksessa asetettuja valmiita vaihtoehtoja olivat kirkkotilaisuudet, järjestöjen tapahtumat ja käyttö esiintymisasuna. Avoimista vastauksista tutkijat olivat yhdistäneet kategorioiksi kansallispuvun osien arkikäytön, erilaiset harrastukset ja työtilaisuudet. (Aarikka & Ramberg, 2023, ss. 27–28.)

Suomen Perinnetekstiilit Oy tuntee nykyiset asiakkaansa ja on oppinut vastaamaan heidän tarpeisiinsa. Nuorten aikuisten kasvava innostus kansallispukuja kohtaan saattaa vaikuttaa tulevaisuudessa yrityksen markkinointiin tai palveluvalikoimaan. Myös korjaukseen ja valmistukseen tarvittavien taitojen heikkeneminen muuttaa yrityksen toimintaa. On tärkeää, että yritys sopeutuu muuttuviin asiakastarpeisiin ja hankkii myös uusia asiakkaita, jotta kansallispukuja voi tulevaisuudessakin ostaa ja korjata.

2.4 Kansallispuvun hankinta ja vastuullisuusnäkökulmat

Tässä luvussa kerrotaan vielä tarkemmin kansallispuukujen hankintatavoista sekä käydään läpi hankintaa ohjaavia sekä estäviä tekijöitä, joita voidaan tunnistaa lähdeaineistosta. Luvussa pohditaan myös kansallispuukujen vastuullisuusnäkökulmia ja niiden vaikutusta kansallispuvun hankintaan.

Aarikan ja Rambergin pro gradu -tutkielman (2023) kyselytutkimukseen vastanneista 68 oli ostanut puvun itse, 59 oli tehnyt puvun itse, 51 oli perinyt puvun ja

18 oli saanut puvun lahjana (mts. 37). Tutkimuksessa ei eritelty, olivatko puvun itse ostaneet hankkineet sen täysin uutena vai käytettynä.

Uusia kansallispukuja myyvät luvussa 2.2 esitellyt myyjätahot. Osa myyjätahoista myy pukuja ja puvun osia asiakkaan mittojen mukaan valmistettuna eli toimii välittäjänä asiakkaan ja valmistavan yrityksen välillä. Osa myyjätahoista myy vain materiaaleja ja ohjaa asiakkaan valmistavan yrityksen asiakkaaksi. Käytettyjä pukuja hankitaan sieltä, mistä käytettyjä vaatteita yleensäkin: sukulaisilta, kirpputoreilta ja Internetin vertaiskaupasta, kuten Tori.fi-sivustolta (Tietokirstu, n.d.).

Aarikka ja Ramberg tutkivat pro gradu -tutkielmassaan kansallispuvun merkityksiä käyttäjilleen. Tutkielmassa esiin tuodut merkitykset voivat auttaa ymmärtämään kansallispuhankinnan perusteita ja kiinnostusta kansallispukuja kohtaan. Tutkielman luvussa 7 käsitellään kansallispuvun merkityksiä Marja-Leena Rönkön (2011) asettaman orientaatioluokituksen perusteella. Yleisimmäksi merkitykseksi nousi perinneorientaatio. Vastaajat kertoivat kansallispuvun merkitsevän heille esimerkiksi suomalaisia perinteitä, sukujuuria ja kotikuntaa sekä kiinnostusta historiaan. (Aarikka & Ramberg, 2023, ss. 29–31.)

Koska kulttuurisesta omimisesta on keskusteltu mediassa viime vuosina, on myös kansallispuken kohdalla herännyt kysymys, millä perusteella puku pitää valita. Suomen kansallispukeskus suosittelee, että kansallispuku valitaan perinteet huomioon ottaen, ensisijaisesti oman tai suvun kotiseudun tai synnyinseudun mukaan. On kuitenkin mahdollista valita suomalainen kansallispuku omien mieltymysten mukaan. (Suomen kansallispukeskus, n.d.-f; Holst, 2011, s. 41.)

Perinne ja nimenomaan perityn puvun arvostaminen ovat oman kokemukseni mukaan syynä siihen, miksi kansallispukuja korjataan ahkerasti. Kansallispuvun ylläpitäminen on suuri merkitys. Kansallispuvun valmistaminen kuuluu Museoviraston ylläpitämään elävän perinnön kansalliseen luette-

loon (Aineeton kulttuuriperintö, n.d.). Aarikan ja Rambergin mukaan kansallispuvun merkitys koettiin toiseksi eniten tuoteorientaation eli käsityötaitojen arvostamisen, säilymisen ja oppimisen kautta. Kädentaitojen ihailu kohdistui joko omien taitojen kehittymiseen tai läheisen ihmisen taitoihin. Kansallispukua arvostettiin myös sen kautta, miten monia erilaisia kädentaitoja sen valmistukseen tarvitaan. (Aarikka & Ramberg, 2023, ss. 32–33.)

Ilmaisuorientaatio, joka nousi pro gradu -tutkielmassa esiin kolmantena, liittyi nimenomaan omien juurien ja yhteenkuuluvuuden ilmaisuun. Kansallispukuun puheutumalla ilmaistiin myös identiteettiä, kauneutta, itsevarmuutta ja naiseuden voimaa. Tutkielman aineistosta nousivat Rönkön (2011) asettamien orientaatioiden lisäksi esiin juhlapukuorientaatio sekä harrastus- ja työorientaatio. Aarikka ja Ramberg havaitsivat, ettei kansallispukua voida lokeroida yhteen merkitykseen, sillä puvun merkitys muodostuu jokaiselle käyttäjälle hyvin yksilöllisesti. (Aarikka & Ramberg, 2023, s. 34–36.)

Aarikan ja Rambergin kyselyyn vastanneet nostivat esille kansallispuvut myös ekologisuutta ja kestäväää kehitystä tukevinna vaatteina. Vastaajien mukaan puvuissa tiivistyy kestävään kulutuksen ydinasiat, kuten laadukkaat ja kestävät materiaalit ja valmistustavat. Erityisesti he, jotka suhtautuivat kansallispukujen tuunaukseen eli modernisointiin, jatkojalostamiseen tai yksittäisten puvunosien käyttöön myönteisesti mainitsivat sen tukevan kansallispukujen kierrätystä ja käyttöään pidentämistä. (Aarikka & Ramberg, 2023, s. 33, 44.)

Kansallispukujen valmistukseen ja käyttöön liittyy monia vastuullisia näkökulmia. Jo kansallispukujen käytön alkuaikoina sen katsottiin tarjoavan vaihtoehdon ”muotiorjuudelle”. Kansallispuku oli kohtuullinen ja järkevä hankinta, sillä se oli kestävä, pitkäikäinen ja korvasi käytössä monta erilaista asukokonaisuutta. Kansallispukujen ostolla tuettiin kotimaista työtä tai ylläpidettiin tärkeitä kädentaitoja valmistamalla puku kokonaan itse. (Valkeapää, 2023, ss. 79–80.)

Kansallispukualan yritykset suosivat vastuullisesti tuotettuja vaihtoehtoja ja asiakkaat myös saattavat odottaa sitä (Pispa, 2024, s. 39). Eettisen kuluttamisen –

ja myös kansallispukujen hankinnan – yhdeksi suurimmaksi esteeksi nostetaan usein hinta, mutta kyse voi olla myös siitä, ettei tuotteen arvosta osata viestiä riittävästi ja ymmärrettävästi. Arvo perustuu ostajan käsitykseen hyödyistä suhteessa maksettavaan hintaan tai käytettyyn aikaan (Somervuori, 2018, s. 68–69). FIBS:n vuoden 2022 tutkimuksen mukaan 65 % vastaajista koki tuotteen vastuullisuuden vaikuttavan kulutuspäätökseen, ja suomalaiset, pienet yritykset koettiin vastuullisempina kuin suuret, ulkomaalaiset (FIBS, 2022). Läpinäkyvä vastuullisuustieto voi helpottaa päätöksentekoa, mutta asenteiden ja todellisen ostokäyttäytymisen välinen ero – niin kutsuttu 'green gap' – on edelleen havaittavissa. (Turunen & Halme, 2021; Willman-livarinen, 2012; Schmitt, 2021.)

Keskivertosuomalainen käytti vuonna 2022 vaatteisiin 730 euroa ja kenkiin 129 euroa (STJM, n.d.). Kuten Penttilä ja Varamäki toteavat kirjassaan *Planetaarinen vaatekaappi* (2024, s. 22) on kiinnostavaa pohtia, miltä muu kulutus näyttäisi ja miten suhtautuisimme vaatteisiin, jos niihin käytettäisiin edelleen yhtä paljon rahaa kuin noin sata vuotta sitten. Penttilän ja Varamäen mukaan vaateidemme vuosibudjetti olisi nykyään yli kuusituhatta euroa, jos käyttäisimme yhtä suuren osan palkastamme vaatehankintoihin kuin isoitimme aikanaan. Tähän budjettiin peilaten ei laadukkaista luonnonmateriaaleista Suomessa käsitöillä valmistettu, vuosikymmeniksi erilaisiin juhlatilaisuuksiin sopiva puku kuu-
lostaa enää kalliilta. Suomen Perinnetekstiilit Oy:n valikoimista edullisimman kansallispukukokonaisuuden voisi omien mittojen mukaan valmiiksi ommeltuna hankkia noin 3000 euron hintaan.

Kansallispukujen myynnissä on esimerkiksi Helmi Vuorelma Oy:n kansallispukuvastossa jo vuonna 1998 käytetty ilmaisuja ”kansallispuku on juhlapuku, jolla on käyttöä sukupolvesta toiseen, eivätkä muodin heilahdukset siihen vaikuta”, ”ne kestävät vuosia ja lukemattomia käyttökertoja” sekä ”kansallispukuun et kyllästy”, jotka tulkittaisiin nykyään vastuullisuusviestinnäksi. Kansallispukualan yrityksissä vastuullisuusviestintään voi liittyä pelkoja. Se nähdään joko aikaa vievinä yritysraportteina tai viestinnässä pelätään viherpesun mahdollisuutta ja faktojen puuttumista. Vastuullisuusviestintä on todellisuudessa

vastuullisuuden ymmärrettäväksi tekemistä, vastuullisuustoiminnan organisointia sekä sidosryhmien vaatimusten kartoittamista ja osallistamista (Eräranta & Penttilä, 2021, ss. 14–15). Mielestäni kansallispukualalla ei tarvitsisi tehdä suuria toimenpiteitä vaan lisätä rohkeasti avoimuutta: kertoa, mitä jo tehdään.

Kansallispukuja hankitaan paljon myös käytettynä. Kansallispukujen keräilijä Mari Varonen havaitsi vuonna 2015, että kansallispukuja myytiin todella edullisesti, sillä niistä haluttiin päästä eroon (Varonen, 2020). Käytetyn kansallispuvun hintaan vaikuttaa usein kuntoa enemmän puvun koko ja harvinaisuus (Tietokirstu, n.d.). Pienikokoiset, teollisesti valmistetut sekä suositut Helmi Vuorelma Oy:n vanhat puvut ovat edullisia, kun taas suurikokoisille, laadukkaasti käsin ommelluille kansallispuvuille on enemmän kysyntää kuin tarjontaa.

Suomen kansallispukuyhdistys Raita ry:n ylläpitämän Tietokirstu-sivuston mukaan käytettyjä kansallispukuja myydään noin 150–400 euron hintaan (Tietokirstu, n.d.). Tätä halvemmat pukuostokset esitellään sosiaalisessa mediassa usein *löytöinä*. Edullisen kirpputorilöydön ostaja saattaa kertoa myös *pelastaneensa* vaatteen hyvään kotiin. Kuten pro gradu -tutkielmassa *Vaateostoksilla kirpputorilla – Tutkimus suhtautumisesta kirpputorivaatteisiin, niiden ostamiseen ja niihin pukeutumiseen Suomessa vuosina 1989 ja 2014* käy ilmi, laadukkaita ja harvinaisia vaatteita joutuu etsimään kirpputorien huonolaatuisen massan joukosta (Vilhunen, 2014, s. 83).

Arvokkaan ja laadukkaan vaatteiden hankkiminen käytettynä on kuitenkin mahdollista useammalle kuin kokonaan uuden hankkiminen. Hyvä olisi kuitenkin huomioida, että vastuullisuusnäkökulmasta puvun olisi tärkeintä päästä käyttöön, sillä kuten kirjassa *Planetaarinen vaatekaappi* (Penttilä & Varamäki, 2024, s. 34) todetaan: ”Vaikka vaate olisi kuinka vastuullisesti valmistettu, se on vain hieman vastuullisemmin tuotettua jätettä, jos sitä ei käytetä vuosien ajan.”

Vastuullisuuden näkökulmia vaatetuslalla ovat myös vaatteiden käyttökertojen lisääminen ja käyttöiän pidentäminen. Myöskään kansallispukujen käyttöiästä ei ole kansallispukualalla tehty tarkempaa tutkimusta. Itselläni käytössä olevista

puvuista vanhin on oman isomummini 1930-luvun lopulla valmistama Kirkkonummen kansallispuku.

Aarikan ja Rambergin kyselytutkimuksen (2023) perusteella voidaan sanoa, että kansallispuku korvaa käytössä useimmiten juhlavaatteen. Olemassa olevien kansallispuken käyttökä ylittää omaan arviooni perustuen juhlavaatteisiin liittyvien tutkimusten keskiarvot reilusti. Erilaisia tutkimuksia yhdistämällä on laskettu, että mekkojen käyttökä on keskimäärin 7,1 vuotta (vaihteluväli 4,1–15,2 vuotta) ja miesten pukujen käyttökä on keskimäärin 8,7 vuotta (Laitala, Klepp & Henry, 2018). Kaikkien vaatelajien keskimääräinen käyttökä on 4 vuotta.

Huomionarvoista toisessa Laitalan ja Kleppin (2015) tutkimuksessa on, että perintönä tai lahjaksi saadut, käytetyt vaatteet olivat käytössä keskimäärin pidempään, yli 9 vuotta, kun taas uutena itse ostetut vaatteet vain keskimäärin hieman yli 4 vuotta. Oma kokemukseni kansallispukealalla on, että kansallispukeja saadaan usein suvusta vanhemmilta, isovanhemmilta tai muilta sukulaisilta. Sen takia pukuja myös usein arvostetaan todella paljon.

Niin sanotusti *tavallisten* vaatteiden ostamisen kynnyks on painettu mahdollisimman alas ja kuluttajat ovat oppineet tilaamaan verkkokaupoista: vaateliike kulkee koko ajan mukana älypuhelimessa, ostokset toimitetaan perille kotiin ja palauttaa saa kuukausien ajan (Penttilä & Varamäki, 2024, s. 24, 41). Verkon second hand -markkina kasvaa, mutta kansallispuke ei ole brändi, joka kuuluisi esimerkiksi käytettyjä merkkivaatteita myyvän Emmyn valikoimiin.

Kuten EU:n ilmastolähettiläs, käytettyjen tavaroiden verkkokauppa Emmyn toimitusjohtaja Timo Huhtamäki toteaa Instagram-päivityksessään (@thuhtamaki, 2024), ei kiertotalousajattelussa ole varsinaisesti mitään uutta: aiemmin vaatteet olivat sijoituksia, ne merkittiin perukirjoihin ja jätettiin perinnöksi. Kansanperinteestä ja kansanpuvuista kiinnostuneille vastuullisuus on siis osittain itsestään selvää. Jotta kansallispuke kuitenkin nousisi laajemminkin vastuullisen kulutuk-

sen esimerkiksi, Suomen Perinnetekstiilit Oy:n ja muiden alan yritysten kannattaisi viestiä enemmän kotimaisesta valmistuksesta ja korjaustarvikkeiden saataavuudesta myös kansallispukupiirien ulkopuolella.

3 Kehittämishaasteen toimeksiantaja: Suomen Perinnetekstiilit Oy

Tässä luvussa kerrotaan opinnäytetyön toimeksiantajayrityksen, Suomen Perinnetekstiilit Oy:n historiasta ja nykyisestä toiminnasta. Yrityksen toiminnan haasteet johdattavat kohti opinnäytetyön kehittämishaastetta ja tutkimuskysymyksiä, joista kerrotaan alaluvussa 3.1. Yrityksen Internet-sivut ennen kehittämishaasteen aloittamista esitellään alaluvussa 3.2.

Suomen Perinnetekstiilit Oy on perustettu vuonna 2015. Yrityksen pääliiketoimintaa ovat kansallispukujen ja ryijyjen myynti sekä tarvikepakkauksina että tilauksesta asiakkaalle valmistettuina. Yritys myy myös tuotteisiin liittyviä materiaaleja yksittäin. Yrityksen toimintaan osallistuu 4 henkilöä, joista Lahden toimipisteessä työskentelee 3. Tuotteiden valmistus tapahtuu alihankkijoilla ympäri Suomen.

Suomen Perinnetekstiilit Oy osti vuonna 2014 konkurssiin ajautuneen Helmi Vuorelma Oy:n tuotemerkin ja pukuihin liittyvät tekijänoikeudet sekä konkurssipesän jäljellä olevan varaston. Yritys on jatkanut toimintaansa Vuorelma-nimen alla, sillä Helmi Kummilan (vuodesta 1913 Vuorelma) vuonna 1909 perustama yritys alkoi valmistaa kansallispukuja jo 1910-luvulla (Valkeapää, 2023, s. 89).

Helmi Vuorelma Oy oli vuonna 2011 ilmestyneen, Leena Holstin Kansallispukuteoksen mukaan Pohjoismaiden merkittävin kansallispukualan yritys, joka myi pukutarvikkeita, valmiita pukuja ja puvun osia (mts. 30). Yritys nousi ylivoimaisesti suurimmaksi suomalaisten kansallispukujen valmistajaksi jo ennen sotia ja työllisti enimmillään lähes 300 henkeä (Valkeapää, 2023, s. 163; Lähdetluoma, 2013). Leena Valkeapää avaa kirjassaan Kansallispuvun kulttuurihistoria (2023,

ss. 163–166), kuinka Helmi Vuorelma Oy:ssä yhdenmukaistettiin ja virtaviivaistettiin tuotantoa. Vaikka kansallispukujen kirjo on monimuotoinen, monille juuri Vuorelman kansallispuvut vastaavat mielikuvaa suomalaisesta kansallispuvusta.

Vuonna 1998 julkaistussa ”Kansallispuku juhlistaa läpi elämän” -kuvastossa kerrotaan, että Helmi Vuorelma Oy:n koko kansallispukuvalikoima oli aikanaan nähtävissä yrityksen kivijalkamyymälässä Lahden Vesijärvenkadulla. Kuvaston liitteestä ilmenee, että jälleenmyyntiliikkeitä oli ympäri Suomen lähes 80 eri paikkakunnalla. Yritys luopui myymälästään vuonna 2000 ja yhdisti kaikki toimintonsa Kärkölän Järvelän kutomoon (Lähdetluoma, 2013). Liiketoiminta kehittyi jo tuolloin postimyynti- ja verkkokauppapainotteiseksi.

Suomen Perinnetekstiilit Oy:n valikoimaan kuuluu verkkokaupan mukaan 102 naisten ja 23 miesten kansallispukua sekä 5 kansallispukujen tavoin käytettävää naisten pukua. 17 naisten kansallispukua sekä feresi on saatavilla tyttöjen koossa (110–152 cm) ja poikien pukuvalikoimassa on 15 kansallispukua. Lisäksi Suomen Perinnetekstiilit Oy:lle kuuluu joidenkin vanhojen Helmi Vuorelma Oy:n valikoiman pukujen tekijänoikeudet, mutta niitä ei ole lisätty verkkokaupan valikoimaan. Yritys myy valikoimaansa kuuluvien pukujen ohjeita, materiaaleja ja valmiita puvun osia, eikä niitä periaatteessa ole mahdollista ostaa uutena muualta.

Suomen Perinnetekstiilit Oy on toiminut noin 10 vuotta. Haastattelussa 4.10.2024 keskustelin yrityksen edustajan kanssa yrityksen lähihistoriasta ja nykytilasta. Konkurssipesän varastoa ei ole enää juurikaan jäljellä ja materiaalihankintoja on pitänyt tehdä aktiivisesti. Erilaisia tuoteartikkeleita on paljon eikä yrityksen ole mahdollista tilata kovin suuria eriä varastoon. Yrityksessä on kiire yleensä syksyisin, kun esimerkiksi kansalaisopistoissa järjestettävät kansallispukukurssit alkavat. Myynti lisääntyy myös ennen itsenäisyyspäivää sekä ennen kesäjuhlia ja -tapahtumia.

Yrityksen tuotteiden valmistus on siirtynyt lähes kokonaan alihankkijoille. Henkilöstö on vaihtunut ja toimipiste on siirtynyt Järvelästä Lahteen. Teollisesti kudotujen villakankaiden kutomo on vaihtunut. Yritys on uudistanut Helmi Vuorelma Oy:n aikaisia kaavoja ja ohjeita, mutta valikoima on suuri ja työ on kesken.

3.1 Kehittämishaasteen esittely ja tutkimuskysymykset

Tässä luvussa esitellään Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivuihin liittyvä kehittämishaaste ja opinnäytetyön tutkimuskysymykset. Kävin ennen opinnäytetyöprosessin aloittamista yrityksen työntekijöiden kanssa keskustelua yrityksen kehittämistarpeista. Olen itse toiminut kansallispukualalla erilaisissa tehtävissä, joten alan kokonaishaasteet olivat minulle tuttuja.

Mielestäni yrityksen Internet-sivustolta uupui tietoa yrityksen toimintatavoista ja asiakkaan ohjaus sivuilla tuntui puutteelliselta. Kehittämishaasteen alussa olin kiinnostunut erityisesti siitä, miten yritys voisi tuoda vastuullisuusviestintää luontevaksi osaksi sivuja.

Yrityksen Internet-sivut uudistettiin vuonna 2022. Yritys keskittyi tuolloin nimenomaisesti kauppa-alustaan. Yrityksen tavoitteena oli luoda mobiiliystävällinen verkkokauppa, jonka avulla yritys voisi seurata varaston saldoja.

Kivijalkakauppojen määrä on supistunut Suomessa jo vuosia (STJM, 2021). Helmi Vuorelma Oy siirtyi kansallispukujen myynnissä perinteisestä myymälästä postimyynnin, verkkokaupan ja tukkukaupan suuntaan 2000-luvun alussa (Suomen Perinnetekstiilit Oy, n.d.). Nykyään on edelleen mahdollista asioida Suomen Perinnetekstiilit Oy:n fyysisessä varastomyymälässä Lahdessa, mutta myynti tapahtuu pääosin verkkokaupan, sähköpostin ja puhelimen välityksellä.

Verkkokaupan yleistyminen kaupan alalla yleisesti on Suomen Perinnetekstiilit Oy:n näkökulmasta tuonut sen haasteen, että ihmiset saattavat odottaa saavansa verkkokaupasta tilatun tuotteen todella nopeasti. Vaikka joitain tarvikkeita ja tarvikepakkauksia voidaan toimittaa asiakkaalle nopeastikin, Internet-sivujen myyntiehdossa luvataan toimittaa pukutarvikkeet kahden viikon sisällä. Se voi

tuntua salamannopeaan verkko-ostamiseen tottuneelle jopa pitkältä ajalta. On myös tuotteita, joiden valmistus alkaa tilaushetkellä värjäyksen ja kudonnan selvittämisestä, ja joiden toimitusaika voi olla useita kuukausia, jopa vuosia.

Internet-sivut sopivat kehittämiskohteeksi, sillä yritys oli myös itse kiinnostunut siitä, millaista tietoa asiakkaat toivoivat sivustolta löytyvän ja minkä otsikoiden alta tietoja etsitään. Opinnäytetyön tutkimuskysymyksiksi valittiin

1. Mitä tietoa Suomen Perinnetekstiilit Oy:n asiakkaat tarvitsevat ostopäätöksen tueksi ja miten he etsivät sitä yrityksen Internet-sivuilta?
2. Millaisia asiakasprofiileja Suomen Perinnetekstiilit Oy:lle voidaan käyttäjätutkimuksen pohjalta tunnistaa?
3. Miten Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen palvelupolkuja tulisi kehittää, jotta yritys vastaisi asiakastarpeisiin paremmin?

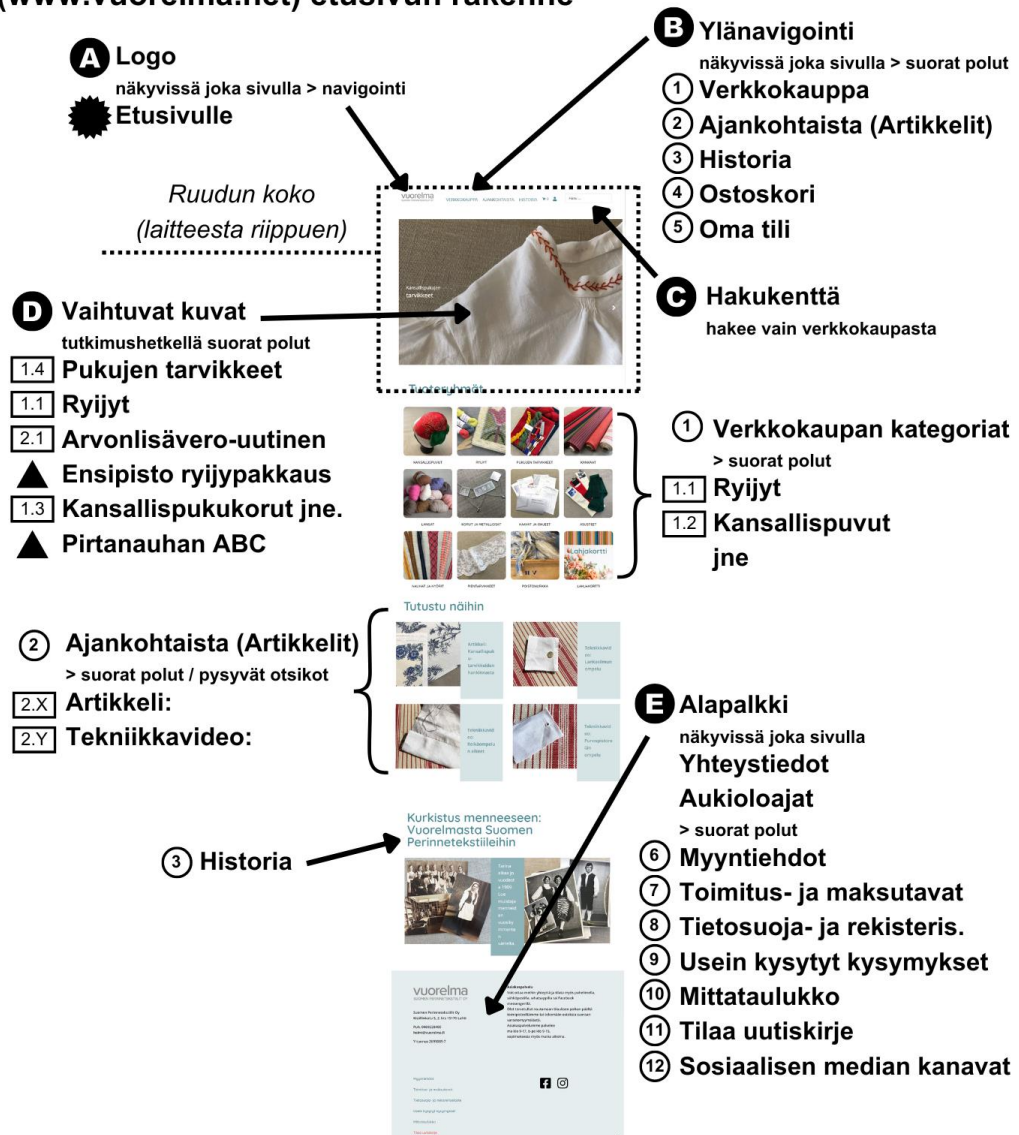
3.2 Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen rakenne ennen kehittämishaasteen aloittamista

Tähän lukuun on tallennettu Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen rakenne ennen kehittämishaasteen aloittamista. Internet-sivut sijaitsevat osoitteessa www.vuorelma.net, sillä yritys on jatkanut Vuorelma-nimen käyttämistä. Yrityksellä ei ole käytössä yrityksen varsinaiseen nimeen liittyviä rinnakkaisverkkotunnuksia.

Sivusto on tehty WordPress-alustalla, ja verkkokauppa on toteutettu WooCommerce-lisäosalla. Valmispohjien käyttö voi aiheuttaa joitain rajoitteita rakentamiseen, mutta niissäkin on yleensä soveltamisen mahdollisuuksia.

Seuraavissa selostuksissa suluissa esiintyvät kirjaimet ja numerot viittaavat kuvion 3 (liite 1) ja liitteen 2 analyyseihin. Niitä on käytetty myöhemmin myös palvelupolkujen pohjissa.

Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen (www.vuorelma.net) etusivun rakenne



Kuvio 3: Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen (www.vuorelma.net) etusivun rakenne ja huomioita

Etusivun Vuorelma – Suomen Perinnetekstiilit Oy -logo (A) on ainut reitti takaisin etusivulle muilta sivuilta. Yläpalkin navigaatiosta (B) pääsee suoraan verkkokauppaan (1), ajankohtaista (artikkelit) -osioon (2) sekä historia-sivulle (3). Näiden vierestä löytyvät ostoskori (4) ja oma sivu -toiminto (5), jotka liittyvät verkkokaupan tilaustoimintoihin. Yläosan hakutoiminto (C) etsii tuloksia vain verkkokaupan tuotteista.

Etusivua hallitsee suuri, vaihtuvien kuvien palkki (D), josta tutkimushetkellä oli navigaatioita joihinkin verkkokaupan tuotekategorioihin (1.1, 1.4 ja 1.3), uusimpaan artikkeliin (2.1) sekä yksittäisiin tuotesivuihin. Sivua alaspäin selaamalla pääsee suoraan kaikkiin verkkokaupan tuotekategorioihin. Näiden alla on neljä pysyvää artikkelinostoa, jotka avaavat kansallispukumateriaalien hankintaa sekä ohjaavat erilaisten tekniikoiden pariin. Sen jälkeen sivulla tulee vastaan linkki historia-sivulle (3) otsikolla ”Kurkistus menneeseen: Vuorelmasta Suomen Perinnetekstiileihin”.

Etusivun alapalkista (E) löytyvät yrityksen yhteystiedot ja aukioloajat. Alapalkki on näkyvissä jokaisella sivulla. Alapalkista löytyy lisäksi useita suoria polkuja erilaisille hyödyllisille sivulle (6–12), joille ei ole kulkua muualta nettisivuilta.

Verkkokauppa on Internet-sivujen suurin yksittäinen kokonaisuus. Se sisältää jopa yli 3000 erilaista tuoteartikkelia. Sama tuote on mahdollista löytää kaupasta useiden eri reittien avulla. Esimerkiksi tietyn kansallispuvun liivin hakanen on mahdollista etsiä ”Korut ja metalliosat” -kategoriasta tai kyseisen puvun materiaaleista. Kansallispukujen osia on mahdollista hankkia valmiina osina, tarvikepakkausina tai ostamalla esimerkiksi vain kankaat tai kaavat.

Toisen kokonaisuuden muodostavat artikkelit. Ne ovat joko pysyvää lisätietoa tai ajankohtaisia uutisia ja tarjouksia. Tarjoukset sisältävät linkityksiä verkkokauppaan, mutta verkkokaupan puolelta ei löydy linkityksiä artikkeleihin.

Kolmannen kokonaisuuden muodostavat yksittäiset sivut, jotka eivät ole toisten sivujen alaisia. Näihin lukeutuvat mm. Helmi Vuorelma Oy:stä kertova Historia-sivu, sekä verkkokaupalle olennaiset sivut kuten ”myyntiehdot”, ”toimitus- ja maksutavat” sekä ”tietosuoja- ja rekisteriseloste”.

4 Aineistonkeruu- ja analyysimenetelmät

Tässä luvussa käsitellään opinnäytetyön aineistonkeruu- ja analyysimenetelmät. Menetelmiä on avattu lähdeaineiston ja esimerkkien avulla.

Opinnäytetyö on työelämälähtöinen kehittämishaaste ja kehittämistyön menetelmänä käytettiin palvelumuotoilua. Se tarkoittaa muotoilun menetelmien soveltamista palvelun kehittämiseen ja se soveltuu hyvin virtuaalisen palveluympäristön kehittämiseen (Ojasalo ym., 2014, s. 38).

Palvelumuotoilussa keskeistä on käyttäjälähtöisyys (Ojasalo ym., 2014, s. 72). Prosessin alussa korostuu syvällisen ymmärryksen hankkiminen asiakkaista ja toimintaympäristöstä (Ojasalo ym., 2014, s. 74). Tutkimuksen tavoitteena oli aluksi tunnistaa käyttäjien tarpeet ja intuitioon perustuva toiminta yrityksen Internet-sivuilla. Tätä havainnointia käyttäjätutkimuksessa, jossa tutkimukseen osallistuneet pyrkivät yrityksen Internet-sivujen avulla ratkaisemaan itse määrittelemänsä kansallispukujen hankintaan liittyvän tilanteen. Asiakkaan käyttäytymisen havainnointia palvelutilanteessa kutsutaan myös varjostukseksi (Ojasalo ym., 2014, s. 76).

Käyttäjätutkimukseen osallistuneet henkilöt ilmoittautuivat tutkimukseen itse nähtyään tekemäni julkaisun sosiaalisessa mediassa (Facebook). Saadakseni tutkimukseen riittävästi erilaisia käyttäjätilanteita, lähestyin joitain myös henkilökohtaisella viestillä. Tavoitteeni oli, että tutkimukseen osallistuvat henkilöt olisivat kansallispukutiedoiltaan eritasoisia ja että käyttäjätilanteissa olisi riittävästi sekä uuden puvun hankintaan, että puvun korjaamiseen tai täydentämiseen liittyviä tapauksia.

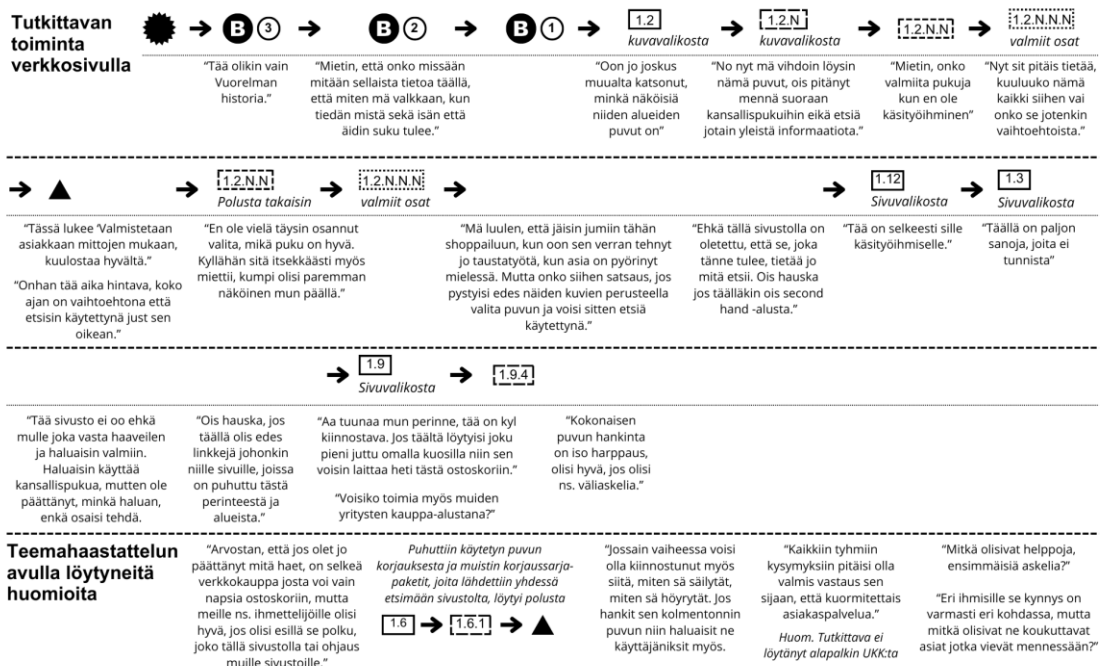
Tutkimukseen ilmoittautui 8 henkilöä, joista lopulta 7 osallistui. Käyttäjätutkimukseen osallistuneista kolmen tavoite liittyi uuden puvun hankintaan ja neljän tavoite liittyi vanhan puvun korjaamiseen tai täydentämiseen. Tutkimus toteutettiin Zoom-verkkoneuvotteluna ja tutkimustilanteesta tallennettiin näytönjako ja ääni. Tutkittaville lähetetty tiedote tutkimuksesta ja suostumuslomake ovat liitteenä 3.

Mikäli havainnointitilanteen aikana jokin tutkimukselle tärkeä aihe ei noussut esiin itsestään, tutkimustilannetta jatkettiin teemahaastattelulla. Puolistrukturoitu haastattelu eli teemahaastattelu sopii tilanteeseen, jossa haastattelun teemat on suunniteltu etukäteen tarkasti, mutta haastattelun kulku voi vaikuttaa sen etenemiseen (Ojasalo ym., 2014, s. 41). Käyttäjätutkimuksen runko on liite 4.

Käyttäjätutkimuksen pohjalta piirrettiin kunkin tutkittavan kulkema polku Inter-net-sivuilla (kuvio 4, liite 5) sekä litteroitiin toimintaan liittyvät ajatukset ja tunne-tilan ilmaisut. Palvelumuotoilussa asiakkaan prosessista käytetään nimeä palvelupolku ja siinä kuvataan asiakkaan toiminnot, tunteet ja tarpeet (Ojasalo ym., 2014, s. 73). Palvelupolkujen kuvauksiin ei liitetty tarkkaa tietoa siitä, mistä kansallispuvusta tai -puvuista kyseisen tutkittavan kohdalla puhuttiin. Tutkittavat merkittiin kirjaimilla S, T, U, V, X, Y ja Z.

Tutkittavan S tavoite:

“Haluaisin hankkia kansallispuvun, joka liittyy oman suvun juuriin.”



Kuvio 4. Esimerkki palvelupolun kuvauksesta, tutkittava S

Laadullisessa tutkimuksessa on yleensä kaksi vaihetta, joista ensimmäinen on pelkistäminen ja toinen tulkitseminen (Ojasalo ym., 2014, s. 119). Analysoin

Analyysivaihe 1



Kuvio 6. Analyysivaiheen 1 värikoodit

Vastatakseni ensimmäiseen tutkimuskysymykseen analysoin uuden puvun hankkijoita ja vanhan puvun korjaajia myös ryhminä. Kokosin tutkittavien ryhmien palvelupoluista pelkistetyt ilmaisut yhdelle sivulle ja ryhmittelin samanlaiset ilmaukset yhteen (liite 7: Analyysivaihe 2). Vaikka tutkimuksessa ei pyritty kvantitatiiviseen eli määrälliseen tietoon, jätin koonneissa näkyville vastausten toistuvuuden.

Kirjallisuuskatsauksen ja tutkimuksen kautta hankitun tiedon perusteella vastasin toiseen tutkimuskysymykseen ja muodostin neljä fiktiivistä henkilökuvaa eli asiakasprofiilia. Ojasalon ym. (2014) mukaan asiakasprofiileissa voidaan kuvata muun muassa käyttäytymismalleja, motiiveja ja tarpeita, joiden avulla pyritään ymmärtämään asiakkaan arvonmuodostusta (mts. 77). Asiakasprofiilien luominen on palvelumuotoilulle tyypillinen menetelmä.

Laajensin ymmärrystäni yrityksen toiminnasta haastattelemalla yrityksen edustajaa 4.10.2024. Myös tässä käytin menetelmänä teemahaastattelua. Haastattelun runko on liite 9.

Palvelumuotoilun prosessissa hankitun tiedon ja ymmärryksen avulla uusia ratkaisuja ideoidaan mahdollisimman avoimesti ja ideointiin osallistetaan esimer-

kiksi yrityksen asiakkaita ja työntekijöitä. Palvelumuotoilussa on tyypillistä käyttää erilaisia yhteisöllisiä ideointimenetelmiä ja luovaa ongelmanratkaisua. (Ojasalo ym., 2014, s. 75, 158.)

Kannustin käyttäjätutkimukseen osallistuneita tutkimuksen aikana kertomaan, mitä he haluaisivat ja toivoisivat Internet-sivuilta löytyvän. Pyysin myös yrityksen edustajaa kertomaan yrityksen omista ideoista Internet-sivujen kehittämisen suhteen.

Ideoinnissa yksi lähestymistapa oli ongelmien erilainen jäsentely, jonka avulla pyrin löytämään uudenlaisia näkökulmia ongelmien ratkaisuun. Toisaalta halusin olla ratkaisukeskeinen ja tarjota yritykselle ideoita, jotka voisivat välittömästi ratkaista yksittäisen ongelman.

Asiakasprofiililähtöisten ratkaisujen ideointiin sovelsin Lassi A. Liikasen (Four-kind Ltd.) kuvaamaa Arvolupauskanvaasi-työkalua. Se soveltuu ideointimenetelmäksi tilanteeseen, jossa tiedetään kehityskohde ja mitä haasteita halutaan ratkaista. Menetelmässä määritellään asiakkaan tavoitteet ja päämäärät, tarpeet ja halut, sekä ongelmat ja huolet. Palvelunäkökulmasta pohditaan, mikä on ratkaisu asiakkaan tarpeisiin, mitkä ominaisuudet hyödyttävät asiakasta ja tekevät palvelusta haluttavamman ja mitkä ominaisuudet lievittävät tai poistavat asiakkaan ongelman. (CoProtoLab, n.d., Strategyzer, n.d.)

Halusin ennen kehittämissuunnitelman tekemistä arvioida ideointivaiheessa syntyneitä ajatuksia muotoilukriteeristön avulla. Yhdessä yrityksen edustajan kanssa määrittelin, mitä yrityksen Internet-sivun tulee olla, mitä sen pitäisi olla, mitä siinä voisi olla ja mitä se ei ole. (Doblin Innovation Consultants, n.d.)

Kehitettyjen ideoiden pohjalta vastasin kolmanteen tutkimuskysymykseen ja loin yrityksen Internet-sivujen kehittämissuunnitelman tekemällä sivuista visuaalisen mallinnuksen. Mallinnuksen tavoitteena oli konkretisoida yritykselle Internet-sivujen muutokset. Näin yritys pystyi myös paremmin hahmottamaan, miten suuria resursseja muutosten tekemiseen vaadittaisiin.

Lopuksi työn tulokset esiteltiin toimeksiantajayritykselle. Kehittämisehdotusten hyödyntäminen ja niiden vaikutukset Suomen Perinnetekstiilit Oy:n verkkosivujen asiakaskokemukseen jäivät kuitenkin opinnäytetyöprosessin ulkopuolelle. Luvussa 7 on pohdittu, mitä vaikutusta kehittämisehdotusten toteutumisella voisi olla yrityksen arkeen ja miten kehittämistyötä voitaisiin yrityksessä jatkaa eteenpäin.

5 Asiakasymmärrys ja ideointi

Tässä luvussa esitellään, miten kehittämishaastetta lähdettiin ratkaisemaan palvelumuotoilun avulla. Aluksi luvussa 5.1 avataan käyttäjätutkimuksen tuloksia ja vastataan ensimmäiseen tutkimuskysymykseen. Luvussa 5.2 pohditaan yrityksen asiakaskuntaa ja vastataan toiseen tutkimuskysymykseen.

Riittävän asiakasymmärryksen avulla ideoitiin erilaisia ratkaisuehdotuksia kehittämishaasteeseen. Luvussa 5.3 käydään läpi ideointiprosessia ja erilaisia ideoinnin lähtökohtia. Luvussa 5.4 arvioidaan, mitkä ideat vastaavat yrityksen tarpeisiin. Luvussa 6 esitellään kehittämishaasteen tulokset.

5.1 Asiakkaiden tarpeiden ja toimintaympäristön määrittely

Ensimmäinen tutkimuskysymys oli

1. Mitä tietoa Suomen Perinnetekstiilit Oy:n asiakkaat tarvitsevat ostopäätöksen tueksi ja miten he etsivät sitä yrityksen Internet-sivuilta?

Tähän kysymykseen vastaamalla määritellään asiakkaiden tarpeita ja digitaalisen toimintaympäristön haasteita.

Asiakkaiden tarpeita havainnoitiin käyttäjätutkimuksessa, jossa tutkimukseen osallistuneet pyrkivät yrityksen Internet-sivujen avulla ratkaisemaan itse määrittelemänsä kansallispuvujen hankintaan liittyvän tilanteen. Tutkittavien määrittelemät haasteet esitellään taulukossa 1.

Taulukko 1. Tutkittavien määrittelemät haasteet

S	Haluaisin hankkia kansallispuvun, joka liittyy oman suvun juuriin.
T	Haluaisin hankkia kansallispuvun esiintymiskäyttöön ja haluaisin, että puku sopii yhteen puolison puvun kanssa.
U	Haluaisin hankkia kansallispuvun tai tehdä osan itse.
V	Puvussani on huono paita ja haluaisin hankkia uuden paremmista materiaaleista. Aion valmistaa paidan itse.
X	Minulla on liian pieni kansallispuvu ja selvitän, miten voisin suurentaa sitä.
Y	Minulla on perityssä puvussa liian suuri liivi, mutta pienentämisen sijaan haluaisin hankkia pukuun uuden liivin.
Z	Vanha kansallispuvu vaatisi uudistamista ja päivittämistä.

Tutkittavista kolmen (S, T, U) tavoite liittyi kokonaan uuden puvun hankintaan. Vaikka kaikilla tutkittavilla oli vähän pohjatietoa kansallispuvuihin, vastauksissa ilmeni tarve kansallispuvujen perustiedoille. Esimerkiksi tutkittava S yritti aluksi etsiä yleistä infoa puvuista ja totesi, että ”ehkä tällä sivustolla on oletettu, että se, joka tänne tulee, tietää jo mitä etsii.” Tutkittava U nosti haastattelun aikana esiin, että ”sivustoa selatessa tulee olo, että selviää vain, jos on joku muu tietolähde, esim. joku kansallispuvukirja.”

Pelkistetyt ilmaisut ”ei tiedä mistä aloittaisi”, ”prosessin epäselvyys” ja ”epävarmuus” liittyivät tutkittavien vastauksissa perustietojen puutteen lisäksi siihen, etteivät tutkittavat tieneet, mitä kansallispuvun hankintaprosessissa konkreettisesti tapahtuu. Esimerkiksi tutkittava T totesi verkkokaupasta ostamisen olevan ”houkuttelevan helppoa ostamista”, mutta olisi kaivannut ennen maksamista li-

sätietoja, miten yritys ottaa yhteyttä ja miten yritys saa hänen mittansa. Tutkittava S pohti vastauksissaan "väliaskelia" sekä "helppoja, ensimmäisiä askelia", sillä "kokonaisen puvun hankinta on iso harppaus."

Erityisesti pukuun kuuluvat osat ja niiden hankintapaikat herättivät kysymyksiä. Tutkittavat S, T ja U joko hämäntyivät kuvissa näkyvistä tuotteista, joita ei ollut myynnissä tai hämäntyivät myytävänä olevista puvun osista, joita ei näkynyt kyseisen puvun pääkuvassa. Tutkittava S halusi tietää "kuuluuko nämä kaikki siihen vai onko se jotenkin vaihtoehtoista."

Pukuun kuuluvat osat eivät olleet epäselviä tutkittaville V, X, Y ja Z, jotka etsivät pukuunsa joko korjaustarvikkeita tai yksittäistä uutta puvun osaa. Tutkittavien V ja X etsimä tieto oli hyvinkin yksityiskohtaista. Esimerkiksi tutkittava V halusi lisätietoja käsin ompeluun sopivasta pellavalangasta ja tutkittava X pohti, miten kansallispuku suurennetaan niin, että se edelleen "kelpaa kansallispuvuksi". Tutkittavat Y ja Z pystyivät omien taustatietojensa avulla ratkaisemaan haasteensa melko suoraviivaisesti, mutta osto olisi ainakin osittain pysähtynyt saataavuusongelmaan.

Erityisesti tutkittavat U ja V olisivat kaivanneet lisätietoja tarvikepakkauksien sisällöstä. Tutkittavalle U oli epäselvää esimerkiksi tarvikepakkauksen kuvissa näkyvän pellavalangan funktio. Monet pohdinnat kytkeytyivät hintaan: tutkittavat U ja V halusivat tietää, mitä saavat ja mistä maksavat.

Palvelupolkukuvauksiin tallennettiin myös, mitä reittiä tutkittavat etsivät tietoa. Verkkokaupan muuttuvat polut ja kategoriat aiheuttivat haasteita, mutta tein myös muita havaintoja.

Neljä (S, T, U ja Y) seitsemästä tutkittavasta aloitti ongelman ratkaisun yläpalkista. Muut kulkivat verkkokauppaan etusivun suorien kovalinkkien kautta ja näistä tutkittava Z käytti mobiililaitetta ja tutkittava X tablettia, mikä osaltaan selittää näkymän erilaisen käytön. Samat neljä (S, T, U ja Y) tutkittavaa lähtivät verkkokaupassa vastaamaan tavoitteisiinsa kansallispuku-alaluokan kautta.

Tutkittavat V, X ja Z lähtivät vastaamaan tavoitteisiinsa valmistuksen ja yksittäisen osan tarpeen näkökulmasta.

Huomionarvoista on, ettei kukaan tutkittavista tarvinnut tai hyödyntänyt etusivun kuvakarusellia (liite 1, D) ollenkaan. Pääosin sitä ei huomioitu mitenkään ja tutkittava V mainitsi teemahaastattelun aikana, että ”etusivun liikkuva kuva on häiritsevää ja hallitsevaa, vaikka pienennän selaimen ruutua.”

Kaikilla tutkittavilla oli mielessään jokin tietty puku tai muutamia vaihtoehtoja. Tutkittavat S, T ja U, jotka etsivät uutta pukua, olivat etukäteen rajanneet vaihtoehtoja. Tutkittavan S ensimmäinen motiivi rajaukselle oli oman suvun juuret ja kahdesta puvusta hän pohti, kumpi olisi paremman näköinen hänen päällään. Tutkittavan T ensimmäinen motiivi oli löytää saman paikkakunnan puku kuin puolisolla, mutta kun siitä ei löytynyt kaikkia puvun osia, hän katsoi samankaltaisen puvun, jollaisen oli nähnyt myynnissä myös käytettynä. Puvun saatavuus olisi siis voinut ratkaista valinnan. Myös tutkittavan U ensimmäisessä vaihtoehdossa oli saatavuusongelmia, mutta hän olisi todennäköisesti edistänyt asiaa kysymällä asiakaspalvelusta lisätietoja.

Osa tutkittavista olikin hanakammin ottamassa yhteyttä suoraan. Tutkittava Y totesi etsimänsä kankaan varaston loppumiseen, että ”itse lähtisin suoraviivaisena ihmisenä nyt soittamaan ja kysymään lisää.” Osa kaipasi yhteydenottoon selkeämpää struktuuria. Tutkittava U mainitsi ”tilaustiedustelun” eli yhteydenotolomakkeen ja tutkittava T ehdotti sivulle chat-ikkunaa tai mahdollisuutta varata keskustelu-aika. Olisiko suoraan soittamiseen voinut kannustaa paremmin niitä, jotka epäröivät? Tutkittava X pohtikin, että ”voit ottaa yhteyttä” voisi olla ”suosittelemme ottamaan yhteyttä” tai ”kannattaa ottaa yhteyttä”.

Tutkittavat U ja X etsivät yhteystietoja yläpalkista. Yhteystiedot sijaitsevat alapalkissa (liite 1, E), johon päädyttiin tutkimuksissa välillä vasta teemahaastattelussa tai vinkistäni. Tutkittava S esimerkiksi ehdotti, että ”kaikkiin tyhmiin kysymyksiin pitäisi olla valmis vastaus sen sijaan, että kuormitettaisiin asiakaspalve-

lua”, muttei löytänyt alapalkin ”Usein kysytyt kysymykset” -sivua. Toisaalta tutkittava U ei löytänyt siltä sivulta apua uuden puvun hankintaan, mutta tutkittava X sai apua puvun suurentamiseen liittyvässä kysymyksessä.

5.2 Asiakasprofiilien tunnistaminen

Toinen tutkimuskysymys oli:

1. Millaisia asiakasprofiileja Suomen Perinnetekstiilit Oy:lle voidaan käyttäjätutkimuksen pohjalta tunnistaa?

Etukäteistietämykseni pohjalta minulle oli selvää, että yrityksen asiakkaat jakautuivat kahteen ryhmään: uutta pukua ostaviin ja vanhojen pukujen korjaajiin. Tutkittavien valinnassa otin huomioon, että tutkittavissa oli kumpaankin ryhmään kuuluvia.

Havainnoidessani Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen tilaa ennen tutkimuksen aloittamista (luku 3.2) en huomannut sivustolla selkeää asiakassegmentointia tai erilaisten asiakasryhmien erilaista huomiointia.

Verkkokaupan kategorioissa ja tutkittavien havainnoissa itse tekeminen korostuu. Se on perusteltua, sillä vanhan korjaaminen ja itse tekeminen nousivat esille myös Aarikan ja Rambergin pro gradu -tutkimuksessa (2023) sekä yrityksen haastattelussa 4.10.2024.

Tutkittavista S, T ja U edustivat uuden puvun hankintaa ja V, X, Y ja Z vanhan puvun korjaamista. Lähtökohta oli siis taulukossa 2 esitetty tilanne.

Taulukko 2. Kaksi asiakassegmenttiä

Uuden puvun hankkijat	Vanhan puvun korjaajat
S, T, U	V, X, Y, Z

Näiden kahden ryhmän vastauksien koosteista (liite 7: Analyysivaihe 2) oli löydettävissä joitain selkeitä eroavaisuuksia, mutta paljon samankaltaisuutta. Kun tutkin yhteneväisyyksiä yksityiskohtaisemmin, havaitsin, että tutkittavan U esiin nostamat haasteet olivat samanlaisia, kuin tutkittavien V, X ja Y nostamat haasteet. Yhteisiä haasteita oli muun muassa tarvikepakettien epäinformatiivinen tuotekuvaus (U ja V) sekä selventävä tieto, joka puuttui oleellisesti toisesta samankaltaisesta paikasta (U ja Y). Näin ollen asiakassegmenttejä voisi olla järkevää luoda myös siitä näkökulmasta, ostaako asiakas tuotteen valmiina vai tekeekö hän työn itse.

Jaottelin tutkittavat kahden ryhmän sijasta neljään (taulukko 3), jossa uuden puvun hankinnan ja puvun korjaamisen lisäksi erottava tekijä oli, aikoiko tutkittava teettää työn toisella vai valmistaa puvun osan tai osat itse. Haastattelussa kävi ilmi, että tutkittava Z oli ostamassa tarvikepaketteja itselleen, mutta aikoi teettää työn läheisellä.

Taulukko 3: Neljä asiakassegmenttiä

	Uuden puvun hankkijat	Vanhan puvun korjaajat
Teettää työn	S, T	Z
Valmistaa itse	U	V, X, Y

Tässä kohtaa pohdin vielä, olisiko tutkittavien S ja T, sekä V, X ja Y välillä joitain erottavia elementtejä, jotka johdattaisivat vielä useampien asiakassegmenttien löytymiseen.

Tutkittavilla S ja T yhteistä oli, että kumpikin oli tutkinut myös käytettyjen pukujen markkinaa ja piti sitä potentiaalisena hankintaväylänä. Kummallekaan puvun hankkiminen nimenomaan uutena ei siis ollut välttämätöntä. Eroavaisuutena näiden kahden tutkittavan välillä voidaan nähdä se, että tutkittava S mainitsi useammin ns. perinnehenkiset tuotteet. Hän oli kiinnostunut omien juurien ja

kansanperinteen esiin tuomisesta laajemmin, kun taas tutkittava T oli hankkimassa puvun esiintymiskäyttöön.

Tutkittavien V, X ja Y keskinäisistä eroavaisuuksista voidaan nostaa esille se, että tutkittavat V ja Y olivat hankkimassa kokonaan uutta tuotetta, kun taas tutkittava X oli korjaamassa olemassa olevaa tuotetta lisäkaistaleella. Tutkittava V olisi voinut selkeämmin ratkaista ongelman tarvikepakkauksen ostamalla, mutta tutkittava Y oli jo testannut kaavaa ja hankkinut osan tarvittavista materiaaleista muualta. Tutkittavien V ja Y ongelmanratkaisu muistutti toisiaan, mutta he olivat eri kohdassa polkua. Tutkittavia Y ja X yhdisti kiinnostus yrityksen myymiin ylijäämäkankaisiin.

Tutkittavien joukossa ei ollut henkilöä, jolle kelpaisi vain uusi kansallispuku. Tutkimuksessa puvun hankinnan merkitykset noudattivat Aarikan ja Rambergin tutkimuksessa (2023) nousseita huomioita, eikä kenenkään ensisijainen motiivi puvun hankinnalle ollut esimerkiksi halpa hinta tai jokin tietty väri.

Tutkittavien joukossa taitotaso lähti siitä, että kangas haluttiin ostaa valmiina, eikä kankaankudontaohjeita etsitty. Kun puhutaan kansallispukujen valmistuksesta, itse tekemisen tason vaatimus voi olla hyvin vaihteleva. Toisen puvun tekeminen onnistuu helpommin kuin jonkin, jossa on hyvin erityisiä tekniikoita. Tutkittava U mainitsi, että sivustolla olisi hyvä esitellä kansallispukujen valmistustapoja, sillä käsin ja koneella ompelun hyödyt ja erot eivät varmaankaan ole kaikille selviä.

Tutkittavien S ja T myötä pohdin etenkin sellaista asiakasryhmää, jota itse omassa työssäni myös usein palvelen: niitä, jotka ostavat puvun käytettynä, mutta eivät osaa korjata tai täydentää pukua itse. Haastattelussa 4.10.2024 Suomen Perinnetekstiilit Oy:n edustaja kertoi, että he myös välittävät korjattavia pukuja omille alihankkijoilleen tai ohjaavat asiakasta kiireellisissä tilanteissa esimerkiksi paikallisten yrittäjien pariin.

Kehitin yritykselle neljä asiakasprofiilia ja näiden ominaispiirteet. Jaottelussa hyödynsin tutkimuksissa esille nousseita haasteita sekä Aarikan ja Rambergin pro gradu -tutkimuksen (2023) tuloksia.

Uuno Ummikko arvostaa kansallispuvun ostamisessa helppoutta ja nopeutta. Hän haluaa tilata uuden puvun kokonaisuutena ilman monimutkaisia vaiheita. Tärkein kriteeri Ummikolle on mahdollisimman suoraviivainen ostoprosessi: selkeät, vähillä klikkauksilla saavutettavat valikot ja suora linkki asiakaspalveluun tarvittaessa.

Tyyni Tuunaaja on perinnehenkkinen asiakas, joka haluaa tuoda ilmi omia juuri-äänensä ja suomalaisuutta yleisesti. Tuunaaja ostaa uusia tai käytettyjä puvun osia, esimerkiksi koruja, käytettäväksi arkivaatteiden kanssa. Tuunaaja ompelee itse korkeintaan napin ja suoraa saumaa, joten hän tarvitsee alan ammattilaisten apua korjaustöihin. Hän haaveilee jonain päivänä hankkivansa juuri sen oikean, kokonaisen puvun.

Fredrika Folkdansare tekee itse tai käyttää lähipiirin palveluksia. Hän saattaa myös ostaa yksittäisen uuden valmiin osan yritykseltä, jos taitoa tai aikaa ei löydy. Folkdansare käyttää pukua melko usein, esimerkiksi esiintymisasuna, ja arvostaa puvussa enemmän edullisuutta ja käytännöllisyyttä kuin "oikean kansallispuvun" linjauksia. Folkdansare saattaa kyllä huomaamattaan tajuavansa Helmi Hifistelijän suuntaan.

Helmi Hifistelijä ompelee ehdottomasti itse ja aina käsin. Hän myös opettelee mielellään uusia tekniikoita. Tekeminen on hänelle tärkeämpää kuin lopputulos, sillä arvokkaan vaatteiden käyttötilanteita on harvoin. Hifistelijä arvostaa tarkkoja materiaalitietoja ja ymmärtää tiedoissa esiintyvien numeroiden merkityksen. Hän käyttää tekniikoita, kankaita ja kaavoja myös luovasti.

Tarkastellessani luomiani asiakasprofiileja taulukon 3 neljän asiakassegmentin mukaisesti huomasin niiden asettuvan selkeämmin eri kohtaan nimenomaan

teettämisen ja itse tekemisen perusteella (Kuvio 7). Tämän hahmottaminen auttaa ratkaisujen ideointivaiheessa, johon siirryin palvelumuotoilun prosessissa seuraavaksi. Ideointivaihe on esitelty luvussa 5.3.

	Uuden puvun hankinta	Vanhan puvun korjaaminen
Teettää työn	UU	TT
Tekee itse		FF
		HH

Kuvio 7. Luotujen asiakasprofiilien sijoittuminen asiakassegmentoinnin nelikenttään.

Kaikki tutkimukseen osallistuneet henkilöt lähestyivät yritystä kuluttaja-asiakkaan näkökulmasta, mutta yrityksen asiakaskuntaa ovat myös esimerkiksi kansallispukukurssien opettajat ja asiakkaiden pukuja korjaavat tai perinteestä inspiroituneet yrittäjät. Heidän näkökulmastaan tekijänoikeusasioiden nostaminen voisi olla järkevää: esimerkiksi se, saako kansallispukuihin tarkoitettuja kankaita käyttää vapaasti omissa tuotteissa? Jatkokehitysmahdollisuuksia on pohdittu lisää luvussa 7.

5.3 Kehittämiskäytäntöjen ideointi

Palvelumuotoilun prosessissa siirryin ideointivaiheeseen. Ideointimenetelmien teoria on kuvattu tarkemmin luvussa 4. Alaluvuissa on eritelty kaksi erilaista ideoinnin lähtökohtaa.

5.3.1 Ratkaisujen kuormittavuus ideoinnin lähtökohtana

Analyysivaiheessa 1 pelkistin tutkittavien toiminnot ja ajatukset lyhyiksi ilmauksiksi ja koodasin samankaltaiset viestit ryhmiksi (kuvio 5, liite 6). Merkitsin erilaiset ryhmät väreillä (kuvio 6, liite 6). Keltaisella merkitsin asiat, jotka liittyivät tutkittavien tiedon puutteeseen. Vihreällä merkitsin asiat, jotka toimivat tai olivat positiivisia ilmaisuja. Punaisella merkitsin asiat, joihin ei tässä kehitystyössä pyritty vaikuttamaan suoraan. Harmaalla merkitsin selvästi tekniset ongelmat, joista tiedotin yritystä. Sinisellä merkitsin kohdat, jotka liittyivät yhteydenottoon tai yhteystietoihin.

Päätin keskittyä ideoimaan ratkaisuja vain keltaisella merkittyihin tiedon puutteen ongelmiin. Teknisten ongelmien ratkaiseminen on toki osa Internet-sivujen kehittämistä, mutta ne joko saatettiin yrityksen tietoon opinnäytetyöprosessin ulkopuolella tai ne olivat haasteita, joiden ratkaiseminen vaatisi nettisivujen perustavanlaatuaista uudelleenkoodausta ja suuria resursseja.

Myös hintaan ja saatavuuteen liittyvät haasteet rajasin osittain pois. Ideointivaiheessa en pitänyt mahdollisena esittää, että esimerkiksi ”hinnan tulisi olla alempi” tai ”kaikkia tuotteita pitäisi olla jatkuvasti varastossa”. Näitä haasteita voidaan silti helpottaa tietoa lisäämällä. Korkea hinta olisi asiakkaan näkökulmasta ymmärrettävä, jos asiakas kokisi tuotteen arvon vastaavan hintaa. Saatavuuden suhteen olisi tärkeää viestiä, onko kyse väliaikaisesta vai pidempiaikaisesta saatavuusongelmasta.

Koska yrityksen resurssien rajallisuus oli alusta asti tiedossa, päätin jaotella tiedon puutteen haasteet sillä perusteella, kuinka paljon se vaatisi yritykseltä uuden sisällön tuottamista. Yritykselle helpoin tapa on ohjata asiakas etsimään

tarvitsemansa tieto muualta eli linkittämällä muiden alalla toimivien Internet-sivuille tai ohjaamalla kirjallisen lähdeaineiston pariin. Osa tiedosta vaatii kuitenkin jonkinlaista saatetta siihen, miksi juuri tämä yritys tai sen valikoima käyttäytyy tietyllä tavalla. Jonkin verran yrityksen resursseja kuluu, jos Internet-sivujen rakennetta selvennetään ja tietoja yhtenäistetään. Osa tiedon puutteen haasteista on mahdollista ratkaista vain, jos asiaan käytetään selvästi enemmän aikaa ja rahaa. Ne haasteet voivat vaatia kokonaan uudenlaisten toimintatapojen luomista. Taulukossa 4 on lajiteltu ilmaisut eri otsikoiden alle. Sama jako löytyy kuvana liitteestä 7.

Taulukko 4. Tiedonpuutteiden ratkaisujen kuormittavuus

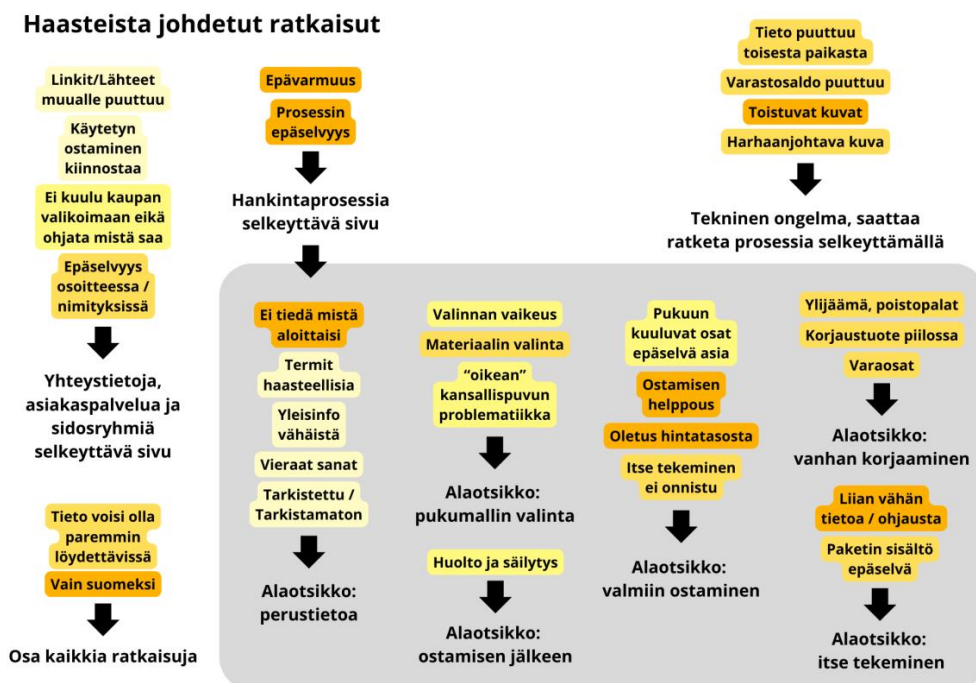
Ensisijaisesti ohjaamalla muualle	Ohjaamalla muualle ja kertomalla oman valikoiman erityispiirteet	Selkeyttämällä nykyistä sisältöä	Luomalla uutta sisältöä ja/tai toimintatapoja
Tarkistettu / Tarkistamaton Käytetyn ostaminen kiinnostaa Yleisinfo vähäistä Termit haasteellisia Linkit/Lähteet muualle puuttuu Vieraat sanat	“oikean” kansallispuvun problematiikka Ei kuulu kaupan valikoimaan eikä ohjata mistä saa Valinnan vaikeus Pukuun kuuluvat osat epäselvä asia Huolto ja säilytys	Materiaalin valinta Harhaanjohtava kuva Tieto voisi olla paremmin löydettävissä Tieto puuttuu toisesta paikasta Varaosat Ylijäämä, poistopalat Varastosaldo puuttuu Paketin sisältö epäselvä Itse tekeminen ei onnistu Korjaustuote piilossa Epäselvyys osoitteessa / nimityksissä	Tietoa löytyy vain suomeksi Toistuvat kuvat Ei tiedä mistä aloittaisi Prosessin epäselvyys Epävarmuus Oletus hintatasosta Ostamisen helppous Liian vähän tietoa / ohjausta

Yritys voisi siis yksinkertaisimmillaan lähteä ratkaisemaan ongelman kerrallaan, helpoimmasta vaikeimpaan. Tässä opinnäytetyössä olen kuitenkin keskittynyt tiedon sisällön tarpeiden lisäksi myös siihen, miten tieto löytyy Internet-sivuilta, sillä ongelmat johtuivat osittain siitä, ettei tietoa löydetty. Tutkimustilanteissa olin

erityisen kiinnostunut kunkin tutkittavan ensimmäisistä klikkauksista sekä etusivun toimivuudesta.

Luokittelin (kuvio 8, liite 8) mitkä tiedonpuutteen haasteet voisivat tulla ratkaisuksi yhdessä. Tutkimustilanteiden perusteella minusta tuntui, että kaksi tietosivua voisi selkeyttää todella monia asioita. Nämä olisivat yhteystietoja, asiakaspalvelua ja sidosryhmiä selkeyttävä sivu sekä hankintaprosessia selkeyttävä sivu. Hankintaprosessin alaotsikoita olisivat perustietoa, valmiin ostaminen, pukumallin valinta, ostamisen jälkeen, vanhan korjaaminen ja itse tekeminen.

Ratkaisujen ulkopuolelle jäivät ilmaiset ”tieto voisi olla paremmin löydettävissä”, joka toivottavasti helpottuisi uudistuksen avulla. Ulkopuolelle jäi myös ”Tietoa löytyy vain suomeksi”, mutta lyhyt englanninkielinen tiivistelmä jokaisella sivulla voisi auttaa tämän haasteen ratkaisemisessa. Muut ulkopuolelle jääneet ilmaiset olivat verkkokauppaan ja osittain tekniikkaan liittyviä haasteita, joita kokonaisprosessin selkeyttäminen saattaisi asiakkaan näkökulmasta kuitenkin helpottaa.



Kuvio 8. Tiedonpuutteen haasteista johdetut ratkaisut

5.3.2 Asiakasprofiilit ideoinnin lähtökohtana

Toinen ideoinnin lähtökohta oli pohtia, mitkä yrityksen palvelut ovat sopivimpia kullekin kohdassa 5.2. kehitetylle asiakasprofiilille ja miten niitä voisi tarjota Internet-sivuilla selkeämmin. Ideoinnissa käytin Arvolupauskanvaasissa esitettyjä näkökulmia ja kysymyksiä.

Uuno Ummikon tavoitteena on saada oma kansallispuuku juhlaikäyttöön. Hänellä on erilaisia juhla- tai edustamistilaisuuksia, joihin hän tarvitsee puvun, joka on aina muodissa. Hän ei osaa valmistaa itse eikä halua käyttää valintojen pohjimiseen liikaa aikaa.

Yrityksen tarjoama ratkaisu on valmis kansallispuuku kokonaishinnalla. Yritys voisi tarjota muutamaa niin sanotusti kärkituotetta, jotka ovat myös yrityksen näkökulmasta helppoja pukuja. Ne voivat olla yleisesti suosittuja tai pukuja, joiden materiaaleja on jatkuvasti saatavilla. Näiden pukujen toimitusajat ja tekijät voidaan vakiinnuttaa tai ainakin ennakoida paremmin. Yritys voi ohjata asiakasta valitsemaan jonkin kärkivalikoiman tuotteen helppouden kautta, vaikka yrityksen kannattaa myös kertoa valikoimaan kuuluvan muitakin, hinnoiltaan ja saatavuudeltaan vaihtelevia pukuja. Vastuullisuusnäkökulmasta arvoa lisääviä argumentteja ovat loppuelämän juhlapuku ja kotimainen työ.

Tyyni Tuunaajan tavoitteena on tuoda esille suomalaista perinnettä ja omia juuriaan. Hän hyötyy yksittäisistä tuotteista ja hänelle yksi este kokonaisen kansallispuvun hankkimiselle on hinta, sillä hänellä ei ole taitoa valmistaa kokonaista pukua itse.

Yrityksen tarjoama ratkaisu on myydä asiakkaalle puvun osa kerrallaan sekä myydä perinteeseen liittyviä tuotteita. Asiakas voi myös kehittää taitojaan helppojen aloituspakkausten avulla tai käyttää yrityksen korjauspalvelua. Yrityksen tulee kertoa erilaisista palveluista ja puvun käyttötavoista sekä kannustaa harjoittelemaan taitoja. Vastuullisuusnäkökulmasta voidaan kannustaa puvun osien käyttökertojen lisäämiseen.

Fredrika Folkdansen tavoitteena on jatkaa omistamansa puvun käyttöikä. Hänelle itse tekeminen on hyödyllinen taito, ei niinkään intohimo tai hän tarvitsee lähipiiriin apua. Hänelle haaste voikin olla valmistusohjeista selviäminen tai se, ettei hän täysin tiedä, mitä vanhalle puvulle pitäisi tai voisi tehdä.

Yrityksen kannattaa tarjota hänelle erityisesti tarvikepaketteja ja tuotteita, jotka soveltuvat puvun korjaamiseen, kuten ylijäämätilkkuja ja parsintapakkauksia. Yrityksen olisi hyvä panostaa myös asusteiden myyntiin ja kannustaa asiakkaita täydentämään pukuaan siihen kuuluvilla osilla.

Helmi Hifistelijän tavoite on kehittää omia kädentaitojaan ja valmistaa kansallispuku mahdollisimman tarkasti esikuvien mukaan. Hänelle hyöty käsitöiden tekemisestä voi olla henkinen rauhoittuminen ja itse tuote on sivuasiasia. Hänen ärsytyksensä liittyvät liian epämääräisiin tuotetietoihin ja juuri oikean asian saata- vuushaasteisiin.

Yrityksen kannattaa panostaa yksittäisten materiaalien tarkkoihin tuotetietoihin valmispaketteja enemmän. Yritys voi lisätä varaston kiertoa ja päästä eroon varaston hännistä tarjoamalla tälle asiakasryhmälle esimerkiksi alennuksia. Yrityksen kannattaa hyötyä hifistelijöistä myös vastavuoroisessa sisällöntuotannossa, erityisesti sosiaalisessa mediassa. Heille kannattaa kertoa myös tekijänoikeuksista tarkemmin.

5.4 Ratkaisuehdotusten arviointi

Ratkaisuehdotusten arviointiin sovellettiin muotoilukriteeristöä, jota pohdin yhdessä Suomen Perinnetekstiilit Oy:n edustajan kanssa haastattelussa 4.10.2024.

Mitä yrityksen Internet-sivun **tulee olla**? Verkkokauppa on yrityksen tärkein myyntikanava ja sen tulee olla toimiva sekä asiakkaan näkökulmasta helppo käyttää. Ostolle ei saisi olla esteenä se, ettei tiedetä tarpeeksi. Sivuston tulisi ohjata ottamaan yhteyttä, ellei tietoa suoraan löydy, sillä asiakaspalvelussa osataan ratkaista ja kertoa enemmän tietoa kuin mitä sivulle ehditään laittamaan.

Mitä yrityksen Internet-sivun **pitäisi olla**? Sen pitäisi antaa ihmisille mahdollisimman paljon heidän tarvitsemaansa tietoa oston tueksi, mutta yrityksen resurssit ovat rajalliset.

Mitä yrityksen Internet-sivu **voisi olla**? Yrityksen elämä ja ajankohtaisuus, sekä asiakkaiden tarinat voisivat näkyä sivustolla enemmän. Näitä näkyy sosiaalisessa mediassa, jonne sivu voisi ohjata paremmin.

Mitä yrityksen Internet-sivu **ei ole**? Yrityksen sivu ei ole kansallispukeasioiden ainoa lähde vaan olisi järkevämpää ohjata yleisissä asioissa muihin tietolähteisiin.

Ideoinnissa oli kaksi erilaista lähtökohtaa. Ensimmäisessä tavassa lähestyin haasteita ratkaisujen kautta ja pohdin, mitkä ovat helposti ratkaistavia asioita sekä miten yksittäisellä ratkaisulla voidaan ratkaista nopeasti useampi ongelma. Toisessa tavassa pohdin, mitkä yrityksen tarjonnassa olevat tuotteet ja palvelut ratkaisevat kunkin tutkimuksen perusteella luodun asiakasprofiilin haasteet.

Ensimmäinen ideointitapa otti hyvin huomioon yrityksen resurssit. Pelkästään ensimmäisen ideointitavan pohjalta luotu kehittämissuunnitelma tarkoittaisi lähtökohtaisesti vain kahden uuden tekstisivun luomista. Ratkaisu olisi luotujen muotoilukriteerien mukainen, mutta ei huomioi kohtaa ”voisi olla”.

Toinen ideointitapa oli selkeämmin vastaus erilaisiin palvelupolkuihin. Tämä jaottelu vastaisi tiedonjanon kerroksellisuuteen ja erilaiset palvelut tulisivat kohdennetummin esitellyksi kuin yksittäinen hankintaprosessista kertova sivu, jossa asiakas saattaa kohdata myös paljon itselleen epärelevanttia tietoa. Tämä ratkaisu vaatisi yritykseltä ehkä hieman enemmän resursseja, mutta se ottaa muotoilukriteeristöstä huomioon myös tietynlaisen tarinallisuuden. Vaikka sivustolla ei suoraan tuotaisi esiin keksittyjen asiakasprofiilien nimiä, asiakas voi selkeämmin kokea, että teksti on suunnattu juuri hänelle.

Ideointitavat eivät olleet toisiaan poissulkevia. Lopulliseen mallinnukseen olisi-kin mahdollista ja kannattavaa yhdistää kummankin ideoinnin tuloksia.

6 Internet-sivujen kehittämissuunnitelma

Tässä luvussa esitetään kehittämishaasteen tulokset eli Internet-sivujen kehittämissuunnitelma. Suunnitelma on konkreettinen mallinnus siitä, miltä Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivu voisi näyttää. Mallinnus on luotu Canva-kuvankäsittelyohjelmaa käyttäen ja se on vain visuaalinen, ei toimiva hahmotelma sivuston uusitusta rakenteesta ja sisällöstä. Mallinnus löytyy kuvina kokonaan liitteestä 10.

Samalla vastataan kolmanteen tutkimuskysymykseen, joka oli:

3. Miten Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen palvelupolku tulisi kehittää, jotta yritys vastaisi asiakastarpeisiin paremmin?

Käyttäjätutkimuksissa kävi ilmi, ettei etusivun kuvakarussellin (liite 1, D) viemä tila ollut hyödyllisessä käytössä. Pääosin sitä ei huomioitu mitenkään ja liikkuva kuva koettiin häiritsevänä. Tämä ominaisuus olisi järkevää korvata selkeämmin informatiivisella sisällöllä tai navigaatiolla.

Etusivun pituus on etenkin mobiililaitteissa ongelmallinen eikä alempana etusivulla olevia ominaisuuksia tutkimuksessa aina omatoimisesti löydetty. Kehittämisehdotuksessa etusivun sisältöä on selkeytetty ja vähennetty, ja etusivulta löytyneet tärkeät tiedot on suunniteltu löydettäväksi muita reittejä pitkin.

Käyttäjätutkimuksissa havaitsin, ettei alapalkkia aina huomattu. Alapalkin tiedot ovat kuitenkin hyödyllisiä ydinasioita, joihin on hyvä päästä jokaiselta sivulta. Kehittämisehdotuksessa on esitetty, miten alapalkista löytyviin tietoihin voisi löytää useita eri reittejä ja miten ”Usein kysytyt kysymykset” voitaisiin sisällyttää osaksi muita infosivuja.

Mallinuksissa olevien kehittämissuunnitelmien lisäksi yrityksen olisi järkevää hankkia myös yrityksen nimeen viittaava rinnakkaisverkkotunnus kuten www.perinnetekstiilit.fi tai vastaava. Helmi Vuorelma Oy:n brändi on yritykselle

tärkeä, mutta yritys käyttää esimerkiksi sosiaalisen median kanavissa yrityksen omaa nimeä ja yhä useammalle uudelle asiakkaalle kytkös Helmi Vuorelmaan on yhä tuntemattomampi.

Mallinnuksissa käytettävät tekstit ovat joko itseni tuottamia, Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen olemassa olevia tekstejä tai Helmi Vuorelma Oy:n ”Kansallispuku juhlistaa läpi elämän” -katalogista sovellettuja.

6.1 Etusivun kehittämisehdotukset


Etusivun kehittämisehdotuksia on kaksi. Mallinsin etusivusta kaksi eri versiota, sillä en ollut varma, miten ehdotettu osio toimisi teknisesti ja miten sitä olisi mahdollista rytmittää. Etusivun eri versiot on esitetty kuvioissa 9 ja 10, joissa mallinnukseen on lisätty tekstin tueksi kuvaa selventäviä, eri väreisiä ympyröitä ja numeroita. Mallinnukset löytyvät ilman ympyröitä liitteestä 10.

Yläpalkin navigaatiossa historia-sivu on korvattu yritys-sivulla (kuviot 9 ja 10, punainen ympyrä 1). Sivun sisältöä havainnollistetaan enemmän luvussa 6.2.

Kun asiakas saapuu yrityksen nettisivulle, tulisi käydä heti selväksi, mitä yritys tekee. Suomen Perinnetekstiilit Oy:n tekemisen keskiössä on ”perinteen jatkaminen”, sillä yritys tukee perinteisten käsityötekniikoiden säilymistä, tukee kansallispukujen korjausta sekä yleisesti ottaen jatkaa Helmi Vuorelma Oy:n perinteitä. Suomen Perinnetekstiilit Oy voisi tarjota ”kestävää suomalaista käsityötä jokaiselle.” Siksi nämä iskulauseet on nostettu sivun alkuun (kuviot 9 ja 10, vihreä ympyrä 1).

Ensimmäisessä versiossa Lue lisää -painike (kuvio 9, punainen ympyrä 2) johdaisi yrityksestä kertovalle sivulle ja toisessa versiossa painikkeen ohjaus olisi suoraan verkkokauppaan (kuvio 10, keltainen ympyrä 1). Tämä toimii selkeämpänä oikotienä suoraan verkkokauppaan pyrkivälle esimerkiksi mobiilinäkyvässä, missä ylävalikko on yhden painalluksen takana.

vuorelma
SUOMEN PERINNETEKSTIILIT OY

VERKKOKAUPPA AJANKOHTAISTA **1** YRITYS   Haku ...

1 Perinteiden jatkaja

Kestävää suomalaista käsityötä jokaiselle.

2 [Lue lisää](#)

2

3

Kansallispuku juhlistaa läpi elämän

Kansallispuku sopii asuksi erilaisiin perhejuhliin ja edustustilaisuuksiin. Valikoidumme on suuri, mutta jokien pukumallit ovat ikäsuosikkeja.

3 [Kohti kansallispukea](#)

4

Kansallispuvussa näytät mistä tulet

Kansallispuvujen kauniit yksityiskohdat sopivat osaksi arkipukeutumista. Voit hankkia puvusta vain yhden osan tai osan kenkällään.

4 [Perinteen kantajaksi](#)

5

Kansallispuku kestää sukupolvelta toiselle

Kansallispuvun huolto ja korjaus pidentää sen käyttöikää kerta toisensa jälkeen. Edullinen kirpputorilöytö saa uuden elämän.

5 [Tehty käytettäväksi](#)

6

Laadukkaat materiaalit helpottavat työtä

Kansallispukeihin käytettävät materiaalit valitaan huolella. Oikea tuntu, väri ja kuvio ovat yhtä tärkeitä kuin materiaalien alkuuperä.

6 [Langasta kankaaksi](#)

Tuoteryhmät



KANSALLISPUVUT



RYIJYT



PUKIJEN TARVIKKEET



KANKAAT



Kuvio 9. Etusivun kehittämisehdotus versio 1, eri väriset ympyrät ja numerot tekstin tueksi

vuorelma
SUOMEN PERINNETEKSTIILIT OY

VERKKOKAUPPA AJANKOHTAISTA **1** YRITYS   Haku ...

1 Perinteiden jatkaja

Kestävää suomalaista käsityötä jokaiselle.

1 Verkkokauppaan

2



Kansallispuku juhlistaa läpi elämän
Kansallispuku sopii asuksi erilaisiin perhejuhliin ja edustustilaisuuksiin. Valikoimamme on suuri, mutta jotkin pukumallit ovat ikisuosikkeja.

Kohti kansallispukua →



Kansallispuvussa näytät mistä tulet
Kansallispukujen kauniit yksityiskohdat sopivat osaksi arkipukeutumista. Voit hankkia puvusta vain yhden osan tai osan kerrallaan.

Perinteen kantajaksi →



Kansallispuku kestää sukupolvelta toiselle
Kansallispuvun huolto ja korjaus pidentää sen käyttöikä kerta toisensa jälkeen. Edullinen kirpputori löytö saa uuden elämän.

Tehty käytettäväksi →



Laadukkaat materiaalit helpottavat työtä
Kansallispukuihin käytettävät materiaalit valitaan huolella. Oikea vuntu, väri ja kuvio ovat yhtä tärkeitä kuin materiaalien alkuperä.

Langasta kankaaksi →



Pieni käsityö vai suuri katseenvangitsija?
Ryijy huokuu sisustuksessa lämpöä ja muistuttaa tekijänsä kädenjäljestä. Tekniikkaan on helppo tutustua pienempien **6** kokepakkauksen avulla.

Kotia koristamaan →



Joustava ja osaava asiakaspalvelu
Kansallispukualalla saatat törmätä monenlaisiin pohdintoihin jo ennen puvun valintaa. Älä epäröi ottaa yhteyttä: selvitetään haasteet yhdessä! **7**

Me autamme sinua →

Kuvio 10. Etusivun kehittämisehdotus versio 2, eri väriset ympyrät ja numerot tekstin tueksi

Kummassakin versiossa sivustolle luodaan osio, jossa kuvien ja lyhyiden tekstien avulla johdatellaan erilaisia asiakasryhmiä selventävän tiedon pariin (kuviot 9 ja 10, vihreä ympyrä 2). Koska sivupohjan toiminnallisuuksia ei ollut konkreettisesti mahdollista kokeilla, pohdin, millaisia osioita WordPress-pohjalla tehdyille sivuille on yleensä mahdollista lisätä. Alasivut, joihin kuvilla ja teksteillä johdatellaan, on esitelty luvussa 6.2.

Ensimmäisessä versiossa ehdotetut tekstit ovat:

Kansallispuke juhlistaa läpi elämän: Kansallispuke sopii asuksi erilaisiin perhejuhliin ja edustustilaisuuksiin. Valikoimamme on suuri, mutta jotkin pukumallit ovat ikisuosikkeja. *Tämän tekstin jälkeen oleva painike ohjaa sivulle Kohti kansallispuke.*

Kansallispuvussa näytät mistä tulet: Kansallispukejen kauniit yksityiskohdat sopivat osaksi arkipukeutumista. Voit hankkia puvusta vain yhden osan tai osan kerrallaan. *Tämän tekstin jälkeen oleva painike ohjaa sivulle Perinteen kantajaksi.*

Kansallispuke kestää sukupolvelta toiselle: Kansallispuken huolto ja korjaus pidentää sen käyttöikä kerta toisensa jälkeen. Edullinen kirpputorilyöntö saa uuden elämän. *Tämän tekstin jälkeen oleva painike ohjaa sivulle Tehty käytettäväksi.*

Laadukkaat materiaalit helpottavat työtä: Kansallispukeihin käytettävät materiaalit valitaan huolella. Oikea tuntu, väri ja kuvio ovat yhtä tärkeitä kuin materiaalien alkuperä. *Tämän tekstin jälkeen oleva painike ohjaa sivulle Langasta kankaaksi.*

Ensimmäisessä ehdotuksessa (kuvio 9) etusivu jatkuisi tästä verkkokaupan tuotekategorioiden kuten aiemmin. Alempana etusivulla olleista ominaisuuksista tärkeimpiä ovat kansallispukejen materiaalien hankinnasta kertonut kirjoitus ja linkit tekniikkavideoihin. Poistaisin nämä linkit etusivulta ja käyttäisin materiaalien hankinnasta kertovaa kirjoitusta uuden sivun (Langasta kankaaksi) pohjana.

Tekniikkavideot tulisi kategorisoida löytyväksi blogista helpommin ja niihin voisi viitata tekemisestä kertovalla sivulla (Tehty käytettäväksi).

Toisessa versiossa toiseen osioon (kuvio 10, vihreä ympyrä 2) on lisätty ensimmäiseen versioon verrattuna kaksi uutta kuvan ja tekstin yhdistelmää. Yksi uusi sivu (kuvio 10, punainen ympyrä 6) on varattu ryijyjien asiakaskunnalle, vaikka tässä tutkimuksessa ei huomioitu Suomen Perinnetekstiilit Oy:n ryijyjä tarkemmin. Kuudes linkki (kuvio 10, punainen ympyrä 7) johtaisi myös uudelle Yritys-sivulle ja ohjaisi näin asiakaspalveluun aiempaa paremmin.

Toiseen versioon lisätyt uudet tekstit ovat:

Pieni käsityö vai suuri katseenvangitsija? Ryijy huokuu sisustuksessa lämpöä ja muistuttaa tekijänsä kädenjäljestä. Tekniikkaan on helppo tutustua pienempien tarvikepakkausten avulla. *Tämän tekstin jälkeen oleva painike ohjaa sivulle Kotia koristamaan.*

Joustava ja osaava asiakaspalvelu: Kansallispuikualalla saatat törmätä monenlaisiin pohdintoihin jo ennen puvun valintaa. Älä epäröi ottaa yhteyttä: selvitetään haasteet yhdessä! *Tämän tekstin jälkeen oleva painike ohjaa sivulle Me autamme sinua.*

Luvussa 6.2 on esitelty uudet alasisivut, joihin etusivulta ohjataan.

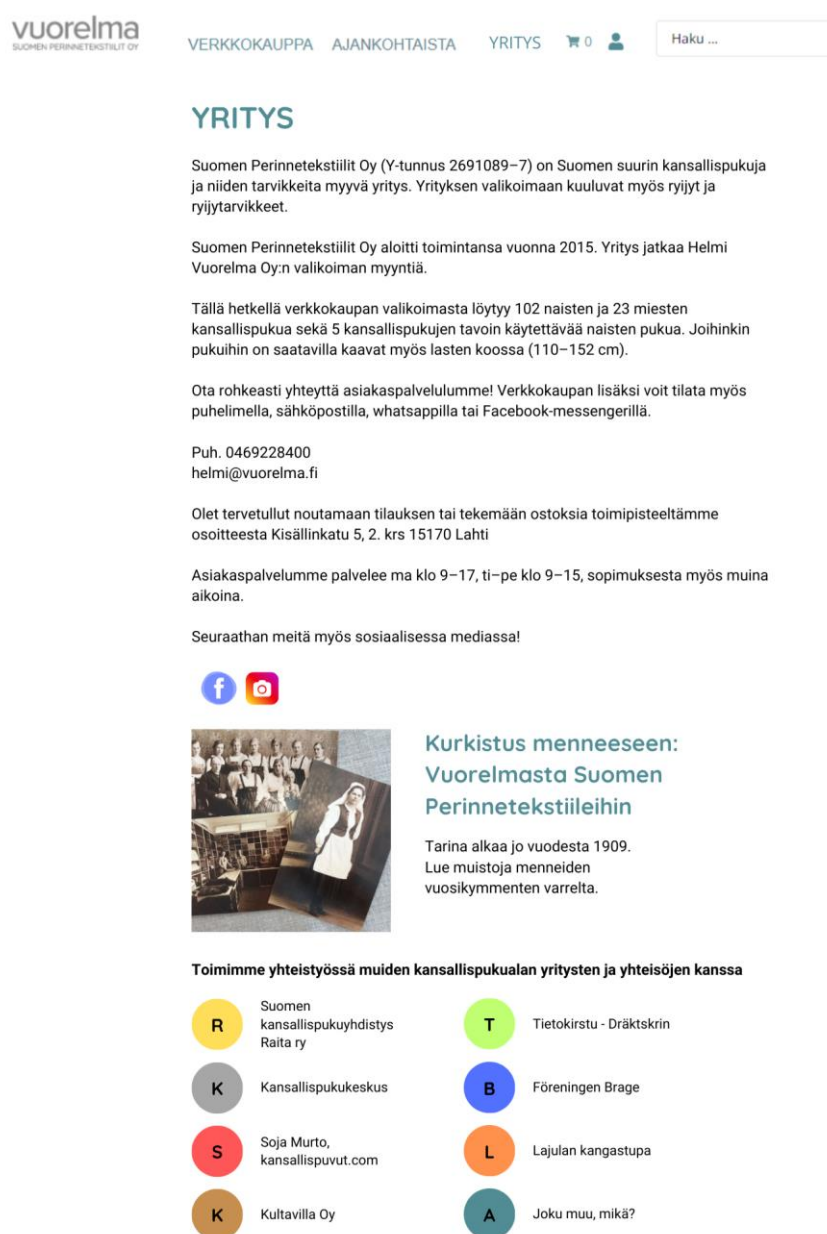
6.2 Uudet alasisivut

Tässä luvussa esitellyt uudet alasisivut löytyvät kuvallisena mallinnuksena myös liitteestä 10. Sivujen otsikot ovat samat kuin ehdotetuilla etusivuilla olevien painikkeiden tekstit. Mallinnuksissa tekstissä olevat siniset, alleviivatut tekstit olisivat linkkejä olemassa oleville sivuille.



Aiemmin Internet-sivujen ylävalikossa oli suora linkki historia-sivulle, jolla kerrottiin lähinnä Helmi Vuorelma Oy:n toiminnasta. Vaikka se on tärkeää taustatie-

toa, ehdotan kehittämissuunnitelmassani uutta sivua, jonka painopiste on nykyisessä yrityksessä, itse Suomen Perinnetekstiilit Oy:ssä. Sivun otsikko on Yritys. Sivun mallinnus on esitetty kuviossa 11.

Sivulla kerrotaan lyhyesti yrityksen liiketoiminnasta ja ohjataan asiakaspalveluun. Tältä sivulta on linkki Historia-sivulle sekä yrityksen kanssa yhteistyössä toimiviin sidosryhmiin. Yhteistyökumppaneiden kohdalle voisi lisätä myös tietoa siitä, miten yhteistyö näkyy tai mitä tietoa juuri kyseinen taho tarjoaa.



vuorelma
SUOMEN PERINNETEKSTIILIT OY

VERKKOKAUPPA AJANKOHTAISTA YRITYS  0  Haku ...

YRITYS

Suomen Perinnetekstiilit Oy (Y-tunnus 2691089-7) on Suomen suurin kansallispukea ja niiden tarvikkeita myyvä yritys. Yrityksen valikoimaan kuuluvat myös ryijyt ja ryijytarvikkeet.

Suomen Perinnetekstiilit Oy aloitti toimintansa vuonna 2015. Yritys jatkaa Helmi Vuorelma Oy:n valikoiman myyntiä.

Tällä hetkellä verkkokaupan valikoimasta löytyy 102 naisten ja 23 miesten kansallispukea sekä 5 kansallispukejen tavoin käytettävää naisten pukua. Joihinkin pukuihin on saatavilla kaavat myös lasten koossa (110–152 cm).



Ota rohkeasti yhteyttä asiakaspalveluumme! Verkkokaupan lisäksi voit tilata myös puhelimella, sähköpostilla, whatsappilla tai Facebook-messengerillä.


Puh. 0469228400
helmi@vuorelma.fi

Olet tervetullut noutamaan tilauksen tai tekemään ostoksia toimipisteeltämme osoitteesta Kisällinkatu 5, 2. krs 15170 Lahti

Asiakaspalvelumme palvelee ma klo 9–17, ti–pe klo 9–15, sopimuksesta myös muina aikoina.

Seuraathan meitä myös sosiaalisessa mediassa!









 



Kurkistus menneeseen: Vuorelmasta Suomen Perinnetekstiileihin

Tarina alkaa jo vuodesta 1909.
Lue muistoja menneiden vuosikymmenten varrelta.

Toimimme yhteistyössä muiden kansallispukealan yritysten ja yhteisöjen kanssa

 Suomen kansallispukeuyhdistys Raita ry	 Tietokirstu - Drähtskrin
 Kansallispukekeskus	 Föreningen Brage
 Soja Murto, kansallispuvut.com	 Lajulan kangastupa
 Kultavilla Oy	 Joku muu, mikä?

Kuvio 11. Uusi sivu: Yritys

Sivulla ”Kohti kansallispukua” kerrotaan perustietoja kansallispuvuista ja ohjataan laajemman tiedon ääreen. Sivun mallinnus on esitetty kuvioissa 12, 13 ja 14. Omaksi osiokseen on nostettu kansallispukujen esikuvien eli kansanpukujen osat, sillä tutkimuksessa erityisesti pukuihin kuuluvat osat herättivät kysymyksiä. Tätä asiaa on vaikea selventää lyhyesti, sillä puvuissa on myös paljon poikkeuksia. Tässäkin on ohjattu lukemaan aiheesta muualta.

Uuden kansallispuvun hankintaa on avattu esimerkkikysymysten avulla. Kysymykset liittyvät puvun valintaan, toimitusaikaan, mittojen ottoon ja hintaan. Puvun kokonaishintaan on annettu muutamia konkreettisia esimerkkejä siitä, mitä pukukokonaisuuteen kuuluu ja mihin hintaan. Etelä-Pohjanmaan miehen tarkistamattoman puvun kohdalle halusin myös merkitä esimerkkihinnat helavyölle ja puukolle sekä pukuun sopivalle huopahatulle, vaikka nämä eivät kuulu Suomen Perinnetekstiilit Oy:n valikoimaan.

Sivulla on myös korostettu puvun suomalaista valmistusta. Koska tutkimuksessa uuden puvun hankkijat toivat esille myös halun ostaa käytettyjä pukuja, koin tärkeäksi ohjata tällä sivulla myös pukujen korjauspalveluiden pariin.

Lopuksi uuden puvun ostajalle kerrotaan vielä sukkien, kenkien, huivien ja alushameiden hankinnasta.

Kohti kansallispukua

Suomalaiset kansallispuvut pohjautuvat 1700- ja 1800-lukujen maaseudun ja kaupunkien tavallisen kansan juhlapukuihin. Erilaisia kansallispukuja ja niiden eri versioita, sekä niiden tavoin käytettäviä fantasia-, kuoro- ja pitäjänpukuja on jopa 550 erilaista. Suomen Perinnetekstiilit Oy:n verkkokaupan valikoimasta löytyy 102 naisten ja 23 miesten kansallispukua sekä 5 kansallispukujen tavoin käytettävää naisten pukua.

Lue lisää Suomen kansallispukukeskuksen sivuilta: [Mikä kansallispuku on?](#)

Lue lisää Suomen kansallispukuyhdistys Raita ry:n ylläpitämästä Tietokirstusta: [Mikä on suomalainen kansallispuku?](#)

Kansallispukumalleja ovat koonneet eri vuosikymmeninä lukuisat tutkijat ja asiantuntijat. Suomen Perinnetekstiilit Oy:n valikoimaan kuuluu etenkin Uuno Taavi Sireliuksen, Tyyni Vahterin ja Toini-Inkeri Kaukosen kokoamia pukuja, sekä neljätoista Kansallispukuraadin aikana suunniteltua tai tarkistettua pukua.

Lue lisää kansallispukuvalmistaja Soja Murron blogista: [Tarkistettu kansallispuku - mikä ja miksi?](#)

Kansanpukujen osat kansallispukujen esikuvina

Kansanpukujen aikaan naisen pukukokonaisuuteen kuuluivat **paida, hame, esiliina, liivi, röijy, päähine, sukat ja kengät**.

Paidan pitkä helma vastasi alushametta ja hameita saatettiin myös pukea päällekkäin useita, komein päällimmäisenä. Huivi ja koru täydensivät asukokonaisuuden ja päällysvaatteena oli esimerkiksi viitta.

Päähine viesti naimaikäisyydestä: tytöt käyttivät nauhoja tai nauhapäähineitä, aikuinen nainen peitti päänsä. Muita kansallispukujen esikuva-ajoilta talletettuja vaatekappaleita ovat erilaiset käsineet ja nauhat, irtotaskut ja muut kantovälineet, sekä vyöt, yölliset ja avainkokat.

Tietokirstusta löytyvät esimerkiksi artikkelit: [Millainen on länsisuomalainen naisen kansallispuku?](#)
[Karjalainen naisen kansallispuku](#)

Miehen kansanomaiseen pukukokonaisuuteen kuuluivat **paida, housut, liivi, röijy tai muu päällysvaate, päähine, sukat ja kengät**.

Paidan pääntie voitiin kiinnittää soljella ja kaulus tukea pystyyn kaulaliinalla. Koristeellisten helavöiden lisäksi pukuun saattoi kuulua näyttävä villavyö päällysvaateen vyöttämiseen sekä olkaimet housujen tukemiseen

Miehet kuljettivat tavaroita pienissä virkatuissa sulhaspussissa, puisissa vakoissa, sekä nahkaisissa laukuissa tai repuissa.

Kun kansallispukua käytetään juhlapukuna, se on pukukokonaisuus, johon kuuluvat tietyt osat. Pukukokonaisuuteen kuuluvat osat vaihtelevat: joihinkin pukuihin ei kuulu esimerkiksi esiliinaa tai päällysvaatetta.

Tutki pukukokonaisuuksia esimerkiksi [Kansallispuvut.fi](#)-sivustolta sekä tutustu kansallispukukeskuksen pukeutumishjeisiin: [Kansallispukuun pukeutuminen](#)

Kattavan lähdeluettelon erilaisista kirjoista ja sähköisistä lähteistä löydät Tietokirstusta: [Kirjallisuusluettelo](#)

Kansallispuvun hankinta

Kansallispuvun voi ratkaista loppuelämäsi juhlapukeutumishaasteet. Ostamalla kansallispuvun tuet myös suomalaista työtä: pukujemme valmistukseen osallistuu esimerkiksi värjäreitä, kutojia, ompelijoita, nyplääjiä, koruseppiä ja tykkimysyvalmistajia ympäri Suomen.

Jos haaveilet oman puvun hankkimisesta, autamme haaveen toteuttamisessa mielellään! Saatat pohtia pukuun liittyen esimerkiksi seuraavia asioita:

Voinko valita minkä vaan pukumallin vai pitääkö sen olla sukujuurieni mukaan?

Suomalaista kansallispuvua ei tarvitse valita sukujuurien tai asuinpaikan mukaan, mutta se voi olla yksi tapa rajata vaihtoehtoja. Voit myös valita puvun lempivärien tai huollon helppouden perusteella - tai jos teet puvun itse, tekniikoiden perusteella.

Kuinka nopeasti saan puvun itselleni?

Valmistamme kaikki kansallispuvut mittojen mukaan ja Suomessa alihankkijoilla. Kokonaisen kansallispuvun tilaukseen kannattaa varata aikaa, sillä alihankkijoidemme työjonot ovat usein pitkiä. Keskimäärin uuden puvun valmistus kestää XX kuukautta, mikäli materiaalit ovat valmiina varastollamme.

Kuka ottaa mitat pukua varten? Jos joudun mittaamaan itseni, miten osaan?

Mikäli pystyt asioimaan Lahden toimipisteellämme, voimme ottaa sinusta mitat. Voimme myös toimittaa sinulle kattavat mittausohjeet, joiden perusteella sinä tai läheisesi otatte mitat ja valokuvat. Otamme usein huomioon myös alihankkijan ja asiakkaan sijainnin, jotta kansallispuvun sovitus olisi mahdollista valmistuksen aikana.

Maksanko puvun heti tilauksen yhteydessä?

Kansallispuvukokonaisuus kannattaa tilata asiakaspalvelumme kautta puhelimitse tai sähköpostilla. Silloin voimme parhaiten auttaa sinua tilaamisessa sekä sopia toimitusajoista ja maksusta. Perimme tilauksen yhteydessä 20 % kauppasummasta ja lopun 80 % tuotteen valmistuttua ennen toimitusta.

Mitä koko kansallispuvun maksaa?

Puvun hinta on monen asian summa. Erityisesti hintaan vaikuttavat arvokkaat, käsin kudottavat materiaalit tai pikkutarkka käsityö. Olemme valikoineet kansallispuvukalikoimastamme muutamia hintaesimerkkejä alle.



Häme tarkistettu naisen puku

- Punainen verkkahame
- Suomi-paita, puolipellavaa
- Liivi
- Esiliina ilman pitsiä, puolipellavaa
- Tasku
- Tanu (päähine)

5 330 €

sis. ALV 25,5%



Rautjärvi naisen puku

- Tummansininen hame (kuvassa oikealla)
- Paita, puolipellavaa
- Liivi
- Ripsiraitainen esiliina
- Paljinsolki
- Sykerö (päähine, kuvassa oikealla)
- Vyölliset

3 745 €

sis. ALV 25,5%



Peräpohjola naisen puku

- Liivihame
- Paita, puolipellavaa
- Paritaskut
- Paljinsolki
- Silkkiesiliina
- Hartiahuivi
- Tykkimyssy (päähine) ja tyllipitsi (ostopitsi)

4 427 €

sis. ALV 25,5%



Etelä-Pohjanmaan miehen tarkistamaton puku

- Housut
- Paita, puolipellavaa
- Liivi
- Takki

4 015 €

sis. ALV 25,5%

Helavyö ja puukot lisäksi Järvenpää Oy alkaen 575 €

Huopahattu Hattu.fi alkaen 202 €



Johannes miehen puku

- Polvihousut
- Paita, puolipellavaa
- Liivi
- Takki (ei kuvassa)
- Paidan solki

4 036 €

sis. ALV 25,5%

Pukuun kuuluviin neulemysyyn ja villasukkiin ei ole valmista hintaa, pyydä tarjous!

Pukujen hinnat vaihtelevat siis noin 3 000 eurosta 6 000 euroon ja joissain puvuissa sen ylikin. Hintaan vaikuttavat mm. erilaisten materiaalien valinnat. Autamme sinua puvun hankintapäätöksissä, ole rohkeasti yhteydessä!

Me emme myy käytettyjä pukuja, mutta palvelemme kyllä kansallispukujen korjauksissa! Tutustu pukujen korjausmahdollisuuksiin sivulla [Tehty käytettäväksi](#)

Sukat, kengät ja muut asusteet

Naisten puvuissa käytetään yleisesti valkoisia puuvillasukkia. Joihinkin pukuihin suositellaan värillisiä sukia. Löydät kaikkiin pukuihin sopivat perussukat valikoimastamme.

Läntisiin naisten pukuihin, kuten Hämeen tarkistettuun pukuun on mahdollista lisätä silkkinen hartiahuivi. Kaikkien naisten pukujen alle kannattaa pukea ryhdikäs pellavainen alushame.

Valikoimaamme ei kuulu kenkiä. [Töysän kenkätehdas](#) on valitettavasti lopettanut joidenkin supikasmallien valmistuksen, mutta löydät hajakokoja vielä verkkokaupasta. Kansallispukujen kanssa suositellaan käytettävän mustia nauhakenkiä, solkikenkiä tai avokkaita.



Sukat



Huivit



Alushameet

Sivulla ”Perinteen kantajaksi” esitellään kansallispuikujen osien yksittäistä käyttöä sekä tuotteita, joita on valmistettu kansallispuikumateriaaleista. Sivun mallinnus löytyy kuviosta 15. Sivulla kannustetaan kaavojen hyödyntämiseen sekä markkinoidaan pirtanauhan ABC -valmistuspakkauksia. Sivulla on viitattu myös aiemmin etusivulta löytyneisiin tekniikkavideoihin.

Sivulle olisi mielekästä vielä lisätä inspiraatiokuvia asukokonaisuuksista. Yritys voisi halutessaan myös mainostaa niitä yrittäjiä, jotka valmistavat kansallispuikuaiheisia tuotteita

Sivun ”Tehty käytettäväksi” tavoitteena on lisätä olemassa olevien puikujen käyttöä ja pidentää niiden käyttöikää korjaamalla ja huoltamalla. Sivun mallinnus löytyy kuvioista 16 ja 17. Sivulla on mainostettu yrityksen korjauspalvelua ja viitattu aiemmin etusivulta löytyneisiin tekniikkavideoihin sekä kerrottu puikujen ompelusta koneella ja käsin.

Puvun korjaukseen on nostettu yleisimpiä esimerkkejä sekä niihin sopivia tuotteita. Tätä tehdessäni pohdin, että yrityksen olisi järkevää myydä myös laajempaa korjausohjetta sekä korjaukseen soveltuvia tilkkuja pakettina. Näitä korjauspakkauksia voisivat olla esimerkiksi vyötärön korjaukseen, helman pidentämiseen ja paidan tai liivin leventämiseen tarkoitetut pakkaukset.

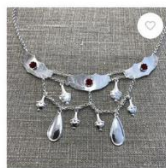
Sivu ”Langasta kankaaksi” perustuu pääosin aiemmin etusivulta löytyneeseen ”Kansallispuikumateriaalien hankinnasta” -blogikirjoitukseen. Sivun mallinnus löytyy kuvioista 18 ja 19. Olen täydentänyt tekstiä muutamien materiaalien alkuperätiedoilla, kertomalla puolipellavan ja pellavan eroista sekä teollisesti valmistettujen villakankaiden kutojasta.

Perinteen kantajaksi

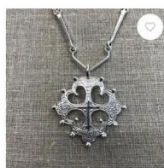
Monelle kansallispuvuista kiinnostuneelle on syttynyt halu tuoda esille omia sukujuuria, suomalaisuutta ja kansanperinnettä. Vaikka kansallispuku sopiikin monenlaisiin tilanteisiin ja juhliin, arjessa mukavinta on käyttää vain yksittäistä puvun osaa.

Tätä ilmiötä kutsutaan kansallispukupiireissä nimillä Tuunaa mun perinne tai juuripukeutuminen. [Karjalainen Nuorisoliitto](#) lanseerasi vuonna 2015 Tuunaa mun perinne -haasteen, josta nimi jäi elämään. Voit etsiä termeillä inspiraatiota esimerkiksi Instagramin kautta!

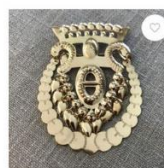
Kansallispuvun voi hankkia vaikka osa kerrallaan tai vanhaa pukua täydentäen. Valikoimastamme esimerkiksi korut ja soljet ovat juhlavia asusteita.



Itä ja Viikolahti tarkistamaton
leveytlipas
595,00 €



Raja-Karjala riipus
545,00 €



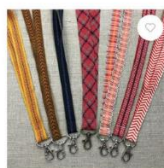
Etelä-Pohjanmaa helysoiki
445,00 €

Kansallispuvujen materiaaleista voi valmistaa muitakin tuotteita, kuten laukkuja ja koruja. Omasta valikoimastamme löydät kansallispukukankaiset pinssit sekä erilaisista, pukuihin kuuluvista nauhoista valmistetut avainnauhat.

Valmistamme pinssit ylijäämämateriaaleista, emmekä aina huomaa päivittää saatavilla olevia pinssejä verkkokaupan valikoimaan. Kysyähän siis rohkeasti [asiakaspalvelusta](#), jos haluat pinssin jonkun tietyn puvun kankaasta. Teemme pinssejä tarvittaessa lisää!



Kansallispukukankaiset pinssit
5,00 €



Avainnauha
18,00 €

Onko kotiseutusi puvussa kaunis liivin malli, mutta puvun kankaat eivät toista värejäsi? On sallittua, suorastaan kannustettavaa, käyttää pukujen kaavoja yksityisessä käytössä myös muista kankaista ommellessa. Voit tähdätä perinnehenkiseen pukeutumiseen tai tehdä harjoitusliivin, jotta ohjeet tulevat tutuksi.

Kansallispuvuissa käytettävät tekniikat ovat myös mielenkiintoisia. Jos oma puku siintää tulevaisuuden haaveena, mutta kädentaidot vaativat vähän harjoittelua, aloita esimerkiksi pirtanauhan ABC -kudontapakkauksista. [Blogistamme](#) löydät myös vinkkejä erilaisiin yksittäisiin [valmistustekniikoihin](#), kuten lankasilmun ompeluun ja reikäompelun alkeisiin.



Liivin kaavat ja ohjeet



Pirtanauhan ABC -kudontapakkauksen
aloittelijalle
40,00 €



Painittuun pirtanauhan ABC
61,00 €

Tehty käytettäväksi

Kansallispuku on parhaimmillaan, kun sitä käytetään usein. Mitä jos lähtisit mukaan haasteeseen, ja käyttäisit kansallispukea vähintään kolmesti vuodessa? Esimerkiksi Kalevalan päivä (helmikuussa), tuuletuspiknikit kesällä sekä itsenäisyyspäivä (joulukuussa) ovat erinomaisia käyttötilanteita!

Jos kaipaat apua kansallispuvun eri osien pesuun ja arkiseen huoltoon, tutustu esimerkiksi Kansallispukekokeskuksen sivuilta tai Tietokirstusta löytyviin ohjeisiin:

[Vanhan kansallispuvun hoitaminen](#)

[Kansallispuvun huolto](#)

Kutistuiko puku kaapissa tai oliko edellinen käyttäjä muodoltaan kapeampi? Vanhoihin Helmi Vuorelma Oy:n valmistamiin liiveihin jätettiin saumavaroihin ylimääräistä, jotta pukua saattoi vuosien aikana suurentaa. Valmistamme uusien kansallispuken liivit edelleen vuorittamalla osat yksittäin. Näin puvun käyttöikä on helpompi jatkaa. Omaa pukua valmistaessa voit myös tutustua kansanomaisempiin vuoritusapoihin.

Alempaa löydät vinkkejä pukujen korjauksiin, mutta jos ompelu ei ole vahvin taitosi, tarjoamme puvuille myös korjauspalvelua! Käymme yhdessä läpi korjaustarpeet ja tarvittavat materiaalit sekä välitämme puvun alihankintaompeleijollemme korjattavaksi. Ota rohkeasti [yhteyttä](#): katsotaan, miten voisimme jatkaa pukusi käyttöikä!

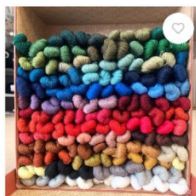
Voit korjata ja ommella puvut joko ompelukoneella tai käsin. Tarvikepakkauksiin myymme koneompeluun soveltuvia puuvillalankoja ompeluun, sillä ne ovat villakankaan ompelussa hellempää. Käsin ompeluun soveltuvat pellavalangat löydät [täältä](#).

[Blogistamme](#) löydät myös vinkkejä erilaisiin yksittäisiin [valmistustekniikoihin](#), kuten lankasilmun ja punospistoreiän ompeluun.

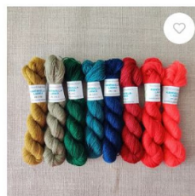
Vinkkejä puvun korjaukseen

Hameen vyötärön voi purkaa ja laskostaa uudelleen. Vyötärönauhaksi sopii esimerkiksi pellavakaitale, esimerkiksi [Anna-vuoripellavasta](#). Jos hameen helmassa on pidennysvara, voit avata helman pituuden kokonaan ja lisätä helmaan kaitaleen Anna-vuoripellavasta. Käännä kaitaleen osuus nurjalle ja ompele käänne käsin kiinni. Näin saat helmasta kaiken pituuden käyttöön ja helma kestää käyttöä paremmin.

Villakankaisesta hameesta tai liivistä löytyvät pienet reiät on mahdollista parsia. Myymme kampavillalankoja minikokoisissa 100 m dokissa, jotka sopivat erinomaisesti juuri korjauksiin. Jos et tiedä oikeaa värisävyä, autamme valinnassa. Myymme myös joihinkin pukuihin valmiiksi sopivia korjaussarja-pakkauksia, joissa on kaikki kyseisen puvun hamekankaan sävyt. Värisävyt ovat toki voineet aikojen saatossa hieman muuttua, ja sävy riippuu myös värjäyserästä ja villan alkuperästä.



Kampavillalanka mini, dokka 100m
4,00 €



Kansallispukekankaan korjaussarja
12,00 € - 28,00 €

Kuvio 16. Tehty käytettäväksi -sivun mallinnus, osa 1

Jos liivin sivusaumojen saumavarat on jo otettu käyttöön, liiviä voi suurentaa lisäämällä pienet lisäpalat sivusaumoihin. Tällä tavalla liivin ympärysmittaa on mahdollista suurentaa vielä noin 10 cm (5 cm per puoli), mutta liivin ei välttämättä suurentamisen myötä pysy samana. Jos tarvitset liivin suurentamiseen tilkkuja, voit kysellä asiakaspalvelustamme sopivia ylijäämämateriaaleja tai ostaa tarvitsemasi kangaspalan.

Jos paita on vielä käyttökelpoinen, mutta se kiristää kainaloista, siihen kannattaa lisätä väljyyttä. Jos paidan hihat ovat sopivan mittaiset, lisää väljyys sivusaumaan ja kainaloon esimerkiksi ylöspäin kapenevalla kangassuikaleella. Jos paitaan tarvitaan lisää tilaa rinnanympärykselle ja pituutta hihoille, lisäkappale kannattaa lisätä miehustakappaleeseen niin, että lisäpala jää liivin olkainten alle.

Helmi Vuorelma Oy:n valmistamissa paidoissa käytettiin aikanaan ohutta ja pehmeää Helmi-puuvillaa. Se ei kuulu enää kangasvalikoimaamme, mutta voit leventää paitaa [Linnea-pellavakankaalla](#), joka on laadultaan miellyttävä. Lyhyttä paitaa voi hameen alle jatkaa myös [Anna-vuoripellavalla](#) tai lakanakankaalla.

Joskus paita tai esiliina tulee elinkaarensa päähän ja sen tilalle kannattaa hankkia kokonaan uusi. Valikoimaamme kuuluvien pukujen paitoja saat joko valmiina tai tarvikepakkauksina. Voit myös ostaa kaikkia materiaaleja erikseen.

Pukuun tarvitsee aika ajoin uusia sukat. Useimpiin läntisiin naisten pukuihin voi lisätä hartioiden silkkihuivin, jolla saat pukuun vaihtelua eri tilaisuuksiin. Ehkä puvustasi myös vielä puuttuu jokin osa, kuten aikuisen päähine, koru, solki tai vyölliset?



Tarvikepakkaukset
puvuittain



Paitojen
tarvikepakkaukset



Asusteet

Kuvio 17. Tehty käytettäväksi -sivun mallinnus, osa 2

Langasta kankaaksi

Materiaalin valinnassa ovat ensimmäisenä ohjaavana tekijänä esikuvat. Jotta siitä saataisiin valmistettua esikuvien kaltainen tuote, on tavoiteltava mahdollisimman samankaltaista raaka-ainetta. Tarvittaessa meitä auttaa Kansallispuukeskus, joka pystyy antamaan asiantuntija-arvion tarjolla olevien vaihtoehtojen soveltuvuudesta.

Nykymaailman tekstiilimateriaalit ovat suurelta osin aika erilaisia kuin parisataa vuotta sitten, joten käytännössä lähes aina joudutaan jollain osa-alueella tyytymään kompromissiin. Todella harvat kansallispuvuissa käytettävät materiaalit ovat edelleen suosittuja ja yleisiä, joten alihankkijoiden ja hankintapaikkojen etsintä on osa normaalityyppiä, kun aina jostain päästä jonkun materiaalin valmistus lopetetaan tai niissä saattaa olla väliaikaisia saatavuusongelmia.

Tekstiilit ovat ominaisuuksiltaan erilaisia jo kuituraaka-aineista lähtien. Nykyään käytetään paljon kuituja, jotka esikuvien aikaan eivät olleet olemassakaan. Tutut luonnonkuitutkaan eivät ole samanlaisia kuin 200 vuotta sitten; nykyiset kuitukasvit kasvavat kasteltuina, lannoitettuina ja tuholaiset torjuttuna huomattavasti nopeammin kuin tuolloin ja lampaat, jotka villaa nykyään tuottavat, ovat pidemmälle jalostettuja.

Lankojen kehuussa painotetaan erilaisia ominaisuuksia entisaikaan nähden, etenkin villan suhteen pehmeys on kovin vallitseva tavoite, kun aiemmin liki vastakohtainen ominaisuus kestävyys oli pehmeyttä paljon suuremmissa huudoissa.



Vuorelman kampavillalanka

- materiaali: 100% kampavilla, koinsuojattu
- vahvuus: Nm 36/2 (tex 28 x 2)
- myyntipakkaus: 50 g vyyhti = 800 m tai n. 6 g = 100 m
- ostetaan lankana Italiasta, villan alkuperämaa ei tiedossa
- Kartassa 77 väriä, kysy loppuneista väreistä toimitusaikoja.
- Hieno kampalanka kudontaan, sopii esim. kansallispuukankaisiin, muihin vaatetus- ja sisustuspuukankaisiin sekä huiveihin.

Etsimme mahdollisia materiaaleja tai hankintapaikkoja lähes yksinomaan internetistä, ihan niin kuin yksittäiset kuluttajatkin. Joitain tuotteita, joille on olemassa vielä suomalaisia tukkuliikkeitä, voimme tiedustella suoraan tutuilta tukkureilta, mutta vähänkään erikoisempien tuotteiden kanssa hankintapaikat ovat ulkomailla. Silloin tällöin saamme vinkejä myös kollegoilta.

Niissä harvoissa tuotteissa, joissa on reilummin valinnan varaa, merkitsee laadun lisäksi myös hinta, mutta harvoin pystymme esimerkiksi kilpailuttamaan hankintoja, koska ostoerämme ovat niin pieniä. Joka tapauksessa laatu on määräävä tekijä, sillä Perinnetekstiilien materiaaleista valmistetaan tuotteita, joiden on oltava niihin uhrattavan työn arvoisia ja joiden on tarkoitus kestää kymmeniä vuosia.



Linnea pellavakangas

- kudotaan Belgiassa Euroopassa kasvatetusta ja kehrätystä pellavasta.
- 100 % pellava, valkaistu
- 165 g / m²
- Kutistuu n. 5-7 %
- Kangasta on kahta leveyttä: 180 cm ja 243 cm

Kuvio 18. Langasta kankaaksi -sivun mallinnus, osa 1

Kiinnitämme huomiota myös hankittavien materiaalien eettisyyteen. Olemme pyrkinet löytämään vaihtoehtoja sellaisille tuotteille, joiden valmistusolosuhteista meillä ei ole käsitystä. Käyttämämme materiaalit ovat usein ainakin viimeiseltä valmistusvaiheeltaan eurooppalaisia, jolloin voimme olla sen tuotannon osan eurooppalaisesta vähimmäistason työ- ja ympäristölainsäädännöstä melko varmoja.

On mahdollista ja jopa todennäköistä, että eurooppalaiselta kutomolta ostettu kangas on valmistettu yhdellä tehtaalla värjätyistä ja toisella kehrätyistä langoista. Kuituraaka-aine saattaa olla kasvatettu vielä jossain muualla. Lankojen osalta värjäämön ja kehräämönkin usein saa selvitettyä, mutta kuitujen alkuperä osoittautuu yleensä jo asiaksi, josta harvemmin saamme tietoja kyselyistä huolimatta. Tämä ketju pitenee vielä yhdellä askelmalla, jos ostamme tuotteet viimeisen valmistusportaan sijasta tukkuliikkeestä ja silloin tiedot saattavat olla vielä hatarammat.

Kerromme verkkokaupassamme tuotteiden alkuperätiedot sillä tarkkuudella kuin ne itsellämme ovat tiedossa.



Kaisa puolipellavakangas

- valmistetaan Belgiassa.
- 51% pellava, 49% puuvilla, valkaistu
- 175 g / m²
- leveys 150 cm
- Kutistuu n. 5 %

Esiliinoissa ja paidoissa valmiiden tuotteiden ja tarvikepakkauskauksien kohdalla on valittavissa materiaaleina puolipellava ja pellava. Usein meiltä kysytäänkin, kumpi kannattaisi valita ja mitä ero kankailla on. Pellava mielletään karkeaksi, mutta laadukkaista, pitkistä kuiduista valmistettu Linnea on pehmeää. Mikäli ompelet käsin, sinun kannattaa ehdottomasti valita Linnea. Jos paidan yksityiskohtiin kuuluu reikäompeleita, on puolipellavasta ommellessa varmistettava, että **poistaa** puuvillaiset langat. Näin reikäompeleesta tulee siistimpi.

Konekudotut villakankaat kudotaan Suomessa Kultavilla Oy:ssä. Osa kankaista voidaan kutoa vain käsin: esimerkiksi kankaat, joissa on täplävärjättyjä lankoja eli flammuraitoja. Kaikki pukuihin liittyvät valmistavat työvaiheet tehdään Suomessa.



Tarkistamattoman Etelä-Pohjanmaan eli Härmän puvun helysoljen vanha piirros ja ohjeistavia merkintöjä koruseppää varten. Ylhäällä vanha mallihelysolki ja alla uusi päijähämäläisen korusepän tekemä koru valmiina pakattavaksi asiakkaan tilaukseen.

Kuvio 19. Langasta kankaaksi -sivun mallinnus, osa 2

Alaluvussa 6.1. etusivun kehittämissuositusten toisessa versiossa otsikoitu sivu ”Kotia koristamaan” liittyi ryijyihin. Tämä opinnäytetyö keskittyi yrityksen kansallispukuliiketoimintaan, joten en tehnyt ryijyihin liittyvästä sivusta mallinnusta.

Kehittämissuositukset esiteltiin Suomen Perinnetekstiilit Oy:lle, mutta niiden hyödyntäminen ja niiden vaikutukset Internet-sivujen asiakaskokemukseen jäivät kuitenkin opinnäytetyöprosessin ulkopuolelle. Luvussa 7 on pohdittu, mitä

vaikutusta kehittämis ehdotusten toteutumisella voisi olla yrityksen arkeen ja miten kehittämistyötä voitaisiin yrityksessä jatkaa eteenpäin.

7 Yhteenveto ja pohdinta

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen asiakaskokemusta. Kehittämishaasteen aluksi analysoitiin yrityksen Internet-sivujen nykyistä rakennetta ja kehittämistarpeita. Käyttäjätutkimuksessa selvitettiin, mitä tietoa Suomen Perinnetekstiilit Oy:n asiakkaat tarvitsevat ostopäätöksensä tueksi ja miten he käyttävät yrityksen Internet-sivuja. Käyttäjätutkimuksen ja lähdeaineistojen avulla yritykselle luotiin neljä esimerkkiasiakasta, jotka edustavat yrityksen tärkeimpiä asiakasryhmiä. Ideointivaiheessa pohdittiin ratkaisuja Internet-sivujen kehittämiseen sekä asiakasryhmien että yrityksen resurssien näkökulmista.

Opinnäytetyön tuloksena laadittiin kehittämis ehdotus, joka oli konkreettinen mallinnus uusituista Internet-sivuista. Kehittämis ehdotuksessa tärkeää oli asiakasryhmien palvelupolkujen selkeyttäminen ja vastuullisuusviestinnän vahvistaminen. Kehittämis ehdotukset toteuttamalla Suomen Perinnetekstiilit Oy voisi entistä paremmin vastata asiakkaidensa odotuksiin ja parantaa heidän käyttäjäkokemustaan.

Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen käytössä haasteet liittyivät eritoten tiedon puutteeseen. Moni tieto oli löydettävissä joko yrityksen tai sen sidosryhmien Internet-sivuilta tai muista viestintäkanavista, mutta ohjausta ja toistoa ei ollut riittävästi. Yrityksen kannattaa hyödyntää muiden alan toimijoiden tuottamaa sisältöä, koska alalla muut toimijat eivät ole yrityksen kilpailijoita vaan kumppaneita.

Jos yritys toteuttaa kehittämis ehdotukset mallinnuksen mukaisesti, olisi kiinnostavaa seurata esimerkiksi asiakaspalvelutilanteiden muuttumista: vähentääkö

uudenlainen rakenne Internet-sivuilla kyselyitä asioissa, jotka ovat helposti löydettävissä muualta? Uskaltaako yhä useampi ottaa yhteyttä, jos yhteystiedot on nostettu paremmin esille ja yhteydenottoon on kannustettu?

Olisi kiinnostavaa myös seurata, pystytäänkö kehittämis ehdotusten mukaisella ohjauksella nostamaan joidenkin tuotteiden myyntiä tai lähteekö yritys toteuttamaan erilaisia tuotteita asiakasprofiililähtöisesti. Tässä kehittämissaasteessa keskityttiin vain yksityisasiakkaisiin, mutta kiinnostavaa olisi myös selvittää, sopivatko kansallispukukurssien opettajat tai alalla toimivat yksityisyrittäjät johonkin olemassa olevaan asiakassegmenttiin vai pitäisikö heidän tarpeensa huomioida erikseen.

Kaikkia Suomen Perinnetekstiilit Oy:n verkkokaupan haasteita ei ryhdytty tässä kehittämissaasteessa ratkaisemaan. Jatkossakin tuoteyksikköjen suuri määrä haastaa tuotteiden kategorisointia ja logiikkaa. Se johtaa helposti tuotetietojen puutteisiin ja teknisiin ongelmiin. Ehkä asiakasprofiileja hyödyntämällä kategorioita voisi järjestää uudelleen ja vähentää.

Oma tavoitteeni opinnäytetyöprosessille oli tehdä jotain konkreettisesti alaa hyödyttävää. Kansallispukuuala on minulle tärkeä, ja olen toiminut alalla erilaisissa tehtävissä. Se asetti haasteen esimerkiksi käyttäjätutkimustilanteissa, etten ohjannut asiakkaan toimintaa tai laittanut sanoja asiakkaan suuhun. Käyttäjätutkimustilanteet olivat itselleni todella opettavaisia, ja erilaiset tavat ratkaista kansallispukuihin liittyviä haasteita toivat syvyyttä kehittämis ehdotuksiin.

Koko Vestonomi YAMK -koulutuksen ajan olen pohtinut alan kaupallisuuden, ja pukujen esikuvanmukaisuuden suhdetta ja löytänyt itseni niistä samoista keskusteluista, joita kansallispukumallien muokkaamisesta käytiin jo 1910-luvulla. Yritysten taloudellinen kannattavuus huolettaa, mutta toisaalta en ole itsekään innostunut tekemään kovinkaan suuria myönnytyksiä pukumallien modernisoinnin suuntaan. Enemmänkin toivoisin, että kansallispukujen arvostus kasvaisi niin, ettei korkea hinta tuntuisi esteeltä vaan investoinnilta.

Minua on kiinnostanut myös erityisesti kansallispukualan vastuullisuus, ja alun perin toivoin, että se nousisi opinnäytetyössä merkittävämpään asemaan. Käytätutkimuksissa selvisi, että vastuullisuutta saatettiin pitää itsestään selvänä, kun oli kyse kansallispuvuista ja suomalaisesta yrityksestä. Toisaalta vastuullisuutta ei nähty ensisijaisena ostopäätökseen vaikuttavana tekijänä vaan kansallispuvulle oli muu tarve.

On selvää, että toimiva ja asiakasta ohjaava verkkokauppa on nykyään erittäin tärkeä yrityksen liiketoiminnalle. Kansallispukujen myynti eroaa muusta vaatealan liiketoiminnasta, sillä ostamisen tueksi tarvitaan tietoa esimerkiksi kokonaisuuteen kuuluvista osista ja tuotteiden hinnat ovat korkeita. Siksi kansallispukuja on haasteellista myydä pelkästään verkkokaupassa ja usein asiakkaan on järkevää ottaa yhteyttä yritykseen. Ala ei voi kilpailla pikamuodin kanssa, vaan sen on hyödynnettävä nimenomaan vastakkaisia vahvuuksiaan, kuten laadukkaita materiaaleja, korjattavuutta ja muuttumatonta valikoimaa.

Opinnäytetyö tarjosi toimeksiantajalle, Suomen Perinnetekstiilit Oy:lle, konkreettisen kehittämis ehdotuksen, joka toivottavasti otetaan yrityksessä käyttöön. Itselleni prosessi avasi uusia asiakaslähtöisiä näkökulmia, ja toivon, että kansallispuku tulee tutuksi ja saavutettavaksi yhä useammalle siitä kiinnostuneelle. Kansallispukualalla ylläpidetään kädentaitoja, kulttuuriperintöä ja suomalaista identiteettiä, mutta mielestäni alan arvokkain esimerkki muulle vaatetusosalalle on globaalisti kiihtyvän ja pinnallisen kuluttamisen vastustaminen. Siksi toivon, että kansallispukuala tuo tulevaisuudessa näkyvämmiin esille alan hyviä käytäntöjä ja tinkimättömyyttä, mutta joustaa muuttuvien markkinoiden digitaalisissa haasteissa.

Lähteet

- @thuhtamaki. (4.10.2024). *When my grandmother was a child clothes were investments...* [Instagram-kuva]. Instagram. https://www.instagram.com/p/DAsH5F_tWgf/
- Aarikka, A. & Ramberg, N. (2023). *Kansallispuuku 2020-luvulla: Kansallispuvun merkityksiä ja tuunaamista*. Pro gradu -tutkielma. Turun yliopisto. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2023040334719>
- Aineeton kulttuuriperintö. (n.d.) *Kansallispuvun valmistaminen*. https://wiki.aineetonkulttuuriperinto.fi/wiki/Kansallispuvun_valmistaminen
- Avelin, L. (27.3.2020). *Juuripukeutuminen kunniaan!* Blogi-kirjoitus. <https://koti-kutoisesti.com/juuripukeutuminen-kunniaan-ennakkoluuloton-opas-puku-ja-tekstiiliperinteen-uusiokayttoon/>
- Coprotolab. (n.d.). *Ideointimenetelmät*. Haettu 3.10.2024 osoitteesta <https://coprotolab.fi/menetelmat/ideointimenetelmat/>
- Doblin Innovation Consultants. (n.d.). *Design Criteria Canvas. Design A Better Business*. Haettu 3.10.2024 osoitteesta <https://www.designbetterbusiness.tools/tools/design-criteria-canvas>
- Eräranta, K. & Penttilä, V. (2021). *Vastuullisuusviestintä: vastuullista viestintää?* Teoksessa Eräranta, K. & Penttilä, V. *Vastuullinen viestintä* (s. 13–27). Pro-Com–Viestinnän ammattilaiset ry. <http://hdl.handle.net/10138/330665>
- FIBS. (2022). *Tiedolla vai tunteella miten suomalaiset kuluttajat tekevät vastuullisia tuotevalintoja?* <https://fibsry.fi/wp-content/uploads/2022/07/Raportti-Tiedolla-vai-tunteella-SuomiAreena-2022.pdf>
- Föreningen Brage. (n.d.-a). *Yhdistys*. https://brage.fi/sve/draktbyra/pukutoimisto/100_vuotta_kansallispuukutyota/article-182557-81830-yhdistys
- Föreningen Brage. (n.d.-b). *Utbildning i folkdräktssömnad*. <https://brage.fi/sve/draktbyra/draktbyran/verksamhet/article-163965-89595-utbildning-i-folkdraktssomnad>
- Helmi Vuorelma Oy. (1998). *Kansallispuuku juhlistaa läpi elämän*.
- Holst, L. (2011). *Kansallispuuku*. Maahenki.
- Laitala, K. & Klepp, I. (2015). *Age and active life of clothing*. Conference: PLATE-Product lifetimes and the environment
- Laitala, K., Klepp, I., & Henry, B. (2018). *Does Use Matter? Comparison of Environmental Impacts of Clothing Based on Fiber Type*. *Sustainability*, 10(7), 2524. <https://doi.org/10.3390/su10072524>

- Lajulan kangastupa. (n.d.). *Apurahatyö*. <https://lajulankangastupa.com/info/apurahatyo>
- Lehikoinen, L., & Puhakka, M. (1994). *Kansallispukuja Suomesta*. Ajatus.
- Lähdetluoma, M. (28.9.2013). *Kansallispukuvalmistaja Vuorelma Oy on sinnitellyt jo yli 100 vuotta*. Yle. <https://yle.fi/a/3-6851752>
- Lönnqvist, B. (1979). *Kansanpuku ja kansallispuku*. Otava.
- Murto, S. (18.8.2014). *Tarkistettu kansallispuku – mikä ja miksi?* <https://sukullajaneulalla.blogspot.com/2014/08/tarkistettu-kansallispuku-mika-ja-miksi.html>
- Murto, S. (n.d.) *Kansallispukuraidat*. <https://www.kansallispuku.com/category/15/kansallispukuraidat>
- Ojasalo, K., Moilanen, T., & Ritalahti, J. (2014). *Kehittämistyön menetelmät: Uudenlaista osaamista liiketoimintaan* (3. uudistettu painos.). Sanoma Pro.
- Penttilä, S., & Varamäki, A. (2024). *Planetaarinen vaatekaappi*. Gummerus.
- Pispa, K. (2024). *Finnish National Costume Supply Chains: Preserving Cultural Heritage*. Maisterintutkielma. Svenska handelshögskolan. <http://hdl.handle.net/10138/572059>
- Rönkkö, M. 2011. *Käsityön monet merkitykset. Opettajankoulutuksen opiskelijoiden käsityölle antamat merkitykset ja niiden huomioon ottaminen käsityön opetuksessa*. Turku: Turun Yliopisto. <https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/70770/AnnalesC317Ronkko.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sallila, S. (2.5.2017, muokattu 14.3.2023). *Vuokrattavia kansallispukuja*. [Facebook-julkaisu]. Facebook. <https://www.facebook.com/legacy/notes/1797917440225793/>
- Schmitt, J. (2021). *Creating Sustainable Value by Closing the Green Gap*. ESCP Impact Paper No.2021-41-EN. <https://academ.escpeurope.eu/pub/IP%202021-41-EN.pdf>
- Somervuori, O. (2018). *Mitä maksaa? Hinnoittelun psykologiaa*. Docendo Oy.
- STJM – Suomen tekstiili & muoti. (n.d.). *Vaatteiden ja kodintekstiilien kuluttajamarkkina Suomessa ja Euroopassa*. <https://www.stjm.fi/tekstiili-ja-muotiala-suomessa/tilastot/kuluttajamarkkina/>
- STJM – Suomen tekstiili & muoti. (22.4.2021). *Kaupan alan tulevaisuusselonteko: Huomioita erikoiskaupan tulevaisuudesta, erityisesti tekstiili- ja muotialalla*. <https://www.stjm.fi/uutiset/kaupan-alan-tulevaisuusselonteko-huomioita-erikoiskaupan-tulevaisuudesta-erityisesti-tekstiili-ja-muotialalla/>
- Strategyzer. (n.d.). *The Value Proposition Canvas*. Haettu 3. lokakuuta 2024 osoitteesta <https://www.strategyzer.com/library/the-value-proposition-canvas>

Suomen kansallispukujen ystävät ry. (n.d.) *Toiminta*. <https://kansallispukujenystavat.fi/toiminta.html>

Suomen kansallispukukeskus. (n.d.-a). *Mikä kansallispuku on?* <https://www.craftmuseum.fi/palvelut/suomen-kansallispukukeskus/kansallispukujen-tietopaketti/mika-kansallispuku>

Suomen kansallispukukeskus. (n.d.-b). *Ohjeita kansallispuvun käyttöön*. <https://www.craftmuseum.fi/palvelut/suomen-kansallispukukeskus/kansallispukujen-tietopaketti/ohjeita-kansallispuvun-kayttoon>

Suomen kansallispukukeskus. (n.d.-c). *Kansallispukuun pukeutuminen*. <https://www.craftmuseum.fi/palvelut/suomen-kansallispukukeskus/kansallispukujen-tietopaketti/kansallispukuun-pukeutuminen>

Suomen kansallispukukeskus. (n.d.-d). *Suomen kansallispukukeskus*. <https://www.kansallispuvut.fi/kansallispuvut/suomen-kansallispukukeskus>

Suomen kansallispukukeskus. (n.d.-e). *Kansallispukutarkistukset ja uudet kansallispukumallit*. <https://www.craftmuseum.fi/palvelut/suomen-kansallispukukeskus/suomen-kansallispukukeskuksen-toiminta-0>

Suomen kansallispukukeskus. (n.d.-f). *Kansallispuvun hankinta*. <https://www.craftmuseum.fi/palvelut/suomen-kansallispukukeskus/kansallispukujen-tietopaketti/kansallispuvun-hankinta>

Suomen kansallispukuyhdistys Raita ry. (n.d.). *Yhdistys*. <https://kansallispukuyhdistys.fi/yhdistys.html>

Suomen Perinnetekstiilit Oy. (n.d.). *Historia*. <https://vuorelma.net/historia/>

Tietokirstu. (n.d.). *Ohjeita käytettyjen kansallispukujen myyntiin*. <https://www.tietokirstu.fi/artikkelit/ohjeita-kaytettyjen-kansallispukujen-myyntiin/>

Tuomi, J., & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi* (Uudistettu laitos). [E-kirja]. Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Turunen, L. & Halme, M. (2021). *Communicating actionable sustainability information to consumers: The Shades of Green instrument for fashion*. *Journal of Cleaner Production*, 297, 126605. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652621008258>

Työ- ja elinkeinoministeriö. (n.d.) *Kaupan toimialan tulevaisuusselonteko*. <https://tem.fi/kaupantulevaisuus>

Valkeapää, L. (2023). *Kansallispuvun kulttuurihistoria*. Vastapaino.

Varonen, M. (15.9.2020). *Tietoa sivustosta ja minusta*. <https://kansallispuvussa.com/info/>

Vilhunen, K. (2014). *Vaateostoksilla kirpputorilla – Tutkimus suhtautumisesta kirpputorivaatteisiin, niiden ostamiseen ja niihin pukeutumiseen Suomessa vuosina 1989 ja 2014*. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto. https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/153006/kaisa_vilhunen_pg_2014.pdf?sequence=2

Väyrynen, K. (1989). *Sata vuotta kansallispukumallien historiaa*. Kansalais- ja työväenopistojen liitto ry.

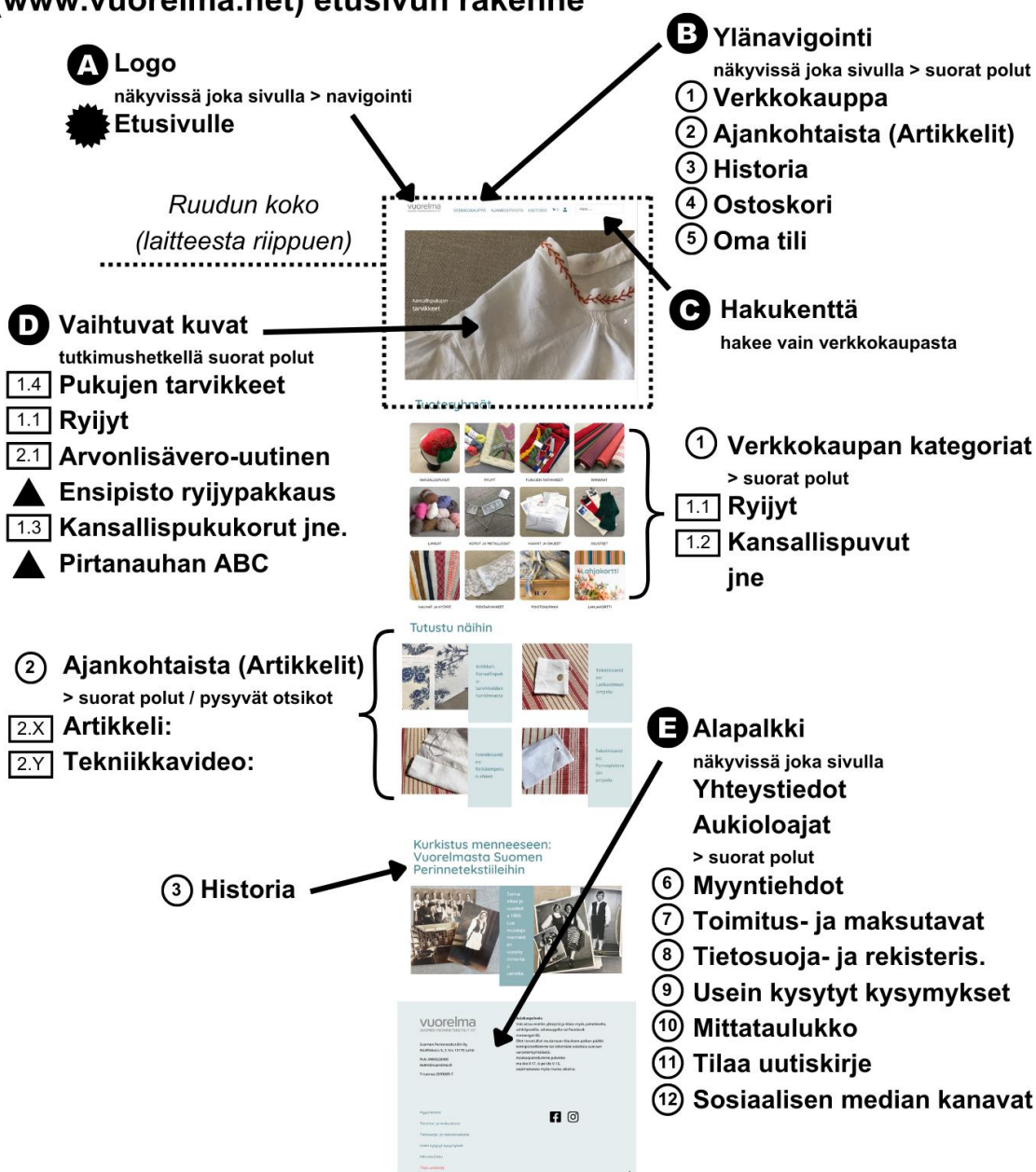
Willman–livarinen, H. (2012.) *Kuluttajan eettisen valinnan vaikeus*. Tiedelehti Hybris. [Verkkodokumentti] Lehden numero 1/12. Luettavissa: <https://hybris-lehti.squarespace.com/kuluttajan-eettisen-valinnan-vaikeus>

Liitteet

Liite 1: Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen (www.vuorelma.net) etusivun rakenne

Analyysi yrityksen Internet-sivujen etusivun rakenteesta ja navigaatioista tutkimushetkellä (30.8.2024).

Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen (www.vuorelma.net) etusivun rakenne



Liite 2: Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen kokonaisrakenne

Analyysi yrityksen Internet-sivujen kokonaisrakenteesta tutkimushetkellä (30.8.2024).



Etusivu www.vuorelma.net

- ① **Verkkokauppa**
 - ①.1 **Ryijyt**
 - ①.2 **Kansallispuvut**
 - ①.2.1 **Naisten puvut**
 - ①.2.1.N Pukukohtaiset sivut
 - ①.2.1.N.N Valmiit / Pakkaukset / Materiaalit / Kaavat
 - ▲ Tuote 12345
 - ▲ Tuote 22345
 - ①.2.2 **Miesten puvut**
 - ①.3 **Korut ja metalliosat**
 - ①.4 **Pukujen tarvikkeet**
 - ①.4.1 **Tarvikepakkaukset puvuittain**
 - ①.4.1.N Pukukohtaiset tarvikepakkaussivut
 - ▲ Tuote 44567
 - ▲ Tuote 55678
 - ①.4.N **Tarvikepakkaukset puvun osa kerrallaan**
 - ①.5 **Kaavat ja ohjeet**
 - ①.6 **Langat**
 - ② **Ajankohtaista (artikkelit)**
 - ②.A **Uusin artikkeli**
 - ②.B **2. uusin artikkeli**
 - ③ **Historia**
 - ④ **Ostoskori**
 - ⑤ **Oma tili**
 - ⑥ **Myyntiehdot**
 - ⑦ **Toimitus- ja maksutavat**
 - ⑧ **Tietosuoja- ja rekisteris.**
 - ⑨ **Usein kysytyt kysymykset**
 - ⑩ **Mittataulukko**
 - ⑪ **Tilaa uutiskirje**
 - ⑫ **Sosiaalisen median kanavat**

Siirtymällä artikkeliin sivuun aukeaa *Arkistot* ja *Kategoriat*, joista voi navigoida muihin artikkeleihin

Liite 3: Tiedote tutkimuksesta ja tutkittavan suostumuslomake



Tiedote tutkimuksesta

TIEDOTE TUTKIMUKSESTA

Suomen Perinnetekstiilit Oy:n digitaalisen palvelupolun kehittäminen

Pyyntö osallistua tutkimukseen

Teitä pyydetään mukaan tutkimukseen, jossa tutkitaan *Suomen Perinnetekstiilit Oy:n digitaalista palvelupolkua*. Olemme arvioineet, että sovellutte tutkimukseen, koska teillä on kansallispuikujen ostoon liittyvä tilanne, jota ette ole aiemmin yrittäneet ratkaista. Tämä tiedote kuvaa tutkimusta ja teidän osuuttanne siinä. Perehdyttyänne tähän tiedotteeseen teille järjestetään mahdollisuus esittää kysymyksiä tutkimuksesta, jonka jälkeen teiltä pyydetään suostumus tutkimukseen osallistumisesta.

Vapaaehtoisuus

Tutkimukseen osallistuminen on täysin vapaaehtoista. Voitte myös keskeyttää tutkimuksen koska tahansa syytä ilmoittamatta. Mikäli keskeytätte tutkimuksen tai peruutatte suostumuksen, teistä keskeyttämiseen ja suostumuksen peruuttamiseen mennessä kerättyjä tietoja ja näytteitä voidaan käyttää osana tutkimusaineistoa.

Tutkimuksen tarkoitus

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tutkia asiakkaan toimintaa Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivuilla.

Tutkimuksen toteuttajat

Tutkimuksen toteuttaa Laura Hannula. Tutkimuksen toimeksiantaja on Suomen Perinnetekstiilit Oy.

Tutkimusmenetelmät ja toimenpiteet

Tutkimus kestää noin 2 tuntia ja se suoritetaan Zoom-verkkoneuvotteluna. Tutkimuksessa tutkittava käyttää Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivua omalla laitteellaan jakaen samalla omaa näyttöään ja pyrkii ratkaisemaan aidon tai hypoteettisen kansallispuikun ostoon liittyvän tilanteen. Tutkimuksen aikana tutkittava selostaa, mitä, miksi ja miten tietoa etsitään. Verkkoneuvottelussa jaettu näyttö ja ääni tallennetaan.

Kustannukset ja niiden korvaaminen

Tutkimukseen osallistuminen ei maksa teille mitään. Osallistumisesta ei myöskään makseta erillistä korvausta.

Tutkimustuloksista tiedottaminen

Tutkimus on osa Metropolia Ammattikorkeakoulun Vestonomi (YAMK) -tutkinnon opinnäytetyötä ja se julkaistaan avoimesti Theseus-tietokannassa.

Tutkimuksen päättäminen

Tutkimus päättyy, kun opinnäytetyö on hyväksytty tai jos jostain pakottavasta syystä tutkija keskeyttää tutkimuksen.

Lisätiedot

Pyydämme teitä tarvittaessa esittämään tutkimukseen liittyviä kysymyksiä tutkijalle.

Tutkijoiden yhteystiedot

Metropolia
Ammattikorkeakoulu

PL 4000
00079 Metropolia

Myllypurontie 1
00920 Helsinki

Puhelin 09 7424 5000

www.metropolia.fi
Y-tunnus: 2094551-1



Tiedote tutkimuksesta

Tutkija / opinnäytetyötekijä

Nimi: Laura Hannula

Puh. [redacted]

Sähköposti: [redacted]@metropolia.fi

Tutkimuksesta vastaa / opinnäytetyön ohjaaja

Titteli: Taiteen maisteri

Nimi: Marjaana Tantt

Metropolia Ammattikorkeakoulu Oy / yksikkö

Puh. [redacted]

Sähköposti: [redacted]@metropolia.fi

Tutkimuksen tietosuojaseloste: Henkilötietojen käsittely tutkimuksessa

Tässä tutkimuksessa käsitellään teitä koskevia henkilötietoja voimassa olevan tietosuojalainsäädännön (EU:n yleinen tietosuoja-astus, 679/2016, ja voimassa oleva kansallinen lainsäädäntö) mukaisesti. Seuraavassa kuvataan henkilötietojen käsittelyyn liittyvät asiat.

Tutkimuksen rekisterinpitäjä

Rekisterinpitäjällä tarkoitetaan tahoa, joka yksin tai yhdessä toisten kanssa määrittelee henkilötietojen käsittelyn tarkoitukset ja keinot. Rekisterinpitäjä voi olla Metropolia Ammattikorkeakoulu, toimeksiantaja, muu yhteistyötaho, opinnäytetyöntekijä tai jotkut edellä mainituista yhdessä (esim. Metropolia Ammattikorkeakoulu ja opinnäytetyöntekijä yhdessä).

Tässä tutkimuksessa henkilötietojen rekisterinpitäjä on

Metropolia	<input checked="" type="checkbox"/>	
Ammattikorkeakoulu		
Toimeksiantaja	<input type="checkbox"/>	Toimeksiantajan nimi:
Muu yhteistyötaho	<input type="checkbox"/>	Yhteistyötahon nimi:
Opinnäytetyöntekijä	<input checked="" type="checkbox"/>	

Yhteisrekisterinpitäjien vastuut

Henkilötietojen tallennuksesta ja hävittämisestä vastaa opinnäytetyön tekijä.

Voitte kysyä lisätietoja henkilötietojenne käsittelystä rekisterinpitäjän yhteyshenkilöltä

Rekisterinpitäjän yhteyshenkilön nimi: Laura Hannula

Organisaatio: Metropolia Ammattikorkeakoulu

Puh. [redacted]

Sähköposti [redacted]@metropolia.fi

Tutkimuksessa teistä kerätään seuraavia henkilötietoja

Henkilötietojen käsittely on oikeutettua ainoastaan silloin, kun se on tutkimukselle välttämätöntä. Kerättävät henkilötiedot on minimoitava, niitä ei saa kerätä tarpeettomasti tai varmuuden vuoksi.

Tutkimuksen aikana yhteystietoja (sähköpostiosoite) tarvitaan tutkimuksen järjestämiseen.

Tutkimustilanne (Zoom-verkkoneuvottelun jaettu näyttö ja ääni) tallennetaan, jolloin tutkittava on mahdollista tunnistaa äänen ja/tai henkilökohtaisten yksityiskohtien takia. Henkilötietoja ei yhdistetä tutkimustuloksiin.

Teillä ei ole sopimukseen tai lakisääteiseen tehtävään perustuvaa velvollisuutta toimittaa henkilötietoja vaan osallistuminen on täysin vapaaehtoista.

Tutkimuksessa kerätään henkilötietojanne myös seuraavista lähteistä

Tutkimuksessa ei kerätä henkilötietojanne muista lähteistä.

Henkilötietojenne suojausperiaatteet

Tutkittavan sähköposti tallentuu Metropolian sähköpostijärjestelmään ja Zoom-verkkoneuvottelu tallennetaan Metropolian Z-verkkolevyasemalle. Molemmissa tapauksissa tiedot ovat tutkimuksen tekijän käyttäjätunnuksen ja salasanan takana.

Henkilötietojenne käsittelyn tarkoitus

Henkilötietojenne käsittelyn tarkoitus on tutkimuksen järjestäminen. Henkilötietoja ei yhdistetä tutkimustuloksiin.

Henkilötietojenne käsittelyperuste

Henkilötietojen käsittelyperuste on suostumus.

Tutkimuksen kestoaika (henkilötietojenne käsittelyaika)

Tutkimus päättyy, kun opinnäytetyö on hyväksytty. Arvioitu hyväksymisajankohta on marraskuussa 2024.

Mitä henkilötiedoillenne tapahtuu tutkimuksen päättyttyä?

Tutkimuksen päättyttyä kaikki henkilötietoja sisältävät aineistot tuhoetaan.

Tietojen luovuttaminen tutkimusrekisteristä

Tietoja ei luovuteta tutkimuksen ulkopuolisille.

Henkilötietojenne mahdollinen siirto EU:n tai ETA-alueen ulkopuolelle

Tietojanne ei siirretä EU:n tai ETA-alueen ulkopuolelle.

Rekisteröitynä teillä on oikeus

Koska henkilötietojanne käsitellään tässä tutkimuksessa, niin olette rekisteröity tutkimuksen aikana muodostuvassa henkilörekisterissä. Rekisteröitynä teillä on oikeus:

- saada informaatiota henkilötietojen käsittelystä
- tarkastaa itseänne koskevat tiedot
- oikaista tietojanne
- poistaa tietonne (esim. jos peruutatte antamanne suostumuksen)
- peruuttaa antamanne henkilötietojen käsittelyä koskeva suostumus
- rajoittaa tietojenne käsittelyä
- rekisterinpitäjän ilmoitusvelvollisuus henkilötietojen oikaisusta, poistosta tai käsittelyn rajoittamisesta
- siirtää tietonne järjestelmästä toiseen
- sallia automaattinen päätöksenteko nimenomaisella suostumuksellanne
- tehdä valitus tietosuojavaltuutetun toimistoon, jos katsotte, että henkilötietojanne on käsitelty tietosuojalainsäädännön vastaisesti

Voitte käyttää oikeuksianne ottamalla yhteyttä rekisterinpitäjään.

Tutkimuksessa kerättyjä henkilötietoja ei käytetä profilointiin tai automaattiseen päätöksentekoon

Henkilötietojen käsittely aineistoa analysoitaessa ja tutkimuksen tuloksia raportoitaessa

Teistä kerättyä tietoa ja tutkimusaineistoa käsitellään luottamuksellisesti lainsäädännön edellyttämällä tavalla. Yksittäisestä tutkittavasta tallennetaan vain kansallispukujen ostoon liittyvä tilanne, josta yksittäinen henkilö ei ole tunnistettavissa.

Tutkimusaineistoa ja tutkimuksen yhteydessä tallennettua videoaineistoa säilytetään Metropolian Z-verkkolevyllä opinnäytetyön hyväksymiseen saakka, minkä jälkeen aineisto poistetaan.

Tutkimuksen nimi: Vastuullisuus kansallispukehankinnan motiivina:
Suomen Perinnetekstiilit Oy:n digitaalisen palvelupolun kehittäminen vastuullisuusnäkökulmasta
Tutkimuksen toteuttaja: Metropolia Ammattikorkeakoulu Oy, Laura Hannula, _____,
_____, @metropolia.fi, (Ohjaaja: Marjaana Tanntu, _____, @metropolia.fi)

Minua _____ on pyydetty osallistumaan yllämainittuun tutkimukseen, jonka tarkoituksena on tutkia asiakkaan toimintaa Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivuilla. Tutkimuksessa kiinnitetään huomiota erityisesti vastuullisuusnäkökulmiin.

Olen saanut tutkimustiedotteen ja ymmärtänyt sen. Tiedotteesta olen saanut riittävän selvityksen tutkimuksesta, sen tarkoituksesta ja toteutuksesta, oikeuksistani sekä tutkimuksen mahdollisesti liittyvistä hyödyistä ja riskeistä. Minulla on ollut mahdollisuus esittää kysymyksiä ja olen saanut riittävän vastauksen kaikkiin tutkimusta koskeviin kysymyksiini.

Olen saanut tiedot tutkimukseen mahdollisesti liittyvästä henkilötietojen keräämisestä, käsittelystä ja luovuttamisesta ja minun on ollut mahdollista tutustua tutkimukseen liittyvään tietosuojaselosteeseen. Minua ei ole painostettu eikä houkuteltu osallistumaan tutkimukseen.

Minulla on ollut riittävästi aikaa harkita osallistumistani tutkimukseen.

Ymmärrän, että osallistumiseni on vapaaehtoista ja että voin peruuttaa tämän suostumukseni koska tahansa syytä ilmoittamatta. Olen tietoinen siitä, että mikäli keskeytän tutkimuksen tai peruutan suostumukseni, minusta keskeyttämiseen ja suostumuksen peruuttamiseen mennessä kerättyjä tietoja ja näytteitä voidaan käyttää osana tutkimusaineistoa.

Allekirjoituksellani vahvistan osallistumiseni tähän tutkimukseen.

Jos tutkimukseen liittyvien henkilötietojen käsittelyperusteena on suostumus, vahvistan allekirjoituksellani suostumukseni myös henkilötietojeni käsittelyyn. Minulla on oikeus peruuttaa suostumukseni tietosuojaselosteessa kuvatulla tavalla.

Allekirjoitus: _____

Nimenselvennys: _____

Alkuperäinen allekirjoitettu tutkittavan suostumus sekä kopio tutkimustiedotteesta liitteineen jäävät tutkijan arkistoon. Tutkimustiedote liitteineen ja kopio allekirjoitetusta suostumuksesta annetaan tutkittavalle.

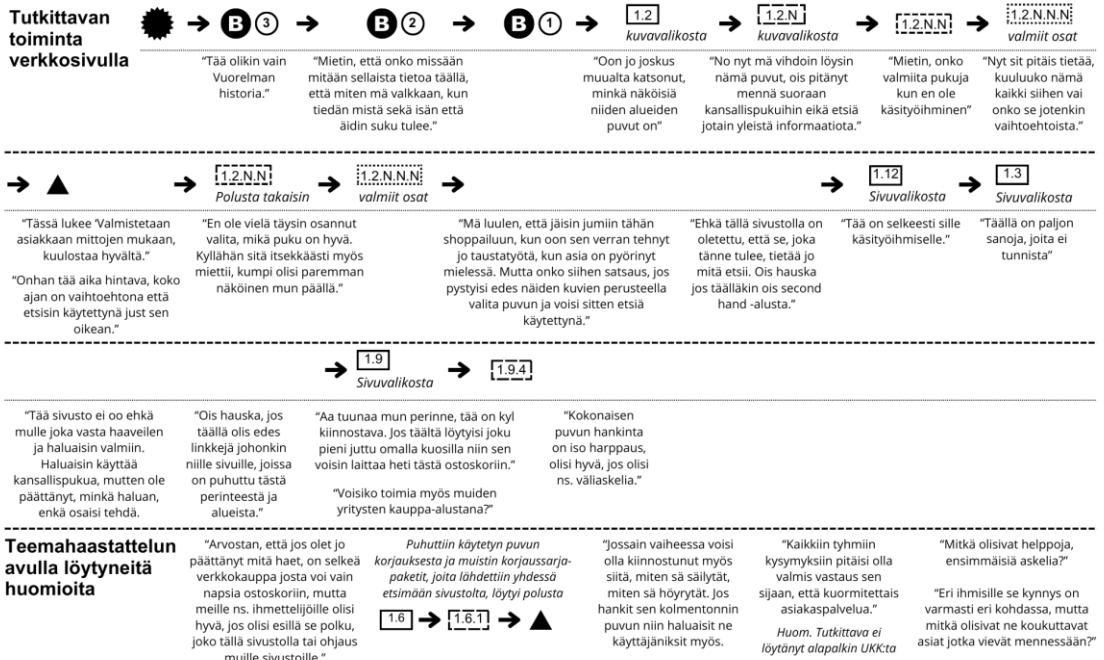
Liite 4: Havainnointitilanteen suunniteltu kulku

1. Käydään läpi käytänteet ja suostumus
 - a. tarkista että tutkittavan nimi ei näy vaan hän tulee sisään kokoukseen esim. "tutkittava A"
 - b. tarkista että tutkittava jakaa näyttöään ja pyydä sulkemaan kaikki muut välilehdet ja ohjelmat
2. Tallennus alkaa, tutkittava kertoo ääneen tilanteen ja siirtyy osoitteeseen www.vuorelma.net
3. Tutkittava klikkailee eteenpäin omaan tahtiin ja selostaa samalla mitä tietoa pyrkii etsimään, miksi sitä tarvitsee ja mitä toivoisi löytävänsä
4. Tutkimuksen ensimmäinen osa päättyy, kun tutkittava päätyy joko ottamaan yhteyttä yritykseen (miten?), ostamaan tuotteen verkkokaupasta tai luopumaan hankinta-aikeistaan kokonaan (miksi?)
5. Mikäli havainnoinnin aikana ei selvästi käyty läpi seuraavia aihealueita, jatketaan tutkimusta **teemahaastatteluna** aiheista:
 - a. Etusivu, esimerkiksi mitä tietoa tutkittava toivoisi löytävänsä heti etusivulta, miten "tervetullut" olo, mihin asioihin huomio kiinnittyy
 - b. Vastuullisuus, mitä tutkittava ajattelee esimerkiksi seuraavista asioista
 - i. pellava on puuvillaa ekologisempi vaihtoehto
 - ii. kampavillalanka tulee italiasta
 - iii. puvun osat valmistetaan alihankkijoilla Suomessa
 - iv. kansallispukujen valmistuksessa käytetään monia kädentaitoja, joiden osaajia on Suomessa rajallisesti
 - v. kansallispukujen käyttöikä on pitkä ja pukua voi käyttää useissa eri tilaisuuksissa ympäri vuoden
 - vi. jokin muu vastuullisuusnäkökulma, kuten?
 - c. Ostopäätöksen vahvistuminen, millä keinoin syntyy ja jos ei synny niin mitkä tekijät estävät? Jos hinta esteenä, mitkä tekijät voisivat auttaa esim. rahoitusratkaisut ja hinnan pilkkominen, selkeämpi viestintä mistä maksat?
 - d. Muuta, mitä?
6. Tallennus päättyy
7. Kiitetään tutkimukseen osallistunutta ja kysytään, haluaako hän tallennuksen ulkopuolella sanoa jotain, mitä ei sisällytetä tutkimukseen. Kerrataan vielä, että tutkimustulos anonymisoidaan eli tutkittavan henkilöllisyyttä ei voi lopputuloksesta tunnistaa.

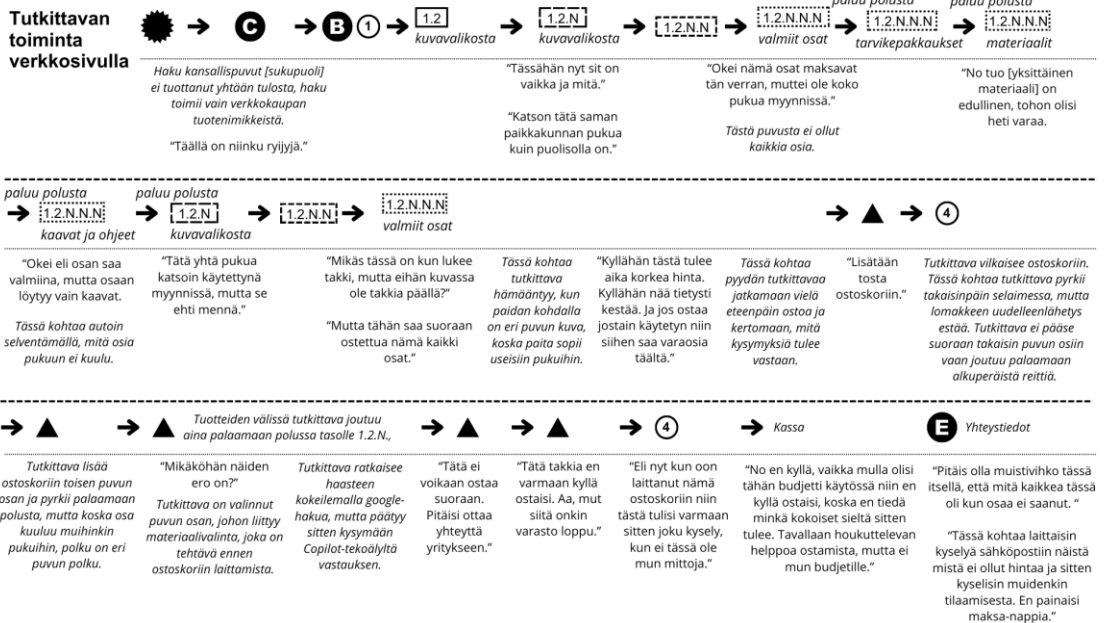
Liite 5: Tutkittavien palvelupolut

Tutkittavan S tavoite:

“Haluaisin hankkia kansallispuvun, joka liittyy oman suvun juuriin.”



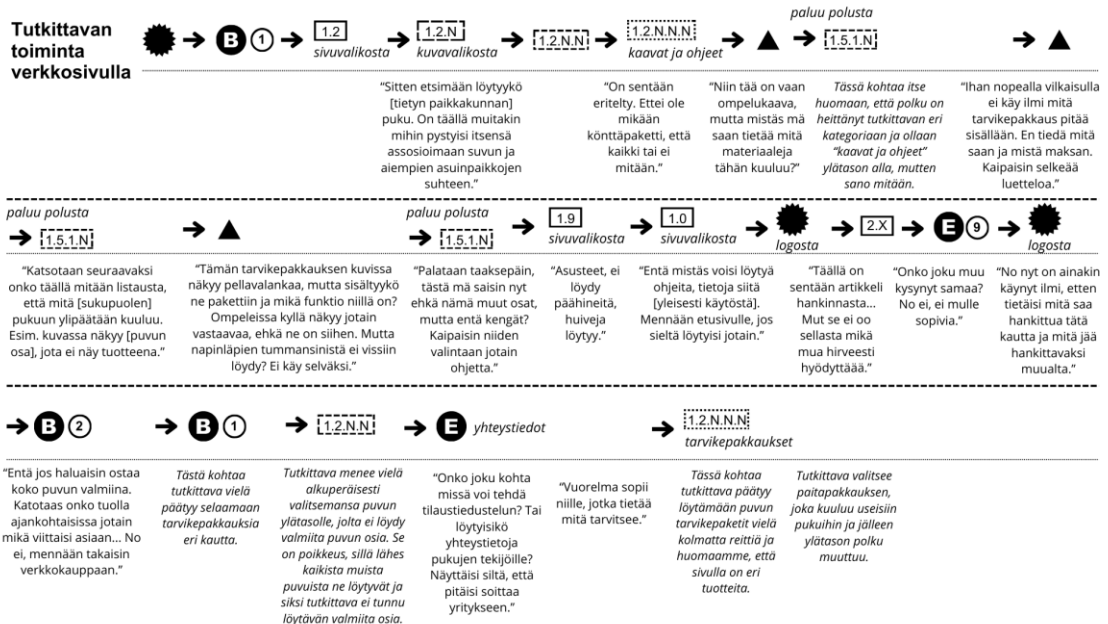
Tutkittavan T tavoite: “Haluaisin hankkia kansallispuvun esiintymiskäyttöön ja haluaisin, että puku sopii yhteen puolison puvun kanssa.”



Tutkittavan T tavoite: “Haluaisin hankkia kansallispuvun esiintymiskäyttöön ja haluaisin, että puku sopii yhteen puolison puvun kanssa.”

Teemahaastattelun avulla löytyneitä huomioita	”Jos oon kansallispuvua tulossa ostamaan niin heti olin vähän hämilläni näistä ryijyistä ja siitä ettei hausta löytynyt mitään.”	”Kansallispuvukategorian logo [tykkimys] ei kertonut itselle mitään, yritin löytää pukujen kuvia.”	<i>Kysyin puolipellavan ja pellavan eroista ekologisuuden merkityksestä:</i> ”Esiintymiskäyttöön oleellisempaa käyttömukavuus. Mielikuva, että pellava on karhea.”	<i>Kysyin pukujen valmistuksen alkuperästä, olisiko vaikutusta:</i> ”Olisi kyllä aika downer, jos valmistettaisiin jossain Kiinassa, mielikuva kuitenkin että suomalainen puku tehdään Suomessa.”	”En osannut pysähtyä tohon. Mulla oli vain se käytännöllinen tavoite, että tarvitsen puvun esitykseen. Mutta nyt kun rupeaa miettimään niin herää kyllä kysymyksiä, onko esim. langat tehty Suomessa ja miten. En usko että sillä on niin merkitystä, mutta tulee mieleen.”
<i>Oisko kallis hinta tuntunut ymmärrettävältä, jos tietäisit valmistuksesta enemmän?</i>	”Joo, olisi voinut tuntua ymmärrettävältä, jos olisi ollut ihan videota tai näkyneet montako tuntia menee.”	<i>Olisiko kaivannut selkeämpää hintavertailua eri pukujen välillä?</i>	”Sijainnin perusteella tehdystä luokittelusta olisi voinut olla apua, vaikka osasin lajitella kenkien perusteella.”	<i>Olisiko kaivannut, että puvun kohdalla olisi selkeämmin kerrottua, mitä osia pukuun kuuluu?</i>	”Voisi sivulla olla joku chatti tai mahdollisuus varata aika keskusteluun.”
		”Oletin, että ovat kaikki suunnilleen saman hintaisia. Saatan olla väärässä. Joissain voi olla iso työ ja toisissa pienempi.”		”Olisi siinä voinut olla sellainen, että ”osta koko puku”. Sit ei tarttis klikkailla erikseen.”	”Jos joka tapauksessa yritys ottaa asiakkaaseen yhteyttä tilauksen saatuaan, niin se voisi lukea sivulla jossain.”

Tutkittavan U tavoite: “Haluaisin hankkia kansallispuvun tai tehdä osan itse.”



Tutkittavan U tavoite:

“Haluaisin hankkia kansallispuvun tai tehdä osan itse.”

Teemahaastattelun avulla löytyneitä huomioita

”Jos tuotteen myyntinimi on ‘pakkaus’ niin aina pitäisi lukea mitä sisältää ja voisin kertoa myös, mitä työvälineitä tekemiseen tarvitsee, jos niitäkin pitää hankkia samalla.”

”Heti etusivulla voisi olla joku ‘oletko uusi’ tai ‘oletko vasta hurautanut kansallispuvuihin etkä tiedä mistä aloittaisi’. Pitäisi olla heti ensimmäisenä näkyvillä. Asiaa esimerkiksi materiaaleista, tekotavoista (käsien, koneella). Että minkälainen prosessi se on, mitä välineitä, materiaaleja ja taitoja tarvitsee.”

”Jos tarvikkepakkaus maksaa yli 400 € niin kyllä siinä pitäisi olla tosi tarkasti, mitä materiaali on ja mistä se on tullut. Esim. jos lukee vain ‘sarkaa’ niin ei kaikkii ees tiedä, että se on villaa. Onko kudottu koneella vai käsin. Miksi just tämä on se oikea tai miten se eroaa vaikka Eurokankaan valikoimasta.”

Tässä kohtaa tutkittava meni etsimään kyseisen kankaan toista kautta verkkokaupasta ja löysi lisätietoja.

Lisäksi huomasimme, että kyseisen kankaan polku heitti tutkittavan jälleen eri paikkaan.

”Kategorisesti kaikki tieto mitä aiheeseen liittyä pitäisi olla kaikkialla. Kiva kuulla, että se on Pohjoismaassa [Norjassa] tehty.”

Tuleeko sulle vastuullisuuteen vielä jotain huomioita?

”No juu! Ensimmäinen asia mikä sivulauseessa viittasi vastuullisuuteen oli tuo Norja. Ja se Norjakin perustuu vain olettamukseen, että Pohjoismaassa kaikki olisi ok, työehtosopimukset yms., mutta mistä villä on peräisin, miten käsitellään jne.”

Tässä kohtaa tutkittava katsoi myös muita materiaaleja, muttei löytänyt alkuperätietoja niistä, mitä katsoi.

”Kyllä tässä sellainen olo tulee myös, että on sen verran vaikeaa ja liian paljon avoimia kysymyksiä, että ah, mieluummin ostaisin valmiina, mutta siihen tää ei antanut mulle mitään.”

Koska tätä puvulta puuttui ne valmiit osat.

”Sivustoa selatessa tulee olo, että selvää vain, jos on joku muu tietolähde, esim. joku kansallispuvukirja.”

”Yläpalkissa voisi olla sivu ‘yhteystiedot’, jonka alla voisi olla myös ne aukiolot.”

Tutkittavan V tavoite:

“Puvussani on huono paita ja haluaisin hankkia uuden paremmista materiaaleista. Aion valmistaa paidan itse.”

Tutkittavan toiminta verkkosivulla



”Ensin kurkkaan, että löytyykö se kaava.”

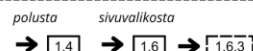
”Nää on ilmeisesti aakkosissa. Tää aakkostaakin näköjään a:n ja ä:n samaan.”

”Kaava ei maksa paljoa, mutta ei tässä juurikaan ole tietoa siitä. Ois kiva, jos lukisi materiaalista tai jos tämä ohjaisi ostamaan oikeaa kangasta.”

”Ei ei ei, ei kirjontaan, ei vuoria, ei tota.”
Tutkittava rajaa vaihtoehdot sulkemalla ei-sapivat pois.

Tutkittava tutki kolmen vaihtoehdon lisätietoja, esim. metrihintoja. Kaikissa vaihtoehdoissa ei ole samoja tietoja, mutta tutkittava löytää sen mitä haluaisi ostaa.

”Ois ollut kätevää, jos kaavan tiedoissa olisi lukenut, paljonko kangasta pitää ostaa. Nyt joutuisin ostamaan kaavan ensin ja odottamaan, että se tulee ja sitten vasta tilaamaan kankaan.”



”Kun kyse on vaikeasti saatavasta tavarasta, varastosaldon olisi kiva. Silloin tietää, pitääkö tilata nopeasti vai voiko jäädä odottamaan. Pidän myös muissa verkkokaupoissa siitä, että voi tilata ilmoituksen, kun tuotetta on saatavana.”

”Sitten haluan etsiä pellavalankaa ompeluun.”
”Täällä osiossa ei kyllä ole ompelulankoja.”

”Ompelulangoissa ei olekaan pellavaa. Pitäköhän mun katsoa nypläyslangat.”

”Vähän huonosti löytyy tietoa, mikä lanka sopii käsinompeluun.”

”En tilaisi yhtä lankarullaa, pitäisi olla tieto, että saa kaiken samaan pakettiin.”
”Voisin katsoa toimitustavoista onko olemassa raja minkä jälkeen ei tule postimaksuja.”

”Kangas on niin kallista, ettei tulisi ostettua ylimääräistä kangasta ns. varmuuden vuoksi.”
”Täällä ei taida olla neuloja?”

Tutkittava selaa sivustolta tässä välissä muutakin, mutta lopulta löytää tarvikepakkaukset.

”Oisko täällä valmis paketti niin ei tarttis ihmetellä.”
”Kaavaa katsoessa myöskin kauppa-alusta voisi myös tarjota tätä.”

”Mitäköhän nää pientarvikkeet tarkoittaa? Tässä ei myöskään kerrota ompelulangan materiaalia.”



”Haluan tietää mistä maksan. Tällä mua ei saa ostamaan pakettia.”
Tutkittavalla on paljon taustatietoa ja puhumme tässä kohtaa paljon esimerkiksi paidan hinnoista ja ilmenee tarvikepaketin tiedoista.

”Olisi käytäjäystävällistä, jos jokaisen kaavan alla olisi linkki mittataulukkoon.”
Puhumme tässä kohtaa toimitustapojen hinnoista ja maksutavoista.

”Vakuutettu lähetys voisi olla hyvä vaihtoehto.”
”Voisin myös noutaa tuotteen. Täällä alhaalla lukee toimpiste ja varastomyllyä, mutta on kuitenkin vain yksi osoite?”

”Mistä löydän tiedon, että jos pitää palauttaa verkkokaupasta ostettu tuote?”
”Täällä ei lue toimitustavoista sitä noutomahdollisuutta.”

”Olisin voinut myös aluksi lähteä selvittämään tätä tilannetta haku-toiminnon avulla.”

”Kuvat toistuvat, joten joudun lukemaan tosi tarkasti otsikot.”

Tutkittava harkitsi ostavansa ohjeen ja kaavan ensin ja pohtivansa muita tarvikkeita sen perusteella. Hän on matkan varrella myös harkinnut ostavansa samat tarvikkeet muista kaupoista.

Teemahaastattelun avulla löytyneitä huomioita

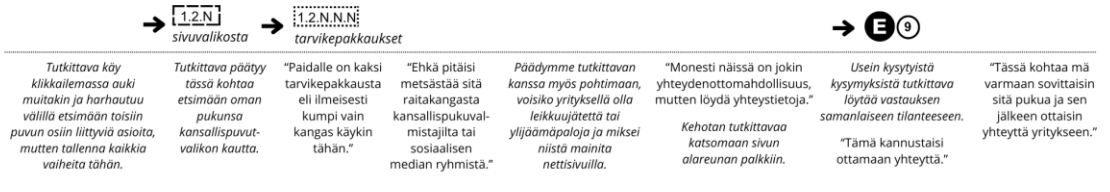
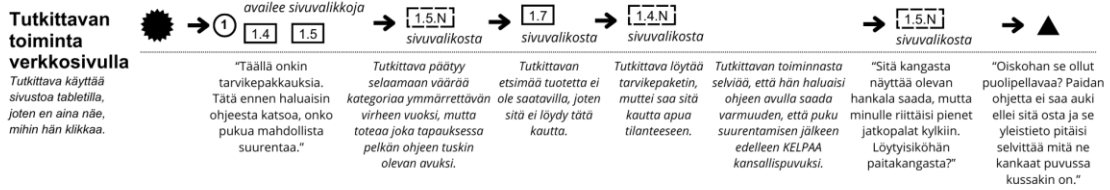
”Etusivun liikkuva kuva on häiritsevä ja hallitseva, vaikka pienennän selaimen ruutua. Todennäköisesti etsisin etusivulta hampurilaisvalikkoa.”

”Ehkä aiemmin naiset tiesi paremmin, mitä pellavan ja puolipellavan ero tarkoittaa. Myös pesuohje olisi tärkeä, jottei kukaan linkeäsi sitä rikki.”

Tutkittavan X tavoite:

“Minulla on liian pieni kansallispuku ja selvitän, miten voisin suurentaa sitä.”

Tutkittavan toiminta verkkosivulla



Teemahaastattelun avulla löytyneitä huomioita

“Usein yhteystietoja etsii sivun yläreunasta. On hyvä, että alhaalla on myyntiehdot ja muut, toisaalta niihinkin voisi viitata muualla sivustossa. Mittataulukoon etenkin voisi vinkata jo verkkokaupassa.”

Myöhemmin sivustoa selatessa tutkittava huomaa myös poistonurkan ja katsoo, olisiko hänen etsimänsä kangasta siellä.

“Täällä ei ole millään muulla kielellä mitään.”

Puhumme paidan korjauksesta ja kankaisten erottamisesta. Sivustolla ei ole mainittu esimerkiksi siitä, miten vanhaa Helmi-puuvillaista paitaa voisi korjata.

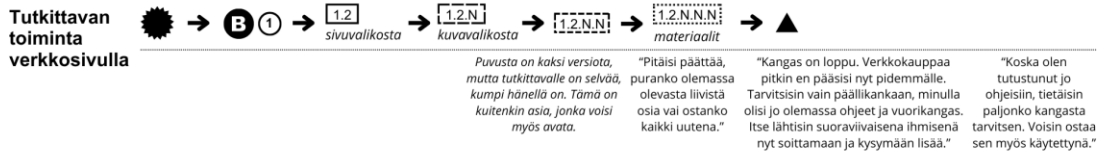
“Tällä sivustolla ei ole pukuesittelyjä. Pukuun satsaus on kuitenkin kallis joten olisi hyvä tietää puvusta enemmän ennen ostoa.”

“Täällä sanotaan että ‘voit ottaa yhteyttä’, mutta voisi olla myös että ‘suosittelemme ottamaan yhteyttä’ tai ‘kannattaa ottaa yhteyttä’.”

Tutkittavan Y tavoite:

“Minulla on perityssä puvussa liian suuri liivi, mutta pienentämisen sijaan haluaisin hankkia pukuun uuden liivin.”

Tutkittavan toiminta verkkosivulla



Teemahaastattelun avulla löytyneitä huomioita

“Olen menossa tässä puvussa jo seuraavaan tapahtumaan, mutten pystynytään pienentämään liian suurta liiviä ja vuokrasin tarvitsemani liivin.”

Onko kankaasta riittävät tiedot tällä sivulla?

“Materiaalitiedoissa olen suurpiirteinen: uskon että jos tilaan asiantuntijalta niin sellaiset asiat ovat kunnossa.”

“Jos kankaan sijaan meneekin liivin tarvikepakkaukseen niin siitä ei löydy samaa tietoa kankaan loppumisesta.”

“En käyttäjänä aina hoksaa sitä, että logosta pääsee etusivulle. --- Arvostaisin sanallisia ohjeita.”

“Poistonurkan kuvake on hämmäntävä.”

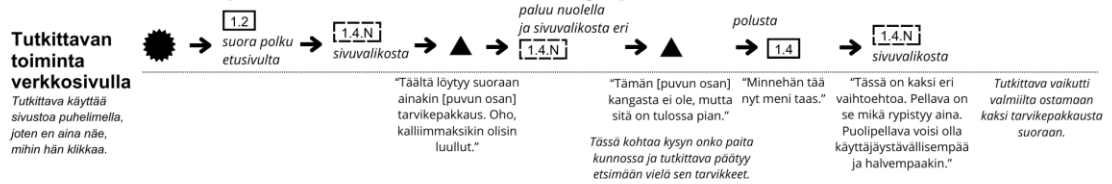
“Tekniikkavideot on tosi hyviä, mutta niihin joutuu rullaamaan etusivulla.”

“Ajankohtaistoitsikon alta ei tule mieleen etsiä blogijuttuja.”

“Jos on käsitys, että vain täältä saa kansallispuvua eikä löydäkään sitä omaa pukua täältä niin voi luulla, ettei sitä saa enää mistään.”

Tutkittavan Z tavoite:

“Vanha kansallispukeni vaatisi uudistamista ja päivittämistä.”



Teemahaastattelun avulla löytyneitä huomioita

Kysyn, olisiko tutkittavalle selkeää ostaa tästä suoraan näillä tiedoilla. Tutkittava aikoo ulkoistaa valmistuksen, joten ei välttämättä osaa ajatella kaikkia tarvittavia tietoja tässä kohtaa.

“Ei ole itseasiassa oma-aloitteisesti tullut katsottua näitä. Olen vain tyytynyt siihen, että osat ovat vähän rikki.”

Tässä kohtaa ohjaan tutkittavaa etsimään tarvitsemansa tarvikepakkaukset kansallispuvut-valikon kautta.

Tutkittava koki pellavan rypistyväksi eikä ollut koskaan kokeillut tärkkäämistä.

Katsoimme yhdessä pelkkien kaavojen hintoja ja pohdimme kannattaisiko kaava ostaa, vaikka vanha kaava olisi tallessa. Kaavapaketteja oli eri hintaisia ja mietimme, olisiko se merkki uudistetuista kaavoista.

“Kansallispuvut-valikon kohdalla pelkän tykkimysyn kuva on vähän hassu valinta.”

Kehotin selaamaan etusivun aivan alas asti.

“Täällähän on mielenkiintoisia juttuja, en ole koskaan selannut näin alas.”

Liite 6: Analyysivaihe 1

Tutkittavan S tavoite:

“Haluaisin hankkia kansallispuvun, joka liittyy oman suvun juuriin.”

Analysivaihe 1

Tutkittavan toiminta verkkosivulla

→ B ③ → B ② → B ① → 1.2 kuvavalikosta → 1.2.N kuvavalikosta → 1.2.N.N valmiit osat → Pukuun kuuluvat osat epäselvä asia

“Tää olikin vain Vuorelman historia.”

“Mietin, että onko missään mitään sellaista tietoa täällä, että miten mä valkkaan, kun tiedän, että aiomme tehdä.”

Tietoa muualla

Ei tiedä mistä aloittaisi

Yleisinfo vähäistä

Itse tekeminen ei onnistu

Polusta takaisin valmiit osat

“Tässä lukee valmistetaan asiakkaan mittojen mukaan, kuulostaa hyvältä.”

“En ole vielä täysin osannut valita, mikä muu on parempi näköinen mun päällä.”

Valinnan vaikeus

“Onhan tää aika hintava, koko ajan on pitänyt etsiä oikean.”

Hinta

“Mä luulen, että jäisin jumiin tähän shoppailuun, kun on sen verran tehnyt jo taustatyötä. Luovaa on pyörinyt mielessä. Mutta jos en saataus, jos pystyisi edes hahmottamaan perusteella valita puvun ja voisi sitten etsiä käytettynä.”

Hinta

Yleisinfo vähäistä

Käytetyn ostaminen kiinnostaa

“Ehkä tällä sivustolla on ollut jotain, jota on käytetty.”

“Tää on selkeesti sille käsityöihmiselle.”

“Täällä on paljon sanoja, joita ei tiedä.”

Vieraat sanat

→ 1.9 Sivuväliltä → 1.9.4

“Tää sivusto ei oo ehkä niin helppo käyttää.”

“Ois hauska, jos olisi joku, joka voisi auttaa alueista.”

Valinnan vaikeus

Itse tekeminen ei onnistu

Linkit muualle puuttuu

“Aa tuuuaa muu perinne, josta on kyl pieni juttu, niin sen voisi laittaa osaksi.”

Saatavuus-ongelma

“Voisiko toimia myös muiden yritysten kauppa-alustana?”

Hinta

“Kokonaisten puvun hankinta on kalliimpaa, olisiko jollain ns. väliaskelaa.”

Hinta

Korjaustuote piilossa

“Jossain vaiheessa voisi olla joku, joka voisi auttaa, jos joku ei löydä sitä.”

Huolto ja säilytys

Hinta

“Kaikkiin tyhmiin on syytä olla tarkkana, jos joku ei tiedä, miten pitää käyttää.”

Yleisinfo vähäistä

“Mitkä olisivat helppoja, jos joku ei tiedä, miten pitää käyttää?”

Ei tiedä mistä aloittaisi

Teemahaastattelun avulla löytyneitä huomioita

Ei tiedä mistä aloittaisi

Linkit muualle puuttuu

Korjaustuote piilossa

Huolto ja säilytys

Hinta

Yleisinfo vähäistä

Ei tiedä mistä aloittaisi

Tutkittavan T tavoite: “Haluaisin hankkia kansallispuvun esiintymiskäyttöön ja haluaisin, että puku sopii yhteen puolison puvun kanssa.”

Analysivaihe 1

Tutkittavan toiminta verkkosivulla

→ G → B ① → 1.2 kuvavalikosta → 1.2.N kuvavalikosta → 1.2.N.N valmiit osat → paluu polusta paluu polusta → 1.2.N.N.N paluu polusta → 1.2.N.N.N.N paluu polusta → 1.2.N.N.N.N.N paluu polusta

Hakutoiminto toimii vain verkkokaupan nimikkeistä

Valikoima

Pukuun kuuluvat osat epäselvä asia

Saatavuus-ongelma

“Tässä näkyy nyt sit on vaikkakin mitään.”

“No tuo [yksittäinen materiaali] on edullinen, tohon olisi heti varaa.”

paluu polusta kaavat ja ohjeet

paluu polusta kuvavalikosta

1.2.N.N.N.N valmiit osat

Saatavuus-ongelma

Käytetyn ostaminen kiinnostaa

Pukuun kuuluvat osat epäselvä asia

Hinta

Tekninen ongelma

→ ④ → Kassa → E Yhteystiedot

Tuotteiden välissä tutkittava joutuu aina palaamaan polussa tasolle 1.2.N.

Tutkittava lisää ostoskoriin toisen puvun osan ja pyrkii palaamaan polusta, mutta koska osa kuuluu muihin pukuun, polku on eri puvun polku.

“Mikäköhän näiden materiaalin valinta liittyy tehtävään ennen ostoskoriin laittamista.”

Materiaalin valinta

Tutkittava ratkaisee haasteen kokeilemalla goosin haku, mutta päättää sitten kysymään Copilot-tekoälyä vastauksen.

Yhteydenotto yritykseen

“Tätä ei voi tehdä ilman yritykseen.”

Saatavuus-ongelma

“Tätä takkia en osaa käyttää, mut siinä onkin varasto loppu.”

Prosessin epäselvyys

“Eli nyt kun on ostoskorissa, kun ei tässä ole mun mittoja.”

“No en kyllä, vaikka mulla olisi tähän budjetti, käytössäni on kyllä, mutta en tiedä, miten se toimii. Tullaan houkuttelevan helppoa ostamista, mutta ei mun budjetille.”

Epävarmuus

“Pitäis olla muistivihko tässä itsellä, että mitä kaikkea tässä oli kun osaa ei saanut.”

Yhteydenotto yritykseen

“Tässä kohtaa laittaisin materiaalin, josta on kysymys, ja siinä on kysymys, miten se toimii.”

Tutkittavan T tavoite: “Haluaisin hankkia kansallispuvun esiintymiskäyttöön ja haluaisin, että puku sopii yhteen puolison puvun kanssa.”

Analysivaihe 1

<p>Teema haastattelun avulla löytyneitä huomioita</p> <p>”Jos oon kansallispuvua tulossa ostamaan niin heti olin vähän hämillä näistä ryijyistä ja siitä ettei hausta löytynyt mitään.”</p>	<p>”Kansallispuvukategorian logo”</p> <p>Harhaanjohtava kuva</p> <p>”Löydettiin kuvia.”</p>	<p>Kysyin puolipellavan ja pellavan eroista ekologisuuden merkityksestä:</p> <p>”Esiintymiskäyttöön oleellisempaa käyttömukavuus. Mielikuva, että pellava on karhea.”</p>	<p>Kysyin pukujen valmistuksen alkuperästä, oliko valmistettu Suomessa.</p> <p>Suomalainen valmistus itsestään selvyyttä</p> <p>”Tehdään Suomessa.”</p>	<p>”En osannut pysähtyä tohon. Mulla oli vain se käytännöllinen tavoite, että tarvitsen puvun esitykseen. Mutta nyt kun rupeaa miettimään niin herää kyllä kysymyksiä, onko esim. langat tehty Suomessa ja miten. En usko että sillä on niin merkitystä, mutta tulee mieleen.”</p>
<p>”Oisko kallis hinta tuntunut ymmärrettävältä, jos tietäisit valmistuksesta enemmän?”</p> <p>”Joo, olisi voinut tuntua ymmärrettävältä, jos olisi ollut ihan videoita tai näkyneet montako tuntia menee.”</p>	<p>”Oletus hintatasosta”</p> <p>”Oletus hintatasosta”</p>	<p>”Sijainnin perusteella tehdystä luokittelusta olisi voinut olla apua, vaikka osasin lajitella kenkien perusteella.”</p>	<p>”Oletus ostamisen helppoudesta”</p> <p>”Oletus ostamisen helppoudesta”</p>	<p>Yhteydenotto yritykseen</p> <p>Prosessin epäsely</p>

Tutkittavan U tavoite: “Haluaisin hankkia kansallispuvun tai tehdä osan itse.”

Analysivaihe 1

Tutkittavan verkkosivulla

→ B 1 → [1.2] sivuvalikosta → [1.2.N] kuvavalikosta → [1.2.N.N] kaavat ja ohjeet → paluu polusta [1.5.1.N] → ▲

”Sitten etsimään löytykö [tietyn paikkakunnan] puku. Osoitin mitakin mielenkiintoisia assosioimaan suvun ja aiempien asuinpaikkojen suhteen.”

Juuret

”On sentään eritelty. Että ole kaikkia tai ei mitään.”

Joustavuus

”Niin tää on vaan eritelty. Että ole kaikkia tai ei mitään.”

Paketin sisältö epäsely

Tässä kohtaa itse huomaan, että olinko on heittänyt kakkos-ylätason alla, mutten sano mitään.

Tekninen ongelma

”Ihan nopealla vilkaisulla luetteloa.”

Paketin sisältö epäsely

paluu polusta → Pukuun kuuluvat osat epäselyä asia → ▲

”K. kuuluvat osat epäselyä asia”

”Tämän tarvikepakkauksen kuvissa näkyy pelkän pakettineen. Ompele vastavaapa napinläpilyödy? Ei käy selväksi.”

Paketin sisältö epäsely

”Pala tästä ehkä jostain. Mutta ei vissiin löydy? Ei käy selväksi.”

Kaikki osat ei kuulu kaupan valikoimaan eikä ohjata mistä saa

”Entä mistäs voisi löytää? Jos...”

Yleisinfo vähäistä

”Täällä on...”

Yleisinfo vähäistä

”Onko joku kohta... No ei, so...”

Kaikki osat ei kuulu kaupan valikoimaan eikä ohjata mistä saa

→ B 2 → B 1 → [1.2.N.N] yhteystiedot → E [1.2.N.N.N] tarvikepakkaukset

”Entä jos haluaisin ostaa koko puvun valmiina. Katotaas onko tuolla ajankohtaisissa jotain mikä viittaisi asiaan... No ei, mennään takaisin verkkokauppaan.”

Tekninen ongelma

Tästä kohtaa...

Tutkittava menee vielä alkuperäisesti... Se on... kaikkista muista puvuista ne löytyvät ja siksi tutkittava ei tunnu löytävän valmiita osia.

Saatavuus-ongelma

”Onko joku kohta... tilaustiedustelu? Tai löytyisikö yhteystietoja...”

Yhteydenotto yritykseen

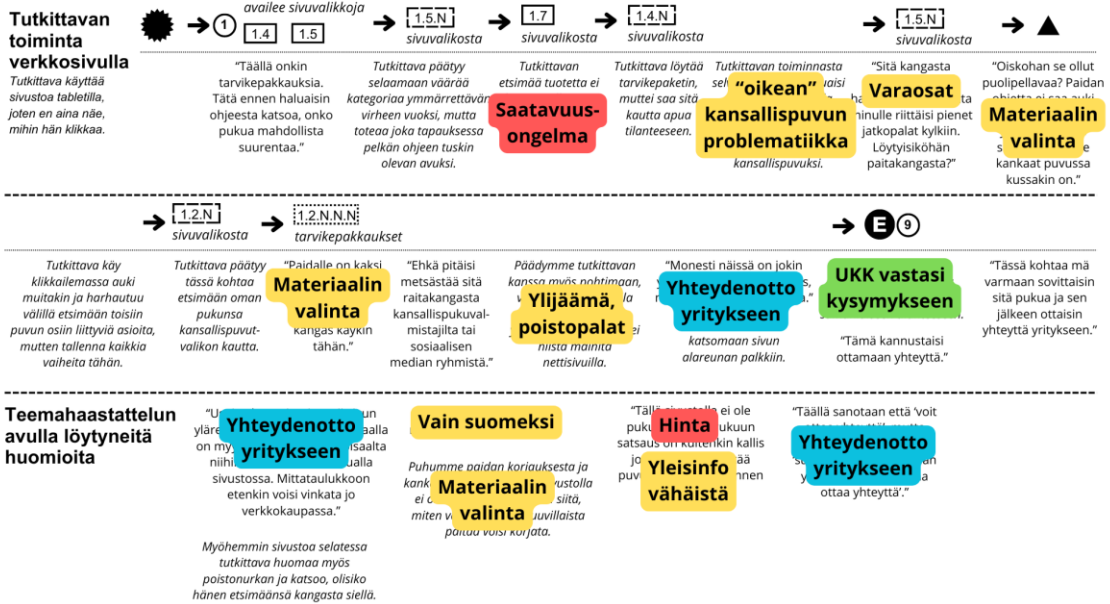
Tässä kohtaa tutkittava... löytää... tekninen ongelma... huomaamme, että sivulla on eri tuotteita.

Tutkittava valitsee... pakkauksen... juttu useisiin... in ja jälleen... son polku muuttuu.

Tutkittavan X tavoite:

Analyysivaihe 1

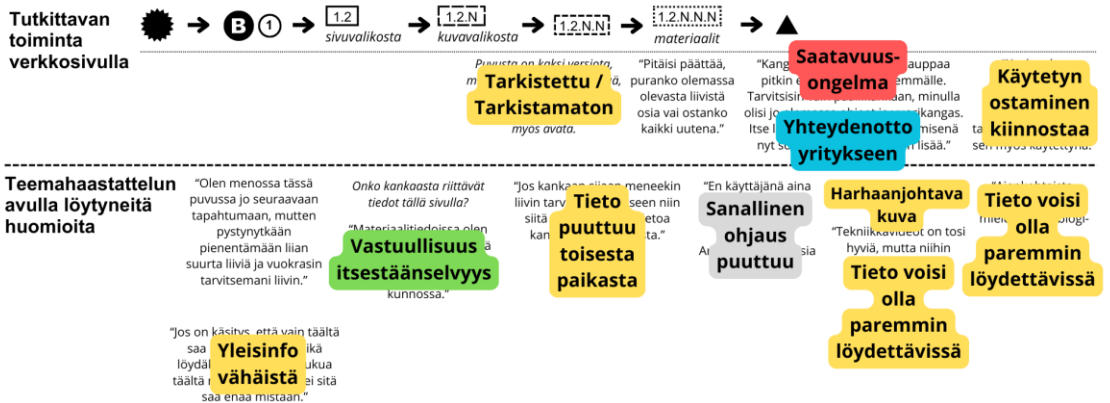
“Minulla on liian pieni kansallispuku ja selvitän, miten voisin suurentaa sitä.”



Tutkittavan Y tavoite:

Analyysivaihe 1

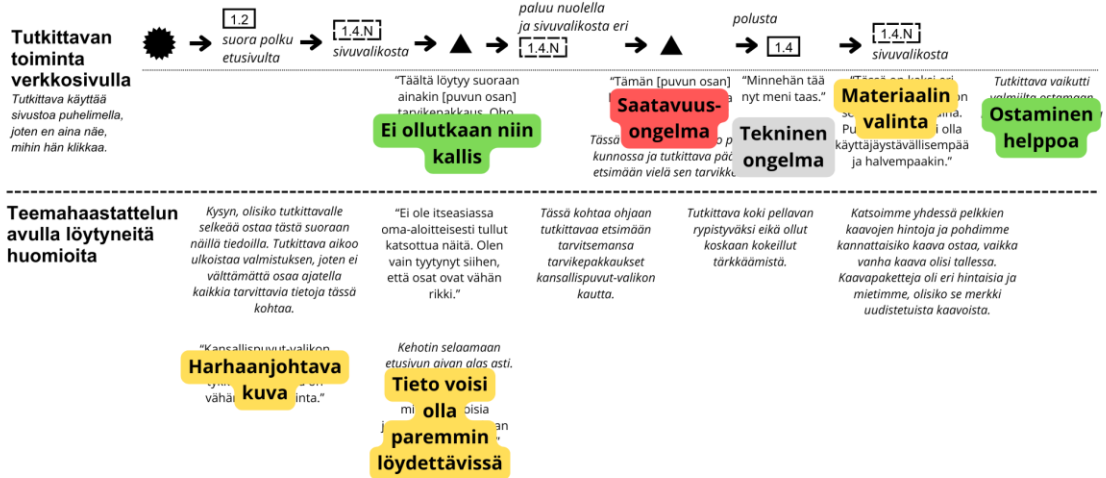
“Minulla on perityssä puvussa liian suuri liivi, mutta pienentämisen sijaan haluaisin hankkia pukuun uuden liivin.”



Tutkittavan Z tavoite:

“Vanha kansallispukuni vaatisi uudistamista ja päivittämistä.”

Analyysivaihe 1



Analyysivaihe 1

Tiedonpuute

Asia, joka on jo hyvin

Asia, jota ei voi ratkaista suoraan

Tekninen ongelma

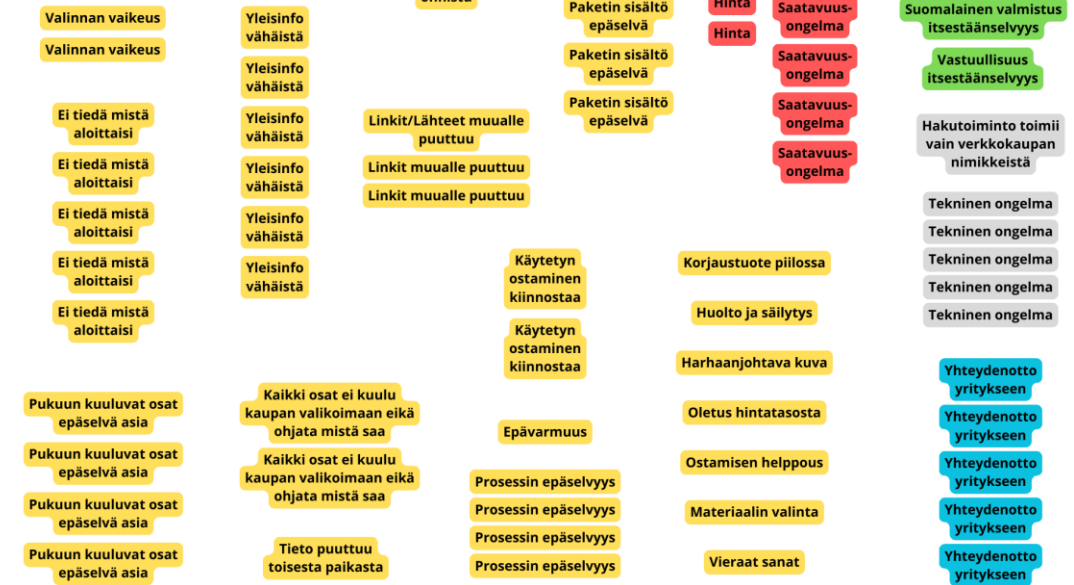
Yhteydenotto yritykseen

Liite 7: Analyysivaihe 2

Analyysivaihe 2

Tutkittavat S, T, U

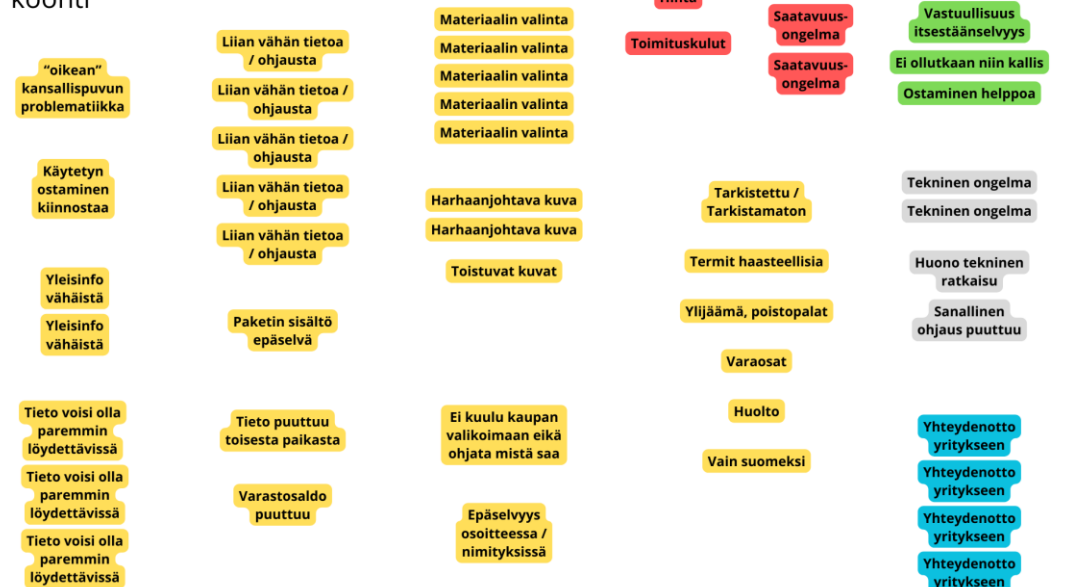
koonti



Analyysivaihe 2

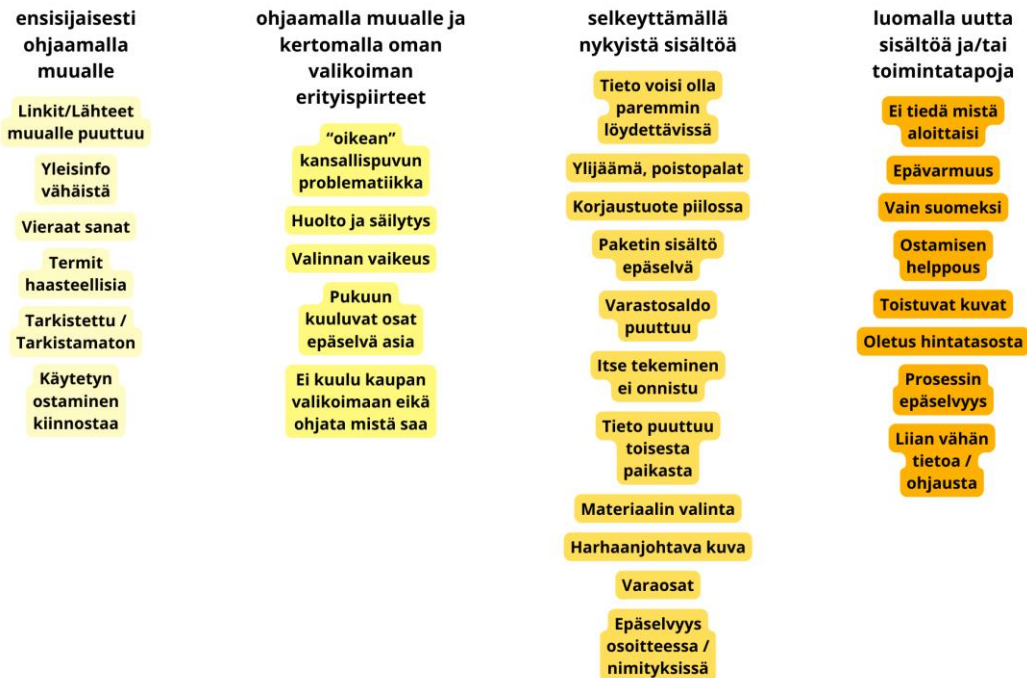
Tutkittavat V, X, Y, Z

koonti

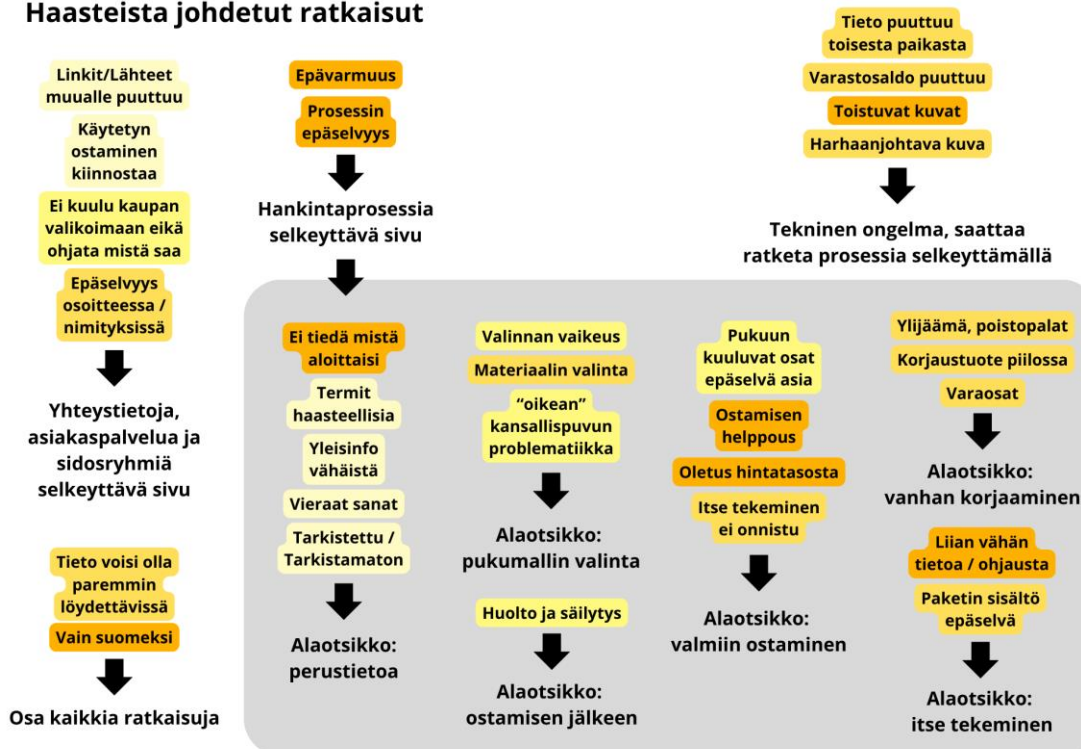


Liite 8: Tiedonpuutteiden ratkaisujen kuormittavuus

Voidaan ratkaista...



Haasteista johdetut ratkaisut



Liite 9: Haastattelurunko Suomen Perinnetekstiilit Oy 4.10.2024

1. Käydään läpi tutkimuksen eteneminen lyhyesti.
2. Väitteet, jotka vaativat tarkastamista:
 - Suomen Perinnetekstiilit Oy:n valikoimista edullisimman kansallispuukokonaisuuden voisi hankkia noin 3000 euron hintaan.
 - Yritys uudisti verkkokaupan vuonna 2022, mutta keskittyi silloin nimenomaisesti kauppaa-alustan luomiseen.
 - Yrityksessä työskentelee 3 /4 henkilöä ja tuotteiden valmistus tapahtuu alihankkijoilla ympäri Suomen.
 - Suomen Perinnetekstiilit Oy osti vuonna 2014 konkurssiin ajautuneen Helmi Vuorelma Oy:n liiketoiminnan ja/vai oikeudet ja/vai varaston?
3. Liiketoiminnasta kysymyksiä:
 - Suomen Perinnetekstiilit Oy:n myynnistä KUINKA SUURI osa liittyy jo olemassa olevan puvun korjaukseen, uudistamiseen tai täydentämiseen ja KUINKA SUURI osa täysin uuden puvun valmistamiseen? Prosentteina, osuuksina, arvio?
 - Perinnetekstiilit on toiminut jo noin 10 vuotta, mitä taustatietoja lähihistoriasta voisi antaa? Miten toiminta on muuttunut, mitä alan haasteista voisi kertoa, onko "nousukausi"? Millaista yrityksen arki on? Valmistus on siirtynyt kokonaan alihankkijoille? Onko kysynnässä piikkejä? Millainen on asiakaskunta?
4. Internet-sivun teknisiä juttuja:
 - Sivusto on tehty WordPressillä ja verkkokauppa WooCommercella. Mitä rajoitteita se aiheuttaa rakenteeseen, jos suuria muutoksia ei lähdetä tekemään?
 - Montako tuoteartikkelia verkkokaupassa on?
5. Käydään läpi tutkittavien palvelupolkujen keskeiset haasteet: mitä tietoja etsittiin ja miten?
6. Miten Suomen Perinnetekstiilit Oy:n Internet-sivujen palvelupolkuja tulisi kehittää, jotta yritys vastaisi asiakastarpeisiin paremmin?
 - Mitä omia tavoitteita Perinnetekstiileillä on verkkosivujen uudistamiselle? Muotoilukriteeristö: Mitä sivuston tulee olla, mitä pitäisi olla, mitä se voisi olla ja mitä se ei ole?
 - Miten kansallispuvun hankintaprosessi toimii yrityksen näkökulmasta? Mitä prosessissa tapahtuu ja onko jokin vaihe yrityksen näkökulmasta erityisen työläs?
 - Miten yritys toimii tilanteessa, jossa asiakas ei osaa itse korjata pukua vaan tarvitsee korjaajan?

Liite 10: Internet-sivujen kehittämissuunnitelman mallinnus kuvina

vuorelma
SUOMEN PERINNETEKSTIILIT OY

VERKKOKAUPPA AJANKOHTAISTA YRITYS 🛒 0 👤

Haku ...

Perinteiden jatkaja

Kestävää suomalaista käsityötä jokaiselle.

Lue lisää



Kansallispuku juhlistaa läpi elämän

Kansallispuku sopii asuksi erilaisiin perhejuhliin ja edustustilaisuuksiin. Valikoimamme on suuri, mutta jotkin pukumallit ovat ikisuosikkeja.

[Kohti kansallispukua →](#)



Kansallispuvussa näytät mistä tulet

Kansallispukujen kauniit yksityiskohdat sopivat osaksi arkipukeutumista. Voit hankkia puvusta vain yhden osan tai osan kerrallaan.

[Perinteen kantajaksi →](#)



Kansallispuku kestää sukupolvelta toiselle

Kansallispuvun huolto ja korjaus pidentää sen käyttöikää kerta toisensa jälkeen. Edullinen kirpputorilöytö saa uuden elämän.

[Tehty käytettäväksi →](#)



Laadukkaat materiaalit helpottavat työtä

Kansallispukuihin käytettävät materiaalit valitaan huolella. Oikea tuntu, väri ja kuvio ovat yhtä tärkeitä kuin materiaalien alkuperä.

[Langasta kankaaksi →](#)

Tuoteryhmät



KANSALLISPUVUT



RYIJYT



PUKUJEN TARVIKKEET



KANKAAT

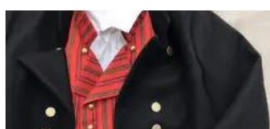




Perinteiden jatkaja

Kestävää suomalaista käsityötä jokaiselle.

[Verkkokauppaan](#)



Kansallispuku juhlistaa läpi elämän

Kansallispuku sopii asuksi erilaisiin perhejuhlisiin ja edustustilaisuuksiin. Valikoimamme on suuri, mutta jotkin pukumallit ovat ikisuosikkeja.

[Kohti kansallispukua](#) →



Kansallispuvussa näytät mistä tulet

Kansallispuvujen kauniit yksityiskohdat sopivat osaksi arkipukeutumista. Voit hankkia puvusta vain yhden osan tai osan kerrallaan.

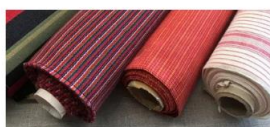
[Perinteen kantajaksi](#) →



Kansallispuku kestää sukupolvelta toiselle

Kansallispuvun huolto ja korjaus pidentää sen käyttöikää kerta toisensa jälkeen. Edullinen kirpputorilöytö saa uuden elämän.

[Tehty käytettäväksi](#) →



Laadukkaat materiaalit helpottavat työtä

Kansallispuvuihin käytettävät materiaalit valitaan huolella. Oikea tuntu, väri ja kuvio ovat yhtä tärkeitä kuin materiaalien alkuperä.

[Langasta kankaaksi](#) →



Pieni käsityö vai suuri katseenvangitsija?

Ryijy huokuu sisustuksessa lämpöä ja muistuttaa tekijänsä kädenjäljestä. Tekniikkaan on helppo tutustua pienempien tarvikepakkausten avulla.

[Kotia koristamaan](#) →



Joustava ja osaava asiakaspalvelu

Kansallispuvualalla saatat törmätä monenlaisiin pohdintoihin jo ennen puvun valintaa. Älä epäröi ottaa yhteyttä: selvitetään haasteet yhdessä!

[Me autamme sinua](#) →

YRITYS

Suomen Perinnetekstiilit Oy (Y-tunnus 2691089-7) on Suomen suurin kansallispukuja ja niiden tarvikkeita myyvä yritys. Yrityksen valikoimaan kuuluvat myös ryijyt ja ryijytarvikkeet.

Suomen Perinnetekstiilit Oy aloitti toimintansa vuonna 2015. Yritys jatkaa Helmi Vuorelma Oy:n valikoiman myyntiä.

Tällä hetkellä verkkokaupan valikoimasta löytyy 102 naisten ja 23 miesten kansallispukea sekä 5 kansallispuken tavoin käytettävää naisten pukua. Joihinkin pukuihin on saatavilla kaavat myös lasten koossa (110–152 cm).

Ota rohkeasti yhteyttä asiakaspalvelullemme! Verkkokaupan lisäksi voit tilata myös puhelimitse, sähköpostilla, whatsappilla tai Facebook messengerillä.

Puh. 0469228400
helmi@vuorelma.fi

Olet tervetullut noutamaan tilauksen tai tekemään ostoksia toimipisteeltämme osoitteesta Kisällinkatu 5, 2. krs 15170 Lahti

Asiakaspalvelumme palvelee ma klo 9-17, ti-pe klo 9-15, sopimuksesta myös muina aikoina.



Seuraathan meitä myös sosiaalisessa mediassa!



Kurkistus menneeseen: Vuorelmasta Suomen Perinnetekstiileihin

Tarina alkaa jo vuodesta 1909.
Lue muistoja menneiden
vuosikymmenten varrelta.

Toimimme yhteistyössä muiden kansallispukealan yritysten ja yhteisöjen kanssa

- | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  R Suomen kansallispukeyhdistys Raita ry |  T Tietokirstu - Dräktskrin |
|  K Kansallispukekeskus |  B Föreningen Brage |
|  S Soja Murto, kansallispuvut.com |  L Lajulan kangastupa |
|  K Kultavilla Oy |  A Joku muu, mikä? |

Kohti kansallis pukua

Suomalaiset kansallispuvut pohjautuvat 1700- ja 1800-lukujen maaseudun ja kaupunkien tavallisen kansan juhlapukuihin. Erilaisia kansallispujua ja niiden eri versioita, sekä niiden tavoin käytettäviä fantasia-, kuoro- ja pitäjänpujua on jopa 550 erilaista. Suomen Perinnetekstiilit Oy:n verkkokaupan valikoimasta löytyy 102 naisten ja 23 miesten kansallispujua sekä 5 kansallispujujen tavoin käytettävää naisten pukua.

Lue lisää Suomen kansallispujukeskuksen sivuilta: [Mikä kansallispujua on?](#)

Lue lisää Suomen kansallispujuyhdistys Raita ry:n ylläpitämästä Tietokirjasta: [Mikä on suomalainen kansallispujua?](#)

Kansallispujumalleja ovat koonneet eri vuosikymmeninä lukuisat tutkijat ja asiantuntijat. Suomen Perinnetekstiilit Oy:n valikoimaan kuuluu etenkin Uuno Taavi Sireliuksen, Tyyni Vahterin ja Toini-Inkeri Kaukosen kokoamia pukujua, sekä neljätoista Kansallispujuraadin aikana suunniteltua tai tarkistettua pukua.

Lue lisää kansallispujua valmistaja Soja Murron blogista: [Tarkistettu kansallispujua - mikä ja miksi?](#)

Kansanpujujen osat kansallispujujen esikuvina

Kansanpujujen aikaan naisen pukukokonaisuuteen kuuluivat **paita, hame, esiliina, liivi, röjy, päähine, sukat ja kengät**.

Paidan pitkä helma vastasi alushametta ja hameita saatettiin myös pukea päällekkäin useita, komein päällimmäisenä. Huivi ja koru täydensivät asukokonaisuuden ja päällysvaatteena oli esimerkiksi viitta.

Päähine viesti naimaikäisyydestä: tytöt käyttivät nauhoja tai nauhapäähineitä, aikuinen nainen peitti päänsä. Muita kansallispujujen esikuva-ajoilta talletettuja vaatekappaleita ovat erilaiset käsineet ja nauhat, irtotaskut ja muut kantovälineet, sekä vyöt, vyölliset ja avainkokat.

Tietokirjasta löytyvät esimerkiksi artikkelit: [Millainen on länsisuomalainen naisen kansallispujua?](#)
[Karjalainen naisen kansallispujua](#)

Miehen kansanomaiseen pukukokonaisuuteen kuuluivat **paita, housut, liivi, röjy tai muu päällysvaate, päähine, sukat ja kengät**.

Paidan pääntie voitiin kiinnittää soljella ja kaulus tukea pystyyn kaulaliinalla. Koristeellisten helavöiden lisäksi pukuun saattoi kuulua näyttävä villavyö päällysvaateen vyöttämiseen sekä olkaimet housujen tukemiseen

Miehet kuljettivat tavaroita pienissä virkatuissa sulhaspussissa, puisissa vakoissa, sekä nahkaisissa laukuissa tai repuissa.

Kun kansallispujua käytetään juhlapukuna, se on pukukokonaisuus, johon kuuluvat tietyt osat. Pukukokonaisuuteen kuuluvat osat vaihtelevat: joihinkin pukuihin ei kuulu esimerkiksi esiliinaa tai päällysvaateetta.

Tutki pukukokonaisuuksia esimerkiksi [Kansallispuvut.fi](#)-sivustolta sekä tutustu kansallispujukeskuksen pukeutumisohjeisiin: [Kansallispujua pukeutuminen](#)

Kattavan lähdeluettelon erilaisista kirjoista ja sähköisistä lähteistä löydät Tietokirjasta: [Kirjallisuusluettelo](#)

Kansallispuvun hankinta

Kansallispuvu voi ratkaista loppuelämäsi juhlapukeutumishaasteet. Ostamalla kansallispuvun tuet myös suomalaista työtä: pukujemme valmistukseen osallistuu esimerkiksi värjäreitä, kutojia, ompelijoita, nyplääjiä, koruseppiä ja tykkimysyvalmistajia ympäri Suomen.

Jos haaveilet oman puvun hankkimisesta, autamme haaveen toteuttamisessa mielellään! Saatat pohtia pukuun liittyen esimerkiksi seuraavia asioita:

Voinko valita minkä vaan pukumallin vai pitääkö sen olla sukujuurieni mukaan?

Suomalaista kansallispuvua ei tarvitse valita sukujuurien tai asuipaikan mukaan, mutta se voi olla yksi tapa rajata vaihtoehtoja. Voit myös valita puvun lempivärien tai huollon helppouden perusteella - tai jos teet puvun itse, tekniikoiden perusteella.

Kuinka nopeasti saan puvun itselleni?

Valmistamme kaikki kansallispuvut mittojen mukaan ja Suomessa alihankkijoilla. Kokonaisen kansallispuvun tilaukseen kannattaa varata aikaa, sillä alihankkijoidemme työjonot ovat usein pitkiä. Keskimäärin uuden puvun valmistus kestää XX kuukautta, mikäli materiaalit ovat valmiina varastollamme.

Kuka ottaa mitat pukua varten? Jos joudun mittaamaan itseni, miten osaan?

Mikäli pystyt asioimaan Lahden toimipisteellämme, voimme ottaa sinusta mitat. Voimme myös toimittaa sinulle kattavat mittausohjeet, joiden perusteella sinä tai läheisesi otatte mitat ja valokuvat. Otamme usein huomioon myös alihankkijan ja asiakkaan sijainnin, jotta kansallispuvun sovitus olisi mahdollista valmistuksen aikana.

Maksanko puvun heti tilauksen yhteydessä?

Kansallispuvukokonaisuus kannattaa tilata asiakaspalvelumme kautta puhelimitse tai sähköpostilla. Silloin voimme parhaiten auttaa sinua tilaamisessa sekä sopia toimitusajoista ja maksusta. Perimme tilauksen yhteydessä 20 % kauppasummasta ja lopun 80 % tuotteen valmistuttua ennen toimitusta.

Mitä koko kansallispuvu maksaa?

Puvun hinta on monen asian summa. Erityisesti hintaan vaikuttavat arvokkaat, käsin kudottavat materiaalit tai pikkutarkka käsityö. Olemme valikoineet kansallispuvukalikoimastamme muutamia hintaesimerkkejä alle.



Häme tarkistettu naisen puku

- Punainen verkkahame
- Suomi-paita, puolipellavaa
- Liivi
- Esiliina ilman pitsiä, puolipellavaa
- Tasku
- Tanu (päähine)

5 330 €

sis. ALV 25,5%



Rautjärvi naisen puku

- Tummansininen hame (kuvassa oikealla)
- Paita, puolipellavaa
- Liivi
- Ripsiraitainen esiliina
- Paljinsolki
- Sykerö (päähine, kuvassa oikealla)
- Vyölliset

3 745 €

sis. ALV 25,5%



Peräpohjola naisen puku

- Liivihame
- Paita, puolipellavaa
- Paritaskut
- Paljinsolki
- Silkkiesiliina
- Hartijahuivi
- Tykkimyssy (päähine) ja tyllipitsi (ostopitsi)

4 427 €

sis. ALV 25,5%



Etelä-Pohjanmaan miehen tarkistamaton puku

- Housut
- Paita, puolipellavaa
- Liivi
- Takki

4 015 €

sis. ALV 25,5%

Helavyö ja puukot lisäksi Järvenpää Oy alkaen 575 €

Huopahattu Hattu.fi alkaen 202 €



Johannes miehen puku

- Polvihousut
- Paita, puolipellavaa
- Liivi
- Takki (ei kuvassa)
- Paidan solki

4 036 €

sis. ALV 25,5%

Pukuun kuuluvaan neulemyssyyn ja villasukkiin ei ole valmista hintaa, pyydä tarjous!

Pukujen hinnat vaihtelevat siis noin 3 000 eurosta 6 000 euroon ja joissain puvuissa sen yllikin. Hintaan vaikuttavat mm. erilaisten materiaalien valinnat. Autamme sinua puvun hankintapäätöksissä, ole rohkeasti yhteydessä!

Me emme myy käytettyjä pukuja, mutta palvelemme kyllä kansallispukujen korjauksissa! Tutustu pukujen korjausmahdollisuuksiin sivulla [Tehty käytettäväksi](#)

Sukat, kengät ja muut asusteet

Naisten puvuissa käytetään yleisesti valkoisia puuvillasukkia. Joihinkin pukuihin suositellaan värillisiä sukia. Löydät kaikkiin pukuihin sopivat perussukat valikoimastamme.

Läntisiin naisten pukuihin, kuten Hämeen tarkistettuun pukuun on mahdollista lisätä silkkinen hartiahuivi. Kaikkien naisten pukujen alle kannattaa pukea ryhdikäs pellavainen alushame.

Valikoimaamme ei kuulu kenkiä. [Töysän kenkätehdas](#) on valitettavasti lopettanut joidenkin supikasmallien valmistuksen, mutta löydät hajakokoja vielä verkkokaupasta. Kansallispukujen kanssa suositellaan käytettävän mustia nauhakenkiä, solkikenkiä tai avokkaita.



Sukat



Huivit



Alushameet

Perinteen kantajaksi

Monelle kansallispuvuista kiinnostuneelle on syttynyt halu tuoda esille omia sukujuuria, suomalaisuutta ja kansanperinnettä. Vaikka kansallispuvu sopiikin monenlaisiin tilanteisiin ja juhliin, arjessa mukavinta on käyttää vain yksittäistä puvun osaa.

Tätä ilmiötä kutsutaan kansallispuvupiireissä nimillä Tuunaa mun perinne tai juuripukeutuminen. [Karjalainen Nuorisoliitto](#) lanseerasi vuonna 2015 Tuunaa mun perinne -haasteen, josta nimi jäi elämään. Voit etsiä termeillä inspiraatiota esimerkiksi Instagramin kautta!

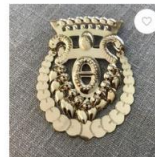
Kansallispuvun voi hankkia vaikka osa kerrallaan tai vanhaa pukua täydentäen. Valikoimastamme esimerkiksi korut ja soljet ovat juhlavia asusteita.



Itti ja Vehkolahki tarkistamaton
lepyriipus
595,00 €



Raja-Karjala riipus
545,00 €



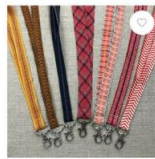
Etelä-Pohjanmaa helysoiki
445,00 €

Kansallispuvujen materiaaleista voi valmistaa muitakin tuotteita, kuten laukkuja ja koruja. Omasta valikoimastamme löydät kansallispuvukankaiset pinssit sekä erilaisia, pukuihin kuuluvista nauhoista valmistetut avainnauhat.

Valmistamme pinssit ylijäämämateriaaleista, emmekä aina huomaa päivittää saatavilla olevia pinsskejä verkkokaupan valikoimaan. Kysythän siis rohkeasti [asiakaspalvelusta](#), jos haluat pinssin jonkun tietyn puvun kankaasta. Teemme pinsskejä tarvittaessa lisää!



Kansallispuvukankaiset pinssit
5,00 €



Avainnauha
18,00 €

Onko kotiseutusi puvussa kaunis liivin malli, mutta puvun kankaat eivät toista värejäsi? On sallittua, suorastaan kannustettavaa, käyttää pukujen kaavoja yksityisessä käytössä myös muista kankaista ommellessa. Voit tähdätä perinnehenkiseen pukeutumiseen tai tehdä harjoitusliivin, jotta ohjeet tulevat tutuksi.

Kansallispuvuissa käytettävät tekniikat ovat myös mielenkiintoisia. Jos oma puku siintää tulevaisuuden haaveena, mutta kädentaidot vaativat vähän harjauttamista, aloita esimerkiksi pirtanauhan ABC -kudontapakkausista. [Blogistamme](#) löydät myös vinkkejä erilaisiin yksittäisiin [valmistustekniikoihin](#), kuten lankasilmun ompeluun ja reikäompelun alkeisiin.



Liivien kaavat ja ohjeet
40,00 €



Pirtanauhan ABC -kudontapakkaus
aloittelijalle
40,00 €



Painittu pirtanauhan ABC
61,00 €

Tehty käytettäväksi

Kansallispuvu on parhaimmillaan, kun sitä käytetään usein. Mitä jos lähtisit mukaan haasteeseen, ja käyttäisit kansallispuvua vähintään kolmesti vuodessa? Esimerkiksi Kalevalan päivä (helmikuussa), tuuletuspiknikit kesällä sekä itsenäisyyspäivä (joulukuussa) ovat erinomaisia käyttötilanteita!

Jos kaipaat apua kansallispuvun eri osien pesuun ja arkiseen huoltoon, tutustu esimerkiksi Kansallispuvukeskuksen sivuilta tai Tietokirstusta löytyviin ohjeisiin:

[Vanhan kansallispuvun hoitaminen](#)
[Kansallispuvun huolto](#)

Kutistuiko puku kaapissa tai oliko edellinen käyttäjä muodoltaan kapeampi? Vanhoihin Helmi Vuorelma Oy:n valmistamiin liiveihin jätettiin saumavarioihin ylimääräistä, jotta pukua saattoi vuosien aikana suurentaa. Valmistamme uusien kansallispuvujen liivit edelleen vuorittamalla osat yksittäin. Näin puvun käyttöikä on helpompi jatkaa. Omaa pukua valmistaessa voit myös tutustua kansanomaisempiin vuoritustapoihin.

Alempaa löydät vinkkejä pukujen korjauksiin, mutta jos ompelu ei ole vahvin taitosi, tarjoamme puvuille myös korjauspalvelua! Käymme yhdessä läpi korjaustarpeet ja tarvittavat materiaalit sekä välitämme puvun alihankintaompelijoillemme korjattavaksi. Ota rohkeasti [yhteyttä](#), katsotaan miten voisimme jatkaa pukusi käyttöikää!

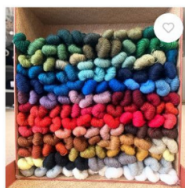
Voit korjata ja ommella puvut joko ompelukoneella tai käsin. Tarvikepakkauksiin myymme koneompeluun soveltuvia puuvillalankoja ompeluun, sillä ne ovat villakankaan ompelussa hellempää. Käsinompeluun soveltuvat pellavalangat löydät [täältä](#).

[Blogistamme](#) löydät myös vinkkejä erilaisiin yksittäisiin [valmistustekniikoihin](#), kuten lankasilmun ja punospistoreiän ompeluun.

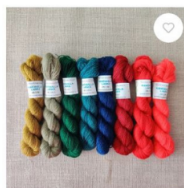
Vinkkejä puvun korjaukseen

Hameen vyötärön voi purkaa ja laskostaa uudelleen. Vyötärönauhaksi sopii esimerkiksi pellavakaitale, esimerkiksi [Anna-vuoripellavasta](#). Jos hameen helmassa on pidennysvaraa, voit avata helman pituuden kokonaan ja lisätä helmaan kaitaleen Anna-vuoripellavasta. Käännä kaitaleen osuus nurjalle ja ompele käänne käsin kiinni. Näin saat helmasta kaiken pituuden käyttöön ja helma kestää käyttöä paremmin.

Villakankaisesta hameesta tai liivistä löytyvät pienet reiät on mahdollista parsia. Myymme kampavillalankoja minikokoisissa 100m dokissa, jotka sopivat erinomaisesti juuri korjauksiin. Jos et tiedä oikeaa värisävyä, autamme valinnassa. Myymme myös joihinkin pukuihin valmiiksi sopivia korjaussarja-pakkauksia, joissa on kaikki kyseisen puvun hamekankaan sävyt. Värisävyt ovat toki voineet aikojen saatossa hieman muuttua, ja sävy riippuu myös värjäyserästä ja villan alkuperästä.



Kampavillalanka mini, dokki 100m
4,00 €



Kansallispuvukankaan korjaussarja
12,00 € – 28,00 €

Jos liivin sivusaumojen saumavarat on jo otettu käyttöön, liiviä voi suurentaa lisäämällä pienet lisäpalat sivusaumoihin. Tällä tavalla liivin ympärysmittaa on mahdollista suurentaa vielä noin 10 cm (5cm per puoli), mutta liivin ei välttämättä suurentamisen myötä pysy samana. Jos tarvitset liivin suurentamiseen tilkkuja, voit kysellä asiakaspalvelustamme sopivia ylijäämämateriaaleja tai ostaa tarvitsemasi kangaspalan.

Jos paita on vielä käyttökelpoinen, mutta se kiristää kainaloista, siihen kannattaa lisätä väljyyttä. Jos paidan hihat ovat sopivan mittaiset, lisää väljyys sivusaumaan ja kainaloon esimerkiksi ylöspäin kapenevalla kangassuikaleella. Jos paitaan tarvitaan lisää tilaa rinnanympärykselle ja pituutta hihoille, lisäkappale kannattaa lisätä miehustakappaleeseen niin, että lisäpala jää liivin olkainten alle.

Helmi Vuorelma Oy:n valmistamissa paidoissa käytettiin aikanaan ohutta ja pehmeää Helmi-puuvillaa. Se ei kuulu enää kangasvalikoimaamme, mutta voit leventää paitaa [Linnea-pellavakankaalla](#), joka on laadultaan miellyttävä. Lyhyttä paitaa voi hameen alle jatkaa myös [Anna-vuoripellavalla](#) tai lakanakankaalla.

Joskus paita tai esiliina tulee elinkaarensa päähän ja sen tilalle kannattaa hankkia kokonaan uusi. Valikoimaamme kuuluvien pukujen paitoja saat joko valmiina tai tarvikepakkausina. Voit myös ostaa kaikkia materiaaleja erikseen.

Pukuun tarvitsee aika ajoin uusia sukat. Useimpiin läntisiin naisten pukuihin voi lisätä hartioille silkkihuivin, jolla saat pukuun vaihtelua eri tilaisuuksiin. Ehkä puvustasi myös vielä puuttuu jokin osa, kuten aikuisen päähine, koru, solki tai vyölliset?



Tarvikepakkaukset
puvuittain



Paitojen
tarvikepakkaukset



Asusteet

Langasta kankaaksi

Materiaalin valinnassa ovat ensimmäisenä ohjaavana tekijänä esikuvat. Jotta siitä saataisiin valmistettua esikuvien kaltainen tuote, on tavoiteltava mahdollisimman samankaltaista raaka-ainetta. Tarvittaessa meitä auttaa Kansallispuikukeskus, joka pystyy antamaan asiantuntija-arvion tarjolla olevien vaihtoehtojen soveltuvuudesta.

Nyky maailman tekstiilimateriaalit ovat suurelta osin aika erilaisia kuin parisataa vuotta sitten, joten käytännössä lähes aina joudutaan jollain osa-alueella tyytymään kompromissiin. Todella harvat kansallispuvissa käytettävät materiaalit ovat edelleen suosittuja ja yleisiä, joten alihankkijoiden ja hankintapaikkojen etsintä on osa normaalirutiinia, kun aina jostain päästä jonkun materiaalin valmistus lopetetaan tai niissä saattaa olla väliaikaisia saatavuusongelmia.

Tekstiilit ovat ominaisuuksiltaan erilaisia jo kuituraaka-aineista lähtien. Nykyään käytetään paljon kuituja, jotka esikuvien aikaan eivät olleet olemassakaan. Tutut luonnonkuitutkaan eivät ole samanlaisia kuin 200 vuotta sitten; nykyiset kuitukasvit kasvavat kasteltuina, lannoitettuina ja tuholaisten torjuttuna huomattavasti nopeammin kuin tuolloin ja lampaat, jotka villaa nykyään tuottavat, ovat pidemmälle jalostettuja.

Lankojen kehuussa painotetaan erilaisia ominaisuuksia entisaikaan nähden, etenkin villan suhteen pehmeys on kovin vallitseva tavoite, kun aiemmin liki vastakohtainen ominaisuus kestävyys oli pehmeyttä paljon suuremmassa huudossa.



Vuorelman kampavillalanka

- materiaali: 100% kampavilla, koinsuojattu
- vahvuus: Nm 36/2 (tex 28 x 2)
- myyntipakkaus: 50 g vyyhti = 800 m tai n. 6 g = 100 m
- ostetaan lankana Italiasta, villan alkuperämaa ei tiedossa
- Kartassa 77 väriä, kysy loppuneista väreistä toimitusaikoja.
- Hieno kampalanka kudontaan, sopii esim. kansallispuikukankaisiin, muihin vaatetus- ja sisustusankaisiin sekä huiveihin.

Etsimme mahdollisia materiaaleja tai hankintapaikkoja lähes yksinomaan internetistä, ihan niin kuin yksittäiset kuluttajatkin. Joitain tuotteita, joille on olemassa vielä suomalaisia tukkuliikkeitä, voimme tiedustella suoraan tutuilta tukkureilta, mutta vähänkään erikoisempien tuotteiden kanssa hankintapaikat ovat ulkomailla. Silloin tällöin saamme vinkkejä myös kollegoilta.

Niissä harvoissa tuotteissa, joissa on reilummin valinnan varaa, merkitsee laadun lisäksi myös hinta, mutta harvoin pystymme esimerkiksi kilpailuttamaan hankintoja, koska ostoerämme ovat niin pieniä. Joka tapauksessa laatu on määräävä tekijä, sillä Perinnetekstiilien materiaaleista valmistetaan tuotteita, joiden on oltava niihin uhrattavan työn arvoisia ja joiden on tarkoitus kestää kymmeniä vuosia.



Linnea pellavakangas

- kudotaan Belgiassa Euroopassa kasvatetusta ja kehrätystä pellavasta.
- 100 % pellava, valkaistu
- 165 g / m²
- Kutistuu n. 5-7 %
- Kangasta on kahta leveyttä: 180 cm ja 243 cm

Kiinnitämme huomiota myös hankittavien materiaalien eettisyyteen. Olemme pyrkineet löytämään vaihtoehtoja sellaisille tuotteille, joiden valmistusolosuhteista meillä ei ole käsitystä. Käyttämämme materiaalit ovat usein ainakin viimeiseltä valmistusvaiheeltaan eurooppalaisia, jolloin voimme olla sen tuotannon osan eurooppalaisesta vähimmäistason työ- ja ympäristölainsäädännöstä melko varmoja.

On mahdollista ja jopa todennäköistä, että eurooppalaiselta kutomolta ostettu kangas on valmistettu yhdellä tehtaalla värjätyistä ja toisella kehrätyistä langoista. Kuituraaka-aine saattaa olla kasvatettu vielä jossain muualla. Lankojen osalta värjäämön ja kehräämönkin usein saa selvitettyä, mutta kuitujen alkuperä osoittautuu yleensä jo asiaksi, josta harvemmin saamme tietoja kyselyistä huolimatta. Tämä ketju pitenee vielä yhdellä askelmalla, jos ostamme tuotteet viimeisen valmistusportaan sijasta tukkuliikkeestä ja silloin tiedot saattavat olla vielä hatarammat.

Kerromme verkkokaupassamme tuotteiden alkuperätiedot sillä tarkkuudella kuin ne itsellämme ovat tiedossa.



Kaisa puolipellavakangas

- valmistetaan Belgiassa.
- 51% pellava, 49% puuvilla, valkaistu
- 175 g / m²
- leveys 150 cm
- Kutistuu n. 5 %

Esiliinoissa ja paidoissa valmiiden tuotteiden ja tarvikepakkauskaukien kohdalla on valittavissa materiaaleina puolipellava ja pellava. Usein meiltä kysytäänkin, kumpi kannattaisi valita ja mitä eroa kankailla on. Pellava mielletään karkeaksi, mutta laadukkaista, pitkistä kuiduista valmistettu Linnea on pehmeää. Mikäli ompelet käsin, sinun kannattaa ehdottomasti valita Linnea. Jos paidan yksityiskohtiin kuuluu reikäompeleita, on puolipellavasta ommellessa varmistettava, että **poistaa** puuvillaiset langat. Näin reikäompeleesta tulee siistimpi.

Konekudotut villakankaat kudotaan Suomessa Kultavilla Oy:ssä. Osa kankaista voidaan kutoa vain käsin: esimerkiksi kankaat, joissa on pätäväjärjättyjä lankoja eli flammuraitoja. Kaikki pukuihin liittyvät valmistavat työvaiheet tehdään Suomessa.



Tarkistamattoman Etelä-Pohjanmaan eli Härmän puvun helysoljen vanha piirros ja ohjeistavia merkintöjä koruseppää varten. Ylhäällä vanha mallihelysolki ja alla uusi päijäthämäläisen korusepän tekemä koru valmiina pakattavaksi asiakkaan tilaukseen.