

VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA MARIBOR

DIPLOMSKO DELO

**POSLOVNA OBLEKA ŽENSKE KOT
POMEMBEN NAČIN KOMUNICIRANJA**

Kandidat : Horvat Suzana

Št. indeksa : 11190122565

Program : komercialist

Mentor : Zlatko Mihaljčič, univ. dipl. soc.

Maribor, oktober 2008

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKE NALOGE

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predložena diplomska naloga izključno rezultat mojega dela,
 - sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev, ki jih uporabljam v predloženi nalogi, navedena oz. citirana skladno s pravili Višje strokovne šole Academia,
 - se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del oz. misli, kot moje lastne – kaznivo po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah; UL št. 16/2007; (v nadaljevanju ZASP), prekršek pa podleže tudi ukrepom VSŠ Academia skladno z njenimi pravili.
- Skladno z 32. členom ZASP dovoljujem VSŠ Academia objavo diplomske naloge na spletnem portalu šole.

Kraj in datum:

Podpis študenta:

ZAHVALA

Zahvalila bi se vsem predavateljem Višje strokovne šole Academia Maribor, ki so bili z menoj v času študija in mi pomagali do zastavljenega cilja.

Predvsem pa gre zahvala profesorju Zlatku Mihaljčiču, ki mi je s svojimi izkušnjami in znanjem svetoval in pomagal pri izdelavi diplomske naloge.

Zahvaljujem se tudi sošolkam in sošolcem, predvsem Tatjani Sobočan in Suzani Černol, ki sta me vzpodbujali v težkih trenutkih.

Prav tako se zahvaljujem Tamari Kovač za lektoriranje diplomske naloge.

Največja zahvala pa gre moji družini, mojemu partnerju in moji hčeri, ki sta me podpirala ves čas mojega študija.

POVZETEK

Pojem poslovne ženske je širok in ga je težko opredeliti. Poslovna ženska je načeloma vsaka od nas, ki hodi v službo in se ukvarja s kakršnimkoli zasebnim poslom. Toda, ko govorimo o poslovni ženski, imamo v mislih tiste predstavnice nežnejšega spola, ki delajo v managementu, pravnice, poslanke in podobno. V tem svetu veljajo določena pravila oblačenja, tako za moške kot za ženske. Predpisano je, kako dolgo mora biti krilo, kolikšen je primeren izrez, kakšni so ustrezni čevlji in podobno.

Pravila oblačenja ustvarjajo in zaokrožajo našo podobo in splošen vtis, ki ga dajemo o sebi. Obleka še ne odkrije osebnosti in gotovo ne naredi človeka, lahko pa o njem dosti pove, sploh v poslovnem svetu.

V začetku diplomske naloge bom opisala zgodovinski in sociološki pomen obleke. V nadaljevanju bom predstavila pojme: barva, estetika in stil. V četrtem, petem in šestem poglavju pa bom podrobno opredelila, kakšna mora biti poslovna ženska v službi, na sprejemih, na svečanih prireditvah, na športnih prireditvah in v prostem času.

K obleki poslovne ženske pa spada tudi urejenost las, obraza, rok in telesa. Nihče izmed nas seveda ni popoln, a si lahko zelo veliko pomagamo z modnimi dodatki, saj pozornost s svojih nepravilnosti preusmerimo drugam.

Res je obleka izraz individualnosti, vendar v poslovnem svetu obstajajo pravila, ki opredeljujejo tip obleke za različne priložnosti. Vodilo je predvsem eleganca. Splošno pravilo je » Manj je več ».

ABSTRACT

Nowadays a concept of a business woman is hard to define. In a way every woman having a steady job or running her own company is a business woman in one sense. However, when people talk about business women they refer to women working either in management, politics, lawyers and others alike. According to the position assigned to, one must dress appropriately as for example: the length of a woman's skirt should not be too short, she must not be exposing too much of her skin, the shoes one is wearing are not supposed to be sloppy and so on.

Maybe it is unjust to judge a book by its cover, but we all do it – it is human nature. While the person in jeans may be as competent and as intelligent as the one wearing the formal suit, we nevertheless assess these attributes based on appearance even more so in business world.

The first part of my diploma paper deals with the historical and sociological essence of dressing. Further on terms like colour, aesthetic and style will be introduced, while the last three chapters describe in which manner a business woman should act at work, when attending acceptances, ceremonial and sports events and also during her free time.

Apart from the dressing, attention should also be dedicated to our hair, face, nails and our whole body. We need to be neatly done what in other words means, that one has to dress for success. To divert the attention of others away from the parts of our possible physical faults, we can make use of numerous accessories available in the market.

A dress can be a sign of one's own personal style, yet in business world there are rules determining different clothing for various occasions, where elegance is usually the best made choice, but the general rules still prevails: "Less is more".

KAZALO SVEBINE:

1.UVOD	9
1.1 OPREDELITEV OBRAVNAVANE ZADEVE	9
1.2 NAMEN, CILJI IN OSNOVNE TRDITVE	9
1.2.1 Namen	9
1.2.2 Cilji	10
1.2.3 Osnovne trditve	10
1.3 PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE	10
1.4 PREDVIDENE METODE RAZISKOVANJA	10
2. ZGODOVINSKI IN SOCIOLOŠKI POMEN OBLEKE.....	12
3. POJMI BARVA, ESTETIKA IN STIL V OBLAČENJU	16
3.1 BARVA.....	16
3.2 ESTETIKA.....	19
3.3 STIL	21
4. POSLOVNA OBLEKA ŽENSKE.....	24
4.1 V SLUŽBI IN NA SESTANKIH.....	24
4.2 NA SPREJEMIH	25
4.3 NA SVEČANIH PRIREDITVAH	26
4.4 V PROSTEM ČASU ALI NA ŠPORTNIH PRIREDITVAH	27
5. OSEBNA UREJENOST POSLOVNIH ŽENSK	29
5.1 LASJE.....	29
5.2 OBRAZ.....	30
5.3 ROKE	31
5.4 NOGE	31
5.5 TELO, ZUNANJOST.....	32
6. DODATKI K POSLOVNIM OBLEKAM.....	33
6.1 DEŽNI PLAŠČ	33
6.2 DEŽNIK.....	33
6.3 PLAŠČ	33
6.4 JOPIČ	34
6.5 KAPA	34
6.6 KLOBUK	34
6.7 KRZNO.....	35
6.8 LIČENJE	35
6.9 NOGAVICE	35
6.10 NAKIT	36
6.11 POSLOVNA TORBICA, DENARNICA.....	36

6.12 ROČNA TORBICA	37
6.13 ROKAVICE	37
6.14 RUTA, ŠAL	37
6.15 PAS	37
6.16 ČEVLJI	38
6.17 PARFUM	38
7. ANALIZA ANKETE	41
7.1 SESTAVA ANKETE	41
7.2 IZVEDBA ANKETIRANJA	41
7.3 REZULTATI IN UGOTOVITVE	41
8. SKLEP – ZAKLJUČEK	66
9. LITERATURA IN VIRI	69
PRILOGA	70

KAZALO TABEL:

TABELA 1: SPOL ANKETIRANCEV.....	42
TABELA 2: STAROST ANKETIRANCEV.....	43
TABELA 3: IZOBRAZBA ANKETIRANCEV.....	44
TABELA 4: PREDPISAN NAČIN OBLAČENJA.....	45
TABELA 5: POMEMBNOST OSEBNE HIGIENE PRI POSLOVNI ŽENSKI.....	46
TABELA 6: POMEMBNOST BARVNE USKLAJENOSTI POSLOVNE ŽENSKE.....	47
TABELA 7: POMEMBNOST HLAČNIH NOGAVIC PRI POSLOVNI ŽENSKI.....	48
TABELA 8: STILSKA USKLAJENOST POSLOVNE ŽENSKE.....	49
TABELA 9: POMEMBNOST MAKE UP A PRI POSLOVNI ŽENSKI.....	50
TABELA 10: POMEMBNOST MODNIH DODATKOV PRI POSLOVNI ŽENSKI.....	51
TABELA 11: POMEMBNOST PRIMERNOSTI OBLAČILA PRI SKLEPANJU POGODB.....	52
TABELA 12: POMEMBNOST TOALETE GLEDE NA ČAS DNEVA	53
TABELA 13: POMEMBNOST KOSTIMOV PRI POSLOVNIH ŽENSKAH.....	54
TABELA 14: VEČJI DELOVNI UČINEK ZARADI LAHKOTNEJŠE GARDEROBE.....	55
TABELA 15: BOLJŠE POČUTJE MED ZAPOSLENIMI ZARADI LAHKOTNEJŠE GARDEROBE.....	56
TABELA 16: ZARADI GARDEROBE BOLJŠI UČINEK PRI SKLEPANJU POGODB.....	57
TABELA 17: VPLIV BARVE NA AVTORITETO IN TEMPERAMENT POSLOVNE ŽENSKE	58
TABELA 18: STILSKA IN BARVNA USKLAJENOST POSLOVNE ŽENSKE	59
TABELA 19: PRIMERNOST KLASIČNEGA STILA ZA POSLOVNO ŽENSKO	60
TABELA 20: PRIMERNOST INOVATIVNEGA STILA ZA POSLOVNO ŽENSKO.....	61
TABELA 21: PRIMERNOST ROMANTIČNEGA STILA ZA POSLOVNO ŽENSKO.....	62
TABELA 22: PRIMERNOST ROMANTIČNEGA STILA ZA POSLOVNO ŽENSKO.....	63
TABELA 23: PRIMERNOST NARAVNEGA STILA ZA POSLOVNO ŽENSKO.....	64
TABELA 24: PRIMERNOST DRAMATIČNEGA STILA ZA POSLOVNO ŽENSKO.....	65

KAZALO GRAFOV:

GRAF 1: SPOL ANKETIRANCEV.....	42
GRAF 2: STAROST ANKETIRANCEV.....	43
GRAF 3: IZOBRAZBA ANKETIRANCEV.....	44
GRAF 4: PREDPISAN NAČIN OBLAČENJA.....	45
GRAF 5: POMEMBNOST OSEBNE HIGIENE PRI POSLOVNI ŽENSKI.....	46
GRAF 6: POMEMBNOST BARVNE USKLAJENOSTI POSLOVNE ŽENSKE.....	47
GRAF 7: POMEMBNOST HLAČNIH NOGAVIC PRI POSLOVNI ŽENSKI.....	48
GRAF 8: STILSKA USKLAJENOST POSLOVNE ŽENSKE.....	49
GRAF 9: POMEMBNOST MAKE UP A PRI POSLOVNI ŽENSKI.....	50
GRAF 10: POMEMBNOST MODNIH DODATKOV PRI POSLOVNI ŽENSKI.....	51
GRAF 11: POMEMBNOST PRIMERNOSTI OBLAČILA PRI SKLEPANJU POGODB.....	52
GRAF 12: POMEMBNOST TOALETE GLEDE NA ČAS DNEVA.....	53
GRAF 13: POMEMBNOST KOSTIMOV PRI POSLOVNIH ŽENSKAH.....	54
GRAF 14: VEČJI DELOVNI UČINEK ZARADI LAHKOTNEJŠE GARDEROBE.....	55
GRAF 15: BOLJŠE POČUTJE MED ZAPOSLENIMI ZARADI LAHKOTNEJŠE GARDEROBE.....	56
GRAF 16: ZARADI GARDEROBE BOLJŠI UČINEK PRI SKLEPANJU POGODB.....	57
GRAF 17: VPLIV BARVE NA AVTORITETO IN TEMPERAMENT POSLOVNE ŽENSKE.....	58
GRAF 18: STILSKA IN BARVNA USKLAJENOST POSLOVNE ŽENSKE.....	59
GRAF 19: PRIMERNOST KLASIČNEGA STILA ZA POSLOVNO ŽENSKO.....	60
GRAF 20: PRIMERNOST INOVATIVNEGA STILA ZA POSLOVNO ŽENSKO.....	61
GRAF 21: PRIMERNOST ROMANTIČNEGA STILA ZA POSLOVNO ŽENSKO.....	62
GRAF 22: PRIMERNOST ROMANTIČNEGA STILA ZA POSLOVNO ŽENSKO.....	63
GRAF 23: PRIMERNOST NARAVNEGA STILA ZA POSLOVNO ŽENSKO.....	64
GRAF 24: PRIMERNOST DRAMATIČNEGA STILA ZA POSLOVNO ŽENSKO.....	65

1. UVOD

1.1 Opredelitev obravnavane zadeve

Z globalizacijo prihaja Slovenija v stik z razvitimi državami in s tem tudi s poslovnim svetom teh držav. V le-tem pa veljajo pravila oblačenja, obnašanja, pozdravljanja, predstavljanja in podobno. Ta pravila so bila nekoč mnogo konservativnejša, vendar se vse spreminja in tako tudi oblačenje v poslovnem svetu ne ostaja nespremenjeno.

Včasih je bilo preprosto nemogoče v parlament vstopiti brez cilindra in obleke s kravato, medtem ko danes seje lahko potekajo tudi v jeansu.

Poslovna obleka človeka je del neverbalne komunikacije, torej poslovni človek kaže svojo resnost s svojo osebno urejenostjo in s stilom oblačenja. Z obleko, ki jo predpisuje poslovni bonton oblačenja v poslovnem svetu, se gotovo naredi boljši prvi vtis. Za tako stvar ni druge priložnosti.

1.2 Namen, cilji in osnovne trditve

1.2.1 Namen

Obleka, stil, barve, komunikacija so še danes v poslovnem svetu dokaj stroga opredeljeni, vendar se s časom spreminjajo. Precej ostra določila pa še veljajo velja predvsem za državne službe.

Pri državnih protokolih si ne gre predstavljati ženske, ki ne bi bila oblečena po vseh predpisih, saj bi s tem izstopala in dajala slab vtis o sebi in o državi, ki jo zastopa. V podjetjih pa se to spreminja. Sicer ne drastično, pa vendarle.

Danes poslovna ženska ni več oblečena tako konzervativno kot včasih, vendar pa kljub vsemu ostaja urejena primerno svoji postavi, v barvah, ki pristajajo k barvi las in z diskretnimi modnimi dodatki.

Za pojmom lahkotnejše garderobe se ne skrivata mini oblekica ali tople hlačke, temveč kostimi iz lahkotnejših materialov, vendar še vedno primernih krojev in barv.

1.2.2 Cilji

Moj cilj je raziskati, kako nov lahkotnejši način oblačenja vpliva na uspešnost komuniciranja poslovne ženske.

1.2.3 Osnovne trditve

Osnovne trditve so sledeče;

- konzervativno oblačenje prehaja v lahkotnejše,
- kljub temu je treba pri izbiri poslovne obleke upoštevati nekatera pravila,
- obstaja več stilov poslovnega oblačenja, ki jih je potrebno izbrati glede na vrsto dela, ki ga opravlja poslovna ženska in tudi glede na poslovni dogodek

1.3 Predpostavke in omejitve

Poslovno oblačenje je zelo širok pojem, zato sem se opredelila na poslovno obleko ženske. V poslovnem svetu je ženski spol zastopan manj, kot bi si želeli, zato se je treba toliko bolj izkazovati pred moškim svetom. Posledično s tem pa ni toliko časa posvečanje študentom in njihovim raziskavam, kar bi bil lahko segment omejitve v moji diplomski nalogi.

1.4 Predvidene metode raziskovanja

Moja raziskava je poslovna, saj gre za proučevanje poslovne obleke ženske v poslovnem svetu. Kot metodo raziskovanja bom uporabila kvantitativno raziskavo (anketo), ki jo bom

ponudila v izpolnitev 100 naključnim ženskam in moškim. Rezultate bom potem analizirala in grafično prikazala.

2. ZGODOVINSKI IN SOCIOLOŠKI POMEN OBLEKE

Človek je od nekdaj posvečal pozornost oblačenju. Razvoj oblačil seže daleč v prazgodovino. Oblačila, ki so bila sprva zelo preprosta, niso imela le zaščitne funkcije. Človek je z njimi že od vsega začetka tudi preoblikoval in okrasil svojo naravno podobo ter simbolično izražal svojo vlogo v skupnosti.

O prvih oblačilih lahko sklepamo po arheoloških najdbah in risbah v jamah, kjer so živeli nabiralci sadežev in lovci. Njihova oblačila so bila iz prepletenega ločja, trave in živalskih kož. Ko so kožam odstranili dlake, je nastalo prvo usnje. Kožo so šivali s koščenimi iglami in posukanimi živalskimi žilami. Pokrivali so predvsem ledja, ogrinjalo je bilo neobvezno.

Iz preprostih oblačil so se sčasoma razvila vedno bolj zapletena anatomsko krojena oblačila. Z razvojem razredne družbe so materiali in oblike oblačil pričeli označevati posamezne sloje ljudi. Višji sloji so z neprestanimi spremembami v slogu poudarjali svoj družbeni položaj in tako se je pričela razvijati moda. Nižji sloji so spremembe povzemali, a počasneje.

Bistvene spremembe v oblačenju so se zgodile v obdobju gotike (1200 – 1480). Nakazane so bile razlike med osnovnimi oblikami in tudi detajli moških in ženskih oblačil. Med moškimi oblačili so prevladovali oprijete haljice in hlače. Ženske so drugo čez drugo nosile dve dolgi obleki : eno tesno oprijeto z dolgimi rokavi, čez pa širšo brez rokavov, z razporki, toda tako, da se je izrisovala oblika telesa. (Sam, 2000, 36)

V 14. in 15. stoletju je obleka dobivala nenavadne oblike.

Prevladujoča ženska obleka je bil kostim z dolgo vlečko, ki so ga obrobjali s krznom, rokavi so bili široki, izrez ob vratu pa nenavadno koničast. Ženske so si z različnimi okraski najbolj nenavadno oblikovale lase. (Sam, 2000, 37)

Za obleke v renesansi je bilo značilno, da so med ženskimi oblačili prevladovali nabrano krilo, korzet in srajca s čipkami. Korzet, utrjen s kovinskimi paličicami, je postal stalnica. Pojavila so se prva široka krila s kovinskimi obroči. (Sam, 2000, 37)

Največ sprememb v oblačenju je bilo v obdobju baroka. Tedaj so ženske opustile trda poškrbljena oblačila s kovinskimi palicami. Z olajšanjem so sprejela široka oblačila sodaste oblike. Dolge, v pasu ozke obleke z vlečko, zadaj pripeto na poudarjeno podložko, ter visoke lasulje z osnovo iz čipk, perja in žice so povišale žensko podobo. V tej fazi baroka je bila obleka izrazito nepraktična in neestetska. (Sam, 2000, 37)

Rokoko je oblačila malo » očistil ». Udobni plašči, krajše hlače in dokolenke so zamenjali utesnjujoče haljice, podaljšana oblačila in nenavadno oblikovana krila. Okraševanje je postalo zmernejše. (Sam, 2000, 37)

V klasicizmu so angleški krojači izoblikovali novo moško oblačilo – frak, ki se še danes uporablja in oblači za svečane priložnosti.

Direktorij pa je ljudi naravnost osmešil. Ženske so na primer nosile prozorne srajce in tunike, pas pa je bil dvignjen tik pod prsi. Fraki so dobili visoke ovratnike. V tistem času so bili oblikovani dobro znani moški in ženski klobuki. (Sam, 2000, 38)

V obdobju empirija ni bilo nobenih novosti, le da so se v tem obdobju obleka razdelila na obleko za posebne priložnosti in za druge dejavnosti.

V obdobju secesije je nastal nov tip ženske obleke – kostim. To je dobro znan komplet : krilo, kratka jakna in bluza. Ukrojen in sešit je tovarniško, po standardnih merah (konfekcija) ter je še danes nepogrešljiv v ženski garderobi. (Sam, 2000, 38).

V obdobju funkcionalizma (1910 – 1920) so ženske izpod dolgih, nabranih oblek pokazale stopala in gležnje. Postopno so opuščale korzet in spodnje krilo in se odločale za normalnejšo obleko. (Sam, 2000, 38).

Po prvi svetovni vojni se je pospešilo osvobajanje telesa izpod terorja obleke. Razkošno obleko zamenja preprosto srajčno oblačilo. Pas se prilagodi anatomskemu, linije vseh oblačil

so manj stroge. Obleke in krila se skrajšajo. Poenostavljanje oblačenja je pripeljalo do tega, da so ženske nekaj let od glave do peta nosile moška oblačila. (Sam, 2000, 38).

Še pred drugo svetovno vojno je bilo glede na oblačenje možno takoj ugotoviti, kateremu stanu kdo pripada. Tudi danes je obleka lahko statusni simbol. Z njo kažemo spoštovanje, pozornost ali stališče do nekega okolja, dogodka ali osebe. Z oblačenjem vsakdo pokaže tudi del svoje identitete.

Kar pa se tiče sociološke plati obleke in oblačenja menim, da ima vtis, ki ga poslovnost napravi s svojo zunanostjo, velik vpliv na uspešnost pri delu. Pogosto so zunanji videz, obleka, pričeska itd. simbol nekega poklica. (Mihaljčič, 2007, 22).

Ljudje smo se vedno spraševali zakaj, kako, kdaj se moramo oblačiti.

Odgovori na to so na prvi pogled dokaj enostavni. Oblačimo se zato, ker skrbimo za svoje zdravje, ker se sramujemo, ker želimo biti glavni, ker se lepšamo in ker se uklanjamo vzorom. Vendar pa je obleka tudi del komunikacije. Spada v neverbalno komunikacijo in včasih z njo povemo več, kot bi si želeli.

Neverbalno komuniciranje ima pri sporazumevanju z ljudmi zelo velik pomen. Neverbalno posredujemo ljudem sporočila na različne načine: z obleko, obutvijo, z modnimi dodatki, kozmetiko, pričesko, s telesno držo, z načinom hoje, s kretnjami rok, z izrazom na obrazu itd. (Mihaljčič, 2007, 20).

Oblačilo je s tega stališča torej sredstvo, s katerim ena oseba pošlje sporočilo drugi. Ta prva oseba namerava svoje sporočilo predati drugi s posredovanjem oblačila. Sporočilo je po tem pojmovanju pošiljateljeva namera in tisto, kar v procesu komunikacije prenese najprej z oblačilom. Sporočilo je seveda tudi to, kar dobi prejemnik. Pri takšnem pojmovanju komunikacije so med najpomembnejšimi stvarmi pošiljateljeva namera, učinkovitost posredovanega procesa in njegov učinek na prejemnika. (Barnard, 2005, 40)

Človek s celovito podobo ni človek, ki ustreza lepotnemu idealu sodobnega časa, ampak pri ustvarjanju urejene podobe upošteva svoje telesne značilnosti in starost. Ko prilagajamo svoj videz okolju, moramo upoštevati več različnih dejavnikov : naši cilji, naše širše in ožje okolje,

finančne zmožnosti, različni dogodki, ki se jih udeležimo. Prilagajanje s svojo podobo ni podrejanje okolici ali zatiranje osebnega stila.

Vsaka kultura si razvije lastne kriterije lepega oblačenja in ti so lahko zelo različni. Skozi zgodovinski razvoj mode se kaže, kako se je lepota udejanjala v različnih umetnostnih slogih. Spreminjala se je splošna predstava o idealni obliki telesa in obraza, skladno z njo pa tudi način oblačenja.

Način in slog oblačenja največkrat določata poklic in delovno okolje. Bančnik ali predsednik uprave se zagotovo oblači drugače kot svobodni umetnik ali filmski režiser. A v primeru, ko gre za večerno obleko, ni več pomembno, kaj delaš, ali si mizar ali predsednik uprave, saj ti obleka, kravata, bela srajca in čevlji, ki sodijo zraven, ne uidejo. Prav tako ženski večerna obleka ali kostim, pa naj v službi dela kot čistilka ali predsednica uprave.

Zato pa, četudi je obleka del neverbalne komunikacije, moramo vedno paziti, kaj oblečemo, saj tudi z obleko povemo več, kot bi želeli.

Moda in oblačenje sodita med načine, na katere neka skupina zgradi svojo identiteto in o njej poroča naprej, torej sta kulturna dejavnika. Obstajata dva načina, na katera je moč prenesti vrednote in identitete skupin drugim skupinam kot tudi članom lastne skupine. Moda in oblačenje sta komunikativna. Sporočilna sta v tem, da sta nebesedna načina, s katerima pridobivamo in si izmenjujemo pomene in vrednote. V tem pomenu sta potemtakem kultura in sporazumevanje zelo tesno povezana; o kulturi lahko celo rečemo, da je komunikativni pojav. Na ta način smo kulturo razumeli v okvirih komunikacije. Idejo, da sta moda in oblačenje kot kulturna in komunikativna pojava globoko povezana z vprašanji moči in statusa, smo predstavili in pojasnili na osnovi ideologije. (Sam, 2000, 64).

Človek se sociološko izobražuje in izpopolnjuje vse življenje in tako je tudi pri oblačenju. Tudi na tem področju se človek izpopolnjuje, saj je to področje, ki se nenehno spreminja.

3. POJMI BARVA, ESTETIKA IN STIL V OBLAČENJU

Zavedati se moramo, da ljudje nismo le konfekcijske številke, ampak smo vsak po svoje oblikovani. Da pa smo lahko vsi lepo oblečeni, četudi nismo grajeni po merah, ki jih predpisujejo modni trendi, nam pomagajo pravilni kroji oblačil, možnost izbire svojega stila, pravilna kombinacija barv in zmerno dodajanje modnih dodatkov. Če vse to znamo uporabiti tudi v praksi, estetski videz ne more izostati.

3.1 Barva

V naši omari se skriva moč. To so barve naših oblačil. Vsi ljudje imamo psihološki odziv na barve.

Za poslovne ženske sta najbolj primerni ogleto siva in mornarsko modra. Ne glede na letni čas in na trenutne modne zapovedi imata ti dve barvi, za kateri običajno mislimo, da sta dolgočasni ali primerni samo za hladnejše dni, neko posebno moč. Če recimo delate z denarjem, ljudmi ali pravnimi posli, si vaše stranke želijo stalnega zagotovila, da ste zanesljivi, vredni zaupanja in delovni. Temnejši kot je odtenek barve, bolj zanesljiv vtis izžarevate. Sive barve izražajo avtoriteto, modre pa zaupanje. (<http://www.cenim.se/139-a.html> - z dne 03.08.2008).

Večina žensk ima omare prepolne črnih oblačil, saj verjamejo, da črna barva skrije napake in visoko telesno težo. Oboje drži, vendar ima črna barva še druge učinke. Odlična je za sestanke z vodstvom podjetja ali pomembnimi poslovnimi partnerji na vodilnih položajih. Ko pa delate s podrejenimi, lahko črna obleka okrog vas naredi navidezen zid, ki lahko prepreči odprto komunikacijo med vami in vašimi podrejenimi. (<http://www.cenim.se/139-a.html> - z dne 03.08.2008).

Pri izbiri barv je potrebno upoštevati starost, polt in barvo las. Zelena, modra in nekatere rumene barve ter rdeča naredijo kožo blede. Svetlolaskam ne pristajata živo rumena ali oranžna, veliko bolj pa pastelne barve, siva in vijolična. Ženske s temno poltjo in črnimi lasmi naj bi se ne bi oblečile le v temne tone. Bolj jim pristajajo tople barve, vsi odtenki rumene in rdeče. (Knežević, 2001, 189).

Barvna lestvica se določa glede na to, kar nam je narava dala že ob rojstvu. Glede na barvo kože, barvo oči in barvo las se ljudje razvrščamo v letne čase. Pravilno barvno lestvico je potrebno upoštevati pri izbiri barv oblek, nakita in pri barvanju las. Če pri barvanju las ne izberemo svoje nianse, se podamo v drug letni čas in naša garderoba nima več primerne barvitosti. Zato je zelo važno, kako izbiramo barve pri frizerju. (Dreo, 2003, 26).

Preučeno je tudi, kako barve vplivajo na avtoriteto. Bi zaupali sodnici, ki bi bila oblečena v rožnata sodniška oblačila ali policistki v oranžni uniformi?

V barvni paleti vsakega letnega časa so tudi nevtralne barve kot na primer mornarsko modra, olivna, siva ali kositna. Poudarite nevtralni kostim z barvito bluzo.

Čeprav smo ljudje po naravi barvitosti zelo različni, se lahko razdelimo v štiri letne čase. Seveda smo nekateri izraziti predstavniki določenega tipa, drugi pa smo po naravnih barvah » nekje vmes ». Osnovni barvni tipi so *pomladni*, *poletni*, *jesenski in zimski* tip. Pomladni in jesenski tip sta » topla », poletni in zimski pa » hladna » tipa.

POMLADNI TIP

ZNAČILNOSTI :

- nežna, prosojna polt
- breskova rdečica na licih
- lasje imajo vedno zlat sijaj, tudi če potemnijo

HARMONIČNE BARVE :

- svetle, jasne tople barve

Pomladni tip naj se izogiba neizrazitih, hladnih (mišjih) barv ter čiste beline. Črna je povsem neprimerna.

JESENSKI TIP

ZNAČILNOSTI :

- rdečkasti ali medeni lasje
- intenzivne oči v medeni barvi
- bleda rumenkasta ali rjavkasta koža
- zlatorjave pege in znamenja

HARMONIČNE BARVE :

- goste, prstene, sončne, tople barve jesenskega gozda

Jesenski tip naj se izogiba hladnim, zastrtim barvam, predvsem pa čistima črni in beli.

POLETNI TIP

ZNAČILNOSTI :

- močnejše pigmentirana polt
- sivkaste pege in znamenja
- hladna pepelnato plava ali pepelnato rjava barva las

HARMONIČNE BARVE :

- pastelne, zamolkle, zastrte hladne barve

Poletnemu tipu škodijo tople in preveč kričeče (čiste) barve. Čista bela in čista črna sta uporabni le izjemoma.

ZIMSKI TIP

ZNAČILNOSTI :

- hladna, svetla, porcelanasta polt
- kontrasti : temni lasje ob svetli koži, močne barvne šarenice ob čisti očesni belini

HARMONIČNE BARVE :

- intenzivne, čiste, kontrastne hladne barve, ledeno hladni pasteli, bela in črna.

Zimski tip, ki živi od kontrastov, povsem ubijejo tople, prstne barve, zato zanj niso primerne.
(Krašovec Pogorelčnik, 1997, 113 – 114)

Vsaka ženska naj najde svojo barvno lestvico in temu prilagodi svojo garderobo. Delovala bo bolj urejeno in barvno bolj usklajeno.

Ne pristaja nam vse, kar nam ponuja moda. Moda in modni trendi so lahko vir svežih idej, vendar potrebujemo še veliko mero estetskega čuta in domišljije. Lahko smo oblečeni v skladu s pravili in hkrati tudi modno.

Vendar pa poslovna ženska ne more nositi v službi in na sestankih na primer roza kostima, ker je ta barva trenutno » top » barva sezone. Upoštevati mora nekatera pravila, saj drugače lahko osmeši sebe in podjetje. Najbolje je, če poznamo svojo barvno lestvico, saj na tak način prihranimo pri denarju in mnogo manjša je tudi možnost za posmeh v službi.

3.2 Estetika

Estetika je veda o lepem. Sama beseda je grškega izvora, saj so estetiko kot vedo filozofije utemeljili že starogrški filozofi.

Estetska obleka je slog oblačenja, povezan z estetskim gibanjem v letih 1880 – 1900. Estetsko gibanje je vključevalo slikarstvo, grafiko in dekorativno umetnost. Obleka v tem času je temeljila na obliki srednjeveškega oblačila : bila je preproste oblike, imela je zelo malo

detajlov, bila je skoraj brez obrob in modnih dodatkov. Gibanje se je zavzemalo, da bi ženske namesto ozkih pasov in bujnih prsi, kot je zahtevala tedanja moda, prevzele bolj naraven slog oblačenja.

(O'HARA, 2001, 77 – 78).

Lepoto zaznavamo s čuti. Lahko jo vidimo, slišimo, občutimo. Navdaja nas z občutkom harmonije. Začutimo jo v melodiji, sliki, predmetu, prijetnem okolju, lepih medsebojnih odnosih,....

Toda že iz vsakdanjih izkušenj vemo, da lahko imamo o tem, kaj je lepo, občutno različna mnenja. Na oblikovanje našega čuta za estetiko, ki je lahko bolj ali manj razvit, namreč vplivajo vzgoja, izkušnje in kultura okolja, v katerem živimo. In ker je za nas pomembno predvsem osebno doživetje lepega, lahko ugotovimo, da je pojem lepega ali nelepega zelo relativen.

Vsaka kultura si razvije lastne kriterije lepega in ti so zelo različni. Skozi zgodovinski razvoj mode smo lahko opazovali, kako se je lepota udejanjala v različnih umetnostnih slogih. Spreminjala se je splošna predstava o idealni obliki telesa in obraza, skladno z njo pa tudi način oblačenja. Ker se včasih težko vživimo v razmere preteklih obdobj, nam marsikatera modna domislica, ki je nekoč veljala za lepo, danes deluje pretirano, smešno, kičasto ali celo grdo.

Kadar govorimo o estetiki, pa moramo posebej omeniti Stare Grke. Ti so se v svoji umetnosti in arhitekturi približali popolnosti. Njihovo klasično lepoto, ki temelji na natančno določenih sorazmerjih, občudujemo še danes. Izhajali so iz filozofije, da je za lepoto neke stvari potrebno troje :

- popolnost (da ima sebi primerno obliko in vse, kar mora imeti)
- pravilno sorazmerje (da je med njenimi deli lep odnos : simetrija)
- jasnost (da s sijočo lepoto in jasnostjo ideje zbudi v vas lepe občutke).

Lahko rečemo, da vse to velja še danes. Tudi za oblačila. Visoko razvitemu občutku za estetiko pravimo *okus*. Kakovost estetskega okusa je odvisna od prirojenega daru, izostrimo

pa ga tudi z znanjem o estetiki, dejavnim opazovanjem ter razvijanjem kritičnosti in samokritičnosti. (Krašovec Pogorelnik, 1997, 9)

3.3 Stil

Tisti, ki že na daleč izgledajo kot direktorji, imajo več možnosti, da to tudi postanejo. V poslovnem življenju igra poslovni videz pomembno vlogo. Vodilni pogosto že v prvih minutah ocenjuje svoje nove sodelavce po zunanjem videzu.

(http://www.izzis.si/index.php?jos_change_template=izzis&option=com_content&task=view&id=35&Itemid=108 - z dne 14.07.2008)

V kolikor delamo v poslovnem krogu marketinga, medija, novinarstva, znanosti in zdravstva, nam je dovoljen sproščen poslovni stil. tudi tu obstajajo različne stopnje sproščenosti, toda to prepuščamo vam, vaši oceni in pravilom podjetja, kjer delate.

(<http://kofetek.com/content/view/548/292/1/1/> - z dne 28.06.2007).

Ženske se delijo v šest osnovnih stilov, ki se lahko pojavijo v dveh kombinacijah. Stili so delno prirojeni, delno privzeti z načinom življenja in z delčkom vpliva trenutne mode. Stili so zelo pomembni za izbiro poklica.

Primer romantičnega in klasičnega stila za poslovni svet - zelo težko si je predstavljati izrazito romantično oblečeno žensko kot uspešno menedžerko ali sodnico. Romantična ženska nosi prozorna oblačila, globoke izreze, volančke.

Pri sklepanju resnih pogodb s tako oblečenimi poslovnimi ženskami bi moški razmišljali o vsem drugem prej kot o pogodbi. S tem ženska izgublja verodostojnost, pa čeprav je strokovno dobro podkovana. Primerno bi bilo odeti jo v klasični kostim, vendar bi pri tem zelo trpela. (Dreo, 2003, 26).

KLASIČEN STIL

Ta stil je najbolj sprejemljiv za strogi poslovni svet. Obleka je uniforma. Uniforma je bolj grob izraz za poslovno obleko. Sestavljena je iz dveh delov (enobarvnih ali dvobarvnih), iz kvalitetnih nogavic, čevljev s pet centimetrsko peto, nakit je klasičen, torbica je elegantna. Ženske s tem stilom so vedno in primerno naličene. Primeren je za vse poklice, posebej v prodaji in vodenju, skratka tam, kjer je nenehen stik s strankami.

Klasične uniforme imajo nekatera podjetja predpisana za svoje delavce in tam imajo tudi pisna pravila o tem, kako se uniforma nosi. V takšnih podjetjih se loči tudi med letno in zimsko uniformo z vsemi dodatki kot so brezrokavnik, kravata, srajce z dolgimi in kratkimi rokavi, dežni plašč, bunda, šal... Za vse obstajajo predpisi uporabe. Zraven obvezno spadajo še črni čevlji. Taka podjetja so na primer policija, carina, železnice...

INOVATIVEN STIL

To je stil žensk, ki imajo vedno nove ideje in so ustvarjalne. To kažejo z nenavadno hkratno kombinacijo različnih materialov (hlače iz usnja, pleten pullover in žametni plašč). Nosijo velike aktovke. V večini so to suhe ženske. Naličijo se malo in diskretno, poudarijo en detajl. Parfumi so sadni – osvežilni. Stil je primeren za inovativnost pri delu, razvoj artiklov, marketing.

ROMANTIČEN STIL

Take ženske so po duši romantične in s svojim izgledom zapeljujejo nasprotni spol, ne da bi imele izključno te namene. Rade imajo prozorna oblačila, čipke, oprijete obleke z volančki, veliko zanimivega nakita, kodraste visoke frizure, veliko izrazitega ličila, čevlje s paski in visokimi petami. Njihove torbice so nežne in manjše. Uporabljajo nežne parfume. Primerni poklici : kozmetičarke, manekenke, poklici s področja mode, svobodni poklici.

EVROŠIK STIL

Je sodoben stil s poudarkom na klasiki. Modni detajli so vgrajeni v monotono klasiko (razporek na hlačnicah, razni pasovi, okrasne rute, posebna oblika ur in nakita, novi designi torbic). Evrošik stil lahko uporabljajo ženske do petinpetdesetega leta in še zmeraj deluje mladostno s sledenjem modi. Ta stil starejše gospe pomladi in je kot stil sprejemljiv za vse poklice.

NARAVNI STIL

Sem prištevamo ženske, ki vztrajajo na udobnem počutju. Prisegajo na naravne materiale. Nosijo preproste, praktične obleke, z zelo malo nakita, udobne čevlje ali natikače, torbica je velika malha. Pričeske so naravne, prosto padajoče, uporabljajo zelo malo ličila. Primerni poklici : svobodni umetniki, oblikovalci, delo, ki ni strogo vezano na poslovni svet.

DRAMATIČNI STIL

To so ženske, ki delujejo dramatično, s pridihom nenavadne preteklosti. Prepoznavne so z nenavadno velikim nakitom, ruto ali kakšnim detajlom, ki so si ga prisvojile od babice. Kroji oblek so nenavadni in so bolj zaprti kot odprti. Čevlji in torbice so tudi v tem stilu. Ličenje prav tako deluje dramatično, vendar okusno. Parfumi so orientalski. Stil je sprejemljiv v vsakem poklicu, posebej, če je povezan z umetnostjo in zgodovino. (Dreo, 2003, 26)

Mislim, da vsaka poslovna ženska ve, kateri stil oblačenja najbolj pristaja njeni postavi in kako se pri tem tudi dobro počuti. Konec koncev si izbiramo stil oblačenja zato, da v njem dobro izgledamo in da se dobro počutimo. Danes so obleke že tako poceni, da smo lahko dobro oblečeni za malo denarja. Poslovna ženska je glede stila oblačenja osveščena in si kakšnega dramatičnega stila ne bi privoščila za službo in sestanke.

4. POSLOVNA OBLEKA ŽENSKE

Delavnik poslovneža ima nič koliko pravil in zahtev, ki naj bi se jim prilagajal, če želi biti pri svojem delu uspešen. To pa ne zajema samo strokovnosti, temveč vključuje tudi način obnašanja, zunanji videz in način oblačenja. Neverbalno komunikacijo, torej.

Vtis, ki ga poslovnež naredi s svojo zunanostjo, ima pomemben vpliv na uspešnost njegovega nastopa in dela. Obleka ima pri tem pomembno vlogo, saj odraža odnos do drugih, do poklica in do sebe.

Znati moramo razlikovati med dnevno, delovno in svečano obleko. Dnevna obleka je tista, ki jo nosimo med delom. Odvisna je od poklica. Tudi ženska dnevna obleka ni več tako strogo predpisana. Predvsem mora biti praktična, modna in ustrezati mora ženski, ki jo nosi.

4.1 V službi in na sestankih

Ženska naj obleče obleke, kostime in različne druge kombinacije, ki naj bodo praktične in modne, elegantnih krojev in iz kakovostnega blaga umirjenih barv in vzorcev. Kostimi so večno moderni. Spreminja se dolžina in oblika krila ter rokavov, oblika hlačnic pri hlačah in oblika ter velikost ovratnikov pri suknjiču. Včasih, še ne tako daleč nazaj, ženske niso smele nositi hlač. Danes pa so se le-te v ženski garderobi enakopravno pridružile krilom, uveljavile so se celo na elegantnih večernih prireditvah v najrazličnejših izpeljavah. Vendar bi lahko nekatere kostime izpred petdesetih let mirno oblekle še danes. (Jelenek, 1971, 84)

Obleke brez rokavov ne zbujajo zaupanja v vašo strokovnost. Vedno imejte pokrite lahti, čim bližje komolcem. Ramena naj bodo torej zakrita, dolžina krila pa naj ne bo previsoko nad koleno. Če vam krilo zleze po stegnih navzgor, kadar se usedete, je prekratko ali pretesno. Ovratni izrezi ne smejo segati nižje od pod pazduh, za resnejši vtis si je treba vedno obleči suknjič. Suknjiča kostima ženske načeloma tudi ne slačimo.

Razmislite, kako se boste oblačili v slogu zunaj podjetja, kjer bo potekal sestanek. Če niste prepričani, raje vprašajte. Na našo podobo lahko vpliva tudi okolje – bolj formalna je primerna, če se boste sestali v njihovih poslovnih prostorih, manj formalna pa, če se dobite v okolju zunaj mesta. Ob tem upoštevajmo tudi letni čas, uro sestanka in podobno. Če imamo popoldanski sestanek, ki se bo prevesil v poslovno večerjo, se lahko oblečemo poslovno slovesno. Če smo vedno oblečeni formalno, se lahko za takšne priložnosti oblečemo v temnejšo obleko s pripadajočim suknjičem. Dnevna obleka lahko postane večerna z elegantnejšimi črnimi čevlji z višjo peto.

(http://www.ednevnik.si/entry.php?w=jamnik&e_id=32366 z dne 22.10.2007)

4.2 Na sprejemih

Med vabilom na kosilo, večerjo ali katerokoli drugo večerno prireditev je z družabnega vidika velik razkorak. Večerni dogodki so namreč družabno pomembnejši kot dogodki čez dan, tudi če gre za nedeljo ali praznik.

To se prav tako zrcali v oblačilih. Pri sprejemu čez dan, pri kosilu ali povabilu na popoldansko kavo se ne postavljamo in ne poskušamo zbujati pozornosti, ampak si nadenemo kaj preprostega. Oblečemo lahko popoldansko obleko ali hlačni kostim. Nosimo lahko tudi klobuk.

Kot že omenjeno, je povabilo na večerno slavlje ali zabavo z družbenega vidika bistveno pomembnejše kot povabilo na kosilo ali na popoldanski čaj, kavo. Obisk večerne prireditve je vedno nekaj posebnega, pa naj gre za svečano večerjo ali za uradni sprejem.

Obziren gostitelj bo v svojem vabilu namignil, kakšna obleka je zaželena. Za ženske temna ali temnejša obleka ali pa kostim s primernim nakitom. Družabno povsem sprejemljiv je dandanes tudi ženski hlačni kostim. (Priročnik lepega vedenja, 2004, 112).

Ženskih slavnostnih oblačil ni možno razporediti v nekaj kategorij. Seveda vemo, da k moškemu smokingu spada ženska večerna obleka, pa naj bo dolga ali kratka, vendar pa je pri ženskih oblekah vse preveč različnih možnosti, da bi jih lahko kakor koli klasificirali. Edino, kar daje ženski obleki slavnostni nadih, sta kroj in barva, ki sta povsem individualno prikrojena vsaki posameznici posebej.

Večerna obleka je elegantna in se nosi ob posebnih svečanih priložnostih, lahko je tudi za dnevne slovesnosti. Narejena je iz razkošnih tkanin. (O'HARA, 1994, 242)

Večerna obleka naj bo vedno temnejše barve, saj so take barve bolj slavnostne. Narejena naj bo iz razkošnih materialov v temno modri, črni, sivi,.....barvi.

4.3 Na svečanih prireditvah

Slavnostni banketi in gala plesi sodijo med najsijajnejše družabne dogodke, zato so zanje predpisane slavnostne obleke. Ob povabilu na takšen dogodek lahko iz omare potegnemo najiminitnejša oblačila. Najbrž ni potrebno posebej omenjati, da se mora z najboljšo obleko ujemati ves zunanji videz, od pričeske pa do urejenih nohtov. Celotna podoba človeka mora delovati negovano. A ostanimo pri obleki. Za tovrstne prireditve je predpisana prevladujoča kombinacija črne in bele barve, ki v slavnostnem okolju deluje najbolj solidno in najbolj nevtrarno – ne glede na to, ali slavnostna dvorana kipi od baročnega razkošja ali pa je zgrajena v minimalističnem slogu.

Moški bo torej oblekel svečano dnevno obleko, njegova spremljevalka pa se bo odela v dolgo večerno obleko in se ozaljšala z najdragocenejšim nakitom. (Priročnik lepega vedenja, 2004, 113).

Na podeželju ob tradicionalnih praznikih je včasih zaželeno tudi narodna noša.

Podobno kot plesi in svečani banketi sodijo tudi gala operne premiere ali premiere gledaliških del med zelo pomembne družabne dogodke. Če se jih udeležimo, moramo biti primerno oblečeni. Moški nosijo frak, ženske spremljevalke pa se pojavijo v dolgi večerni obleki, čez katero pozimi nadenejo do gležnjev segajoč plašč.

Navadna operna premiera je na družbeni lestvici že bistveno nižje, saj je v velikih gledališčih v vsaki sezoni praviloma več premiernih predstav. Ob takšnih priložnostih je za ženske najprimernejša večerna obleka. (Priročnik lepega vedenja, 2004, 116) Obisk gledališča je v zadnjih desetletjih postal razmeroma vsakdanji dogodek in je izgubil nekdanji pridih svečanosti z izjemo premiernih predstav. Svečano okolje v večini velikih gledališč pa vendarle kar kliče po svečanih oblačilih.

Ženska bo videti najprimerneje v elegantni obleki, ki ima tudi nekoliko bolj svečan navdih. Preveč vsakdanja obleka ali popoldanski kostim se utegneta ob baročni štukaturi in kristalnih lestencih včasih zdeti nekoliko podcenjevalna.

V vsakem primeru izberemo garderobo, ki se poda k okolju in razpoloženju. Samoumevno je, da se morajo oblačila partnerjev ujemati. (Priročnik lepega vedenja, 2004, 117).

Vsak par naj pri izbiri oblačil pazi na to, da se bodo ujemala tako barvno kot slogovno.

Za svečane prireditve pridejo v ozir dolge obleke ali kostimi z dolgim krilom in svečano bluzo. Ni pa dovolj samo obleka, treba je to znati tudi nositi in se obnašati.

4.4 V prostem času ali na športnih prireditvah

Največ svobode pri oblačenju je dovoljeno pri izbiri oblačil za prosti čas. Za take priložnosti je dovoljena najširša paleta oblačil, ki pa morajo biti vseeno v mejah normale. To še posebej velja za politike, poslovneže in državne uradnike.

Pri oblačilih za prosti čas prevladujejo naravni materiali (bombaž, lan, volna), slog oblačenja je lahkotnejši. Hlače in krila so ponavadi bombažne ali lanene, v najrazličnejših barvah. Ženske imamo več izbire. Dovoljena je najširša paleta oblačil iz različnih materialov, tudi usnja in jeansa. Še vedno pa je treba paziti na določene meje : primerno dolžino krila, pokrita ramena, vratni izrez,...

Pri zimski obleki za prosti čas so materiali toplejši, zato lahko ženske oblečemo hlače ali krila vseh vrst tkanin, ter različnih toplejših materialov, primerno obutev (na primer škornji), zgoraj majice, puloverji, jakne, bunde, šal, rokavice, kapa,...

Pretirano športno oblačenje ni primerno za vsako priložnost. Tudi pri športnem oblačenju je potrebno paziti na mero.

Pri športni garderobi je pomembno, da ustreza določenemu športu. Za nekatere športe so celo predpisana oblačila in obutev, česar smo se seveda dolžni držati, če se ukvarjamo z njim. To ni zaradi mode ali prestiža, temveč so pri mnogih športnih aktivnostih v veljavi pravila zaradi varnosti športnika.

Pri nekaterih športih so dana le priporočila, ki izhajajo iz tradicije tega športa, njegove prepoznavnosti ter primernosti in praktičnosti pri ukvarjanju s tem športom.

Moda, prestiž in blagovne znamke znanih proizvajalcev športnih oblačil narekujejo cene. Odločitev o nakupu takšnih oblačil in obutve je seveda prepuščena posamezniku.

Pomembno je, da je vsa športna garderoba funkcionalna, čista in urejena.

Tudi za športna oblačila in obutev drži, da so izdelki znanih proizvajalcev bolj kakovostni in trpežnejši ter lažji za vzdrževanje. (Kneževič, 2006, 59 – 60).

Tukaj imamo največ svobode kar se tiče oblačenja, vendar pa tudi to ima nekatera pravila, ki jih moramo upoštevati, čeprav niso tako stroga, kot to velja v poslovnem svetu. Posebej moramo biti pozorni, če sodelujemo s športnimi giganti, da si ne oblečemo trenirke ali tenis copat njihovih konkurentov.

5. OSEBNA UREJENOST POSLOVNIH ŽENSK

Higiena celotnega telesa in popolna urejenost posameznika sta postali v današnjem času ne le pričakovani, temveč zahtevani kategoriji za vsakega kultiviranega posameznika. K dolžnostim vsakega sodobnega človeka spada tudi skrb za zdravje in čistočo. Redno, vsakodnevno umivanje, prhanje ali kopanje naj bi bilo samoumevna navada in nujna potreba vsakogar, ne le zaradi drugih, temveč predvsem zaradi sebe. (Kneževič, 2006, 48)

Zaposlena ženska je v novejšem času čedalje bolj vitalna. Higiena in skrb za zdravje se ji bosta obrestovali tudi v poznejših letih, saj bo obdržala dobro telesno kondicijo. Če pa ne bo posvečala dovolj pozornosti, bo po nepotrebnem videti starejša. Ženska koža je namreč tanjša kot moška in zato so znamenja staranja bolj opazna. Treba si je vzeti čas, se sprehoditi po naravi in se spočiti z dobrim spancem. (Osredečki, 1995, 182)

Higiena danes ni več nekaj, česar si ne bi mogli privoščiti, ampak nuja v poslovnem svetu. Ljudje sploh ne bi smeli razmišljati o higieni, ampak bi jo morali imeti usidrano v sebi, biti vedno urejeni in umiti.

5.1 Lasje

Lasje so kot okvir pri sliki. Lahko so okras, lahko polepšajo ali pa poslabšajo vtis celotnega videza osebe. Ne glede na gostoto, redkost, dolžino, delno pomanjkanje las, na obliko pričeske, pa čeprav modno » skuštrane », si glavo umivamo vsaj dvakrat tedensko. (Kneževič, 2006, 48).

Prhljaj je v današnjem času le nevšečnost in je znak nenegovanosti ali pomanjkanja zanimanja, saj so sodobni preparati za nego las in lasišča prirejani prav za različne vrste las in tudi za uspešno odpravljanje prhljaja. (Kneževič, 2006, 49).

Če si barvamo lase, potem naj bi to delali redno in pravočasno, dokler še ni dosti viden lasni narastek. Resda je večbarvna kombinacija las tudi modna. Ta modni učinek dosežemo z barvanjem v različnih barvnih odtenkih.

Pričeska poslovne ženske naj bo moderna in v skladu z obliko obraza. Če ne veste, za katero bi se odločili, se posvetujte s frizerjem. Za lažje vzdrževanje so najbolj primerni kratki ali srednje dolgi lasje.

Če si morate popraviti pričesko, tega ne počnite za pisalno mizo, še zlasti ne pred strankami, v kavarni ali restavraciji, ampak v toaleti. (Osredečki, 1995, 189).

Danes poslovna ženska nima več izgovorov glede pričeske, saj le - ta del urejenosti poslovnih ljudi, le da je pri poslovni ženski in ženski nasploh pričeska bolj opazna kot pri moških. Že zaradi tega, ker si ženske včasih omislimo pramene ali pa drastično spremenimo pričesko in s tem dajemo na nek način tudi drugačen videz. Vse to pa mora biti v mejah pravil poslovnega sveta. Predvsem to velja za ženske, ki si ne smejo privoščiti kričečih barv ali ekstremnih pričesk, ki ne sodijo v poslovne prostore.

5.2 Obraz

Obraz je komunikacijski center človeka. Na njem so najbolj vidni izrazi sprejemanja in izražanja čustev. Je najbolj zgovoren, prvi pritegne pozornost drugih, ves čas je v ospredju, na vpogled vsem, tudi nam.

Osnova in pogoj za nanašanje dekorativne kozmetike je vedno zdrava koža obraza, kar dosežemo le z redno, vsakodnevno nego, pravilnimi postopki in ustreznimi kozmetičnimi preparati. (Kneževič, 2006, 50).

Poslovna ženska mora biti vedno naličena z veliko mero okusa.

Ličila vedno nanašamo le na očiščeno kožo. Osnovni namen ličenja ni maskiranje, temveč zmanjševanje ali prikrivanje estetsko neprijetnih delov na obrazu ter poudarjanje estetsko prijetnih delov obraza.

Danes je ženska najlepše naličena, kadar uporablja ličila za naravni videz. To pomeni, da vseeno prikrije z ličili svoje nepravilnosti, vendar pa še vedno ohranja svoj naravni videz, brez premočnih ličil na vekah, ličnicah in ustnicah. Paziti moramo tudi na to, da se ne bi naličile kot včasih rečemo, da ima prave » bojne barve », saj to danes bolj odbija kot včasih.

5.3 Roke

Roke imajo takoj za obrazom največjo izrazno moč. S svojo gibljivostjo privlačijo pozornost in poglede drugih. Redno, zelo pogosto umivanje rok preprečuje prenašanje bakterij. Po umivanju si roke namažemo z zaščitno kremo, saj preprečuje izsuševanje kože, jo mehča in naredi gladko. Pri različnih opravilih, gospodinjskih delih, vrtnarjenju, pranju avtomobila,... zaščitimo roke z ustreznimi rokavicami. Pozimi nosimo rokavice, da nas ščitijo pred mrazom. Pri moških in ženskah naj bodo nohti zdravi, vedno čisti in pravilno negovani, pravočasno skrajšani, oblikovani, za kar uporabljamo predvsem pilico za nohte.

Nohti pri ženskah so lahko daljši kot pri moških, vendar je treba tudi pri dolžini in obliki ter morebitnem lakiranju upoštevati mero in okus. Če si lakiramo nohte na rokah, pazimo, da lak ni nikoli okrušen; barva naj se ujema z barvo naše garderobe. (Kneževič, 2006, 55 – 56).

Roke so res takoj za obrazom najbolj izpostavljene, zato moramo na njih polagati več pozornosti. Skrbeti je treba, da nimamo hrapavih dlani, okrušenega laka za nohte, da nimamo preveč potnih dlani, saj je to zelo neprijetno pri rokovanju... Paziti moramo tudi na barvo laka za nohte, saj le - ta ne bi smel biti preveč kričeč.

5.4 Noge

Poslovna ženska mora paziti tudi na urejenost nog. Redno umivanje nog, ni le jutranje prhanje, temveč še dodatno umivanje, posebej zvečer, da zmanjšamo neprijetni vonj potu.

Potrebni sta tudi redna pedikura in depilacija, saj to ne sodi le k negi, temveč je pomembno za zdravje nog in celotno počutje. Nohte na nogah pristrižemo vzporedno s konico prsta.

Stopala in pete na nogah naj bodo vedno gladki, ne samo poleti, ko nosimo sandale in natikače. Ženska, ki ima lakirane nohte na nožnih prstih, naj jih lakira redno, podobno kot nohte na rokah in z istim lakom. Sodobna ženska ima vedno, ne samo poleti depilirane noge. (Kneževič, 2006, 56 – 57)

5.5 Telo, zunanost

Telesna higiena in urejenost celotne zunanosti, tudi oblačil posameznika, sta v današnjem času nuja in obveza. Telo naj bo negovano, torej vedno čisto, glede na vrsto kože pa se priporoča tudi uporaba mleka, kreme ali emulzij za telo. Za nego telesa poleg rednega umivanja uporabljamo dezodorante, ki se na telo, pazduhe in intimne dele telesa nanašajo takoj po prhanju ali umivanju. Dezodoranti so lahko v obliki kreme, razpršil, stika. Preprečujejo in nevtralizirajo neprijeten vonj po potu.

Vonjave, ki jih uporabljamo ne glede na vrsto sredstev za nego telesa, naj bodo vedno uglašene.

Depilacija pazduh pri ženskah je dandanes popolnoma samoumevna, ne samo zaradi bolj estetskega videza, temveč je ta del telesa gojišče bakterij. Poleg različnih depilatorjev lahko za odstranitev dlačic uporabljamo tudi brivnik. (Kneževič, 2006, 57).

Kadar se poslovna ženska preveč znoji, je pametno, da uporablja dezodorante, ki ne puščajo madežev na oblačilih, saj bo tako ta nadloga še bolj vidna in bi si morda kdo na sestanku to narobe razlagal. Potimo se namreč takrat, kadar na stvar nismo dobro pripravljeni.

6. DODATKI K POSLOVNIM OBLEKAM

Modni dodatki pri poslovnih oblekah naj bodo samo pika na i. Uporabljati jih moramo zmerno, z veliko mero okusa, saj bi drugače izgledali kot novoletna jelka, to pa je v poslovnem svetu nedopustno. V nadaljevanju bom predstavila modne dodatke.

6.1 Dežni plašč

Dežni plašči so primerni za različne priložnosti. Lahko so elegantni ali pa bolj športni, različnih modelov in barv. (Kneževič, 2006, 75)

Kot poslovna ženska bi vsekakor izbrala eleganten dežni plašč primerne barve kot je na primer beige.

6.2 Dežnik

Poslovna ženska ima več dežnikov. To ni samo del garderobe in uporaben predmet, temveč tudi modni dodatek.

Ženski dežnik je lahko različnih barv in vzorcev, od cvetličnih do geometrijskih. V prostem času lahko nosimo dežnike z logotipi različnih podjetij, za poslovne priložnosti pa takšen dežnik ni primeren.

Praktični so tudi manjši zložljivi dežniki, ki jih imamo lahko v poslovnih torbah. (Kneževič, 2006, 75)

6.3 Plašč

Je obvezen del garderobe žensk. Barve in kroje vsako leto narekuje moda. Kroji naj bodo klasični, plašč naj sega čez krilo. Primernejše so temnejše barve. (Dreo, 2003, 30).

Tudi tukaj naj bodo materiali čimbolj naravni.

6.4 Jopič

Daljši jopič, ki je praktičen za vožnje z avtomobilom, za nošenje k hlačam ali debelejšim toplim krilom, prav gotovo ne bo izgubil svojega mesta v ženski garderobi.

Poslovna ženska nosi predvsem elegantne jopiče različnih barv in modelov. (Kneževič, 2006, 76)

Tudi jopič se mora barvno ujemati z ostalo garderobo.

6.5 Kapa

Različne kape, vse od baretk do modnih usnjenih ali iz umetnih materialov narejenih pokrival, so uporaben dodatek. Modeli kap naj bi ustrezali obliki obraza, barvno in slogovno naj bi se ujemali s preostalo garderobo. (Kneževič, 2006, 76).

6.6 Klobuk

Klobuk izbiramo glede na obliko obraza in priložnost, ko ga bomo nosile, seveda barvno usklajen s plaščem, kostimom, obleko,...

Ob priložnostih (večernih, družabnih,..), ko ženska ne sname klobuka z glave, se odločamo za klobuke brez krajev ali z ozkimi kraji. Tudi naša pričeska je podrejena obliki klobuka – ali pa klobuk obliki pričeske.

Če nosimo klobuke, jih moramo imeti v garderobi seveda več, različnih modelov in barv. (Kneževič, 2006, 76).

6.7 Krzno

Zadnjih nekaj let krznena oblačila nadomeščamo z oblačili iz umetnih materialov. Pri mnogih vsaj na daleč ne ločimo, ali je krzno pravo ali umetno. Umetno krzno že dolgo ne pomeni, da si uporabnica ne more privoščiti pravega krzna.

Verjetno se bo to nadaljevalo, da bi preprečili izumiranje nekaterih živalskih vrst in zaradi nasprotovanja ozaveščenih ljudi, da bi gojili določene vrste živali le za izdelavo oblačil. Nošenje krzna je prepuščeno odločitvi vsakega posameznika.

Preveč razkošni modeli krznenih plaščev in jopičev niso primerni za službo, ampak za bolj večerne in druge družabne priložnosti. Po vrsti krzna in po kroju plašča ali jakne razlikujemo modele, primerne za dnevne ali večerne, svečane priložnosti. (Kneževič, 2006, 77)

6.8 Ličenje

Ličenje obraza je pri poslovni ženski diskretno. Treba je paziti na kakovost ličil, na barve, oblike in količino. Namen ličenja je poudariti lepe dele obraza in prikriti njegove pomanjkljivosti.

Slog ličenja in barve ličil prilagajamo obliki obraza, starosti, barvnim odtenkom kože ter barvi oči. Seveda je treba upoštevati tudi barvo las in barvo oblačil. V delovnem času poslovne ženske je njeno ličenje diskretno, dnevno ličenje. Večerno ličenje je bolj izrazito, bolj modno, več je tudi svetlečih detajlov. (Kneževič, 2006, 77 – 78)

Ličenju ,pa naj bo dnevno ali večerno, mora biti še vedno z veliko mero okusa in estetike.

6.9 Nogavice

K hlačam ne nosimo kratkih nogavic, temveč dokolenke. K poslovnemu oblačenju ženske ne sodijo svetlikajoče se, neokusne, nogavice, preveč izrazitih vzorcev, mrežaste, pikaste nogavice. Nogavice naj bodo barvno usklajene z obleko in čevlji. (Kneževič, 2006, 79)

6.10 Nakit

Nikar ne podcenjujte pomembnosti nakita. Ne le da dodaja drznost ali eleganco, lahko postane vaša znamka. Izbirajte ga od glave navzdol.

Uhani so zelo pomembni, saj so vidni na obrazu in mu lahko dodajo svetlobo in blišč.

(<http://www.lepotainstil.net/LepotainStil/styling/index.htm> - z dne 05.05.2008)

Nakit, ki ga nosi poslovna ženska, naj bo kakovosten in ne preveč vpadljiv. Bolje je, da ga je premalo kot preveč.

Včasih je veljalo pravilo, da naj bodo vsi kosi nakita iz istega materiala, da se zlato ne meša s srebrom,...Danes pa je tudi to pravilo bolj sproščeno, saj so že posamezni kosi nakita narejeni iz več različnih materialov.

Nakit poslovne ženske naj bo pozorno izbran, enostaven in ne prevelik. Za svečane in večerne priložnosti si poslovna ženska lahko nadene » boljši » nakit. Ne gre za količino nakita, ampak za njegovo žlahtnost. (Kneževič, 2006, 78)

K nakitu poslovne ženske spada tudi ročna ura, ki pa ne sme biti prevelika. Bolj elegantne so majhne ročne ure, seveda s številkami in pa v zlati ali srebrni barvi.

6.11 Poslovna torbica, denarnica

Ženska naj bi imela dve usnjeni torbi. Eno torbo za svoje osebne stvari, druga torba je za poslovne dokumente. (Dreo, 2003, 29). Barve naj se dopolnjujejo ali pa ujemajo tako pri poslovnem kovčku, usnjeni mapi kot tudi pri denarnici. S temi predmeti kažejo svoj okus in slog, svojo individualnost. Poslovne torbe ne polagamo na mizo. (Kneževič, 2006, 80)

Priporočljivo je, da sta torbi enake barve, vendar pa to ni pravilo; odvisno od ostale garderobe, ki jo imamo oblečeno. Torbi se, če že nista enake barve, morata dopolnjevati v barvah.

6.12 Ročna torbica

Ročna torbica naj bo barvno usklajena s čevlji in oblačili, sodobnih oblik in negovana. Lahko je elegantna, ne pa preveč ekstravagantna. Ročne torbice se ne polagajo na mizo, temveč se odložijo na zaslon stola, na stol ali poleg sebe. (Kneževič, 2006, 80)

6.13 Rokavice

Lahko so usnjene, podložene s flanelo ali krznom, kombinirane s pletivom ali pa izdelane iz toplih sintetičnih materialov. Barvno naj bodo usklajene s čevlji in obleko. Pri rokovanju ženska ne snema rokavice z rok. Večerke rokavice se ne snemajo z rok. (Kneževič, 2006, 81)

6.14 Ruta, šal

Ovratna ruta je le še redko ruta za na glavo. Ruta je modni dodatek in lahko spremeni najosnovnejša oblačila. Barvno naj se ujema z oblačili. Lahko jih dopolnjuje ali osveži.

Manjše ženske in ženske s kratkimi vratovi naj se izogibajo velikih pentelj pri rutah. Zanje so bolj primerne padajoče rute ali šali. Za poslovne ženske so primerne tako enobarvne kot pisane svilene ali volnene rute.

Podobno kot za ovratno ruto velja tudi za šal. Ob zimskih plaščih in jopičih se nosi tudi širši, pleten šal, ki se barvno ujema s plaščem. Široki svileni ali pleteni šali so primerni tudi za večerne priložnosti. (Kneževič, 2006, 82)

6.15 Pas

Pomembna je dobra kakovost. Najpogosteje so to usnjeni pasovi, ki po barvi in modelu pristajajo k hlačam, čevljem in drugi garderobi. Sponka naj ne bi bila preveč vpadljiva. (Kneževič, 2006, 66)

V svoji garderobi bi bilo prav, da ima ženska na izbiro pestro paleto pasov, saj lahko z njimi marsikaj skrijemo, popravimo ali celo poživimo. Iz suhoparnih hlač, ki ne dajejo videza kot si ga želimo, lahko pas izboljša naše počutje, saj lahko v ogledalu hlače poživi.

6.16 Čevlji

Čevlji naj bodo usklajeni z oblačilom, vremenom in časom dogajanja. Nikoli ne smemo kazati prstov na nogah, ker to buri moško domišljijo, prav tako pete ne smejo biti višje od sedmih centimetrov. Kupujemo čevlje temnejših barv, ki morajo biti vedno očiščeni (Dreo, 2003, 29).

Ni nujno, da so čevlji poslovne ženske vedno črne ali temnejše barve, saj ima na razpolago gotovo mnogo večjo izbiro kot moški, vendar pa kljub temu na poslovni sestanek ne more obuti svetlo rdečih salonarjev, ne glede na oblačilo, ki ga nosi.

Tudi pri izbiri čevljev mora biti pozorna, saj ni nujno, da so čevlji vedno črni, lahko so beli, če se ujemajo z oblačilom ali pa morda beige...

6.17 Parfum

Pri izbiranju parfumskih izdelkov upoštevajmo soje telesne in značajske lastnosti, starost, delovno mesto, poklic,...

Pri vseh parfumskih izdelkih (dezodorant, mleko po kopanju, emulzija, parfum,..) uporabljamo isto vonjavo.

Vonjave se vedno nanašajo na sveže umito kožo.

Glede na sestavo parfumskih kompozicij poznamo v ženski parfumeriji 6 glavnih not, obstajajo pa tudi podskupine.

1. parfumska nota : SVEŽA – CVETNA

ustreza ekstravertirani osebnosti

opis : - dinamična

- aktivna
- dovzetna za vse novo
- praktična
- rada potuje
- lahko premaguje težave
- potrebuje uspeh pri delu

1. parfumska nota : CVETNO – ALDEHIDNA

ustreza čustveno stabilni, pretežno ekstrovertirani osebnosti

opis : - ni niti dinamična, niti zelo mirna

- včasih neuravnotežena
- včasih težko kontrolira svoje razpoloženje
- družina ni edini smisel njenega življenja
- ljubi vse, kar je posebno, moderno, vendar žensko elegantno

2. parfumska nota : CHYPRE

ustreza čustveno stabilni, pretežno ekstrovertirani osebnosti

opis : - uravnotežena

- harmonična
- zadovoljna s seboj in življenjem
- probleme rešuje hitro in preprosto
- pripravljena pomagati ljudem
- komunikativna
- ne da toliko na modo kot na to, da je vedno dobro oblečena, rada ima dobre materiale

3. parfumska nota : ORIENTALNA

ustreza introvertirani osebnosti

opis : - mirna

- ve, kaj hoče
- če je užaljene se zapre kakor školjka

- odklanja plitve ljudi
- globoko čustvena
- preseneča okolico s pogumom, kadar je njena osebnost ogrožena
- njen življenjski slog je edinstven, ne želi povprečnosti

4. parfumska nota : FLORIENTALNA

ustreza čustveno spremenljivi, pretežno introventirani osebnosti

opis : - nima rada nenadnih sprememb

- je mirna
- rada ima ljudi okrog sebe, vendar ne želi, da ji spreminjajo ritem
- izogiba se problemom in konfliktom
- rada ima rutinsko delo
- pri opremljanju doma daje prednost udobju

5. parfumska nota : CVETNO – SADNA

ustreza čustveno spremenljivi, pretežno ekstroventirani osebnosti

opis : - ljubi življenje

- rada dela v družbi in doma
- optimistična
- impulzivna
- rada ima spremembe
- hitro se odloča

(Kneževič, 2006, 83, 84, 85)

7. ANALIZA ANKETE

7.1 Sestava ankete

Za pridobitev podatkov, ki jih potrebujem v svoji raziskavi, sem izbrala pisno obliko anketnega vprašalnika. Anketo sem razdelila v dva dela.

Prvi del ankete zajema splošna vprašanja o anketirancu, kot so spol, starost, izobrazba... Zanimalo me je še ali v službi uporabljajo predpisano uniformo oz. predpisano oblačilo.

Drugi del ankete so trditve, saj me je zanimalo, koliko anketiranci vedo o poslovnem oblačenju žensk.

Trudila sem se, postavljati jasna vprašanja in trditve, čim krajša in brez strokovnih izrazov.

7.2 Izvedba anketiranja

Kot metodo raziskovanja sem uporabila kvantitativno raziskavo (anketo), ki sem jo ponudila v izpolnitev 100 naključnim ženskam in moškim, ter vseh 100 anket vključila v analizo. Zbrane podatke sem statistično obdelala, jih prenesla v tabele ter jih s pomočjo grafikonov slikovno prikazala.

7.3 Rezultati in ugotovitve

V rezultatih ankete nimam odstotnih izračunov, saj sem dala v izpolnitev 100 anket in vseh 100 anket so mi izpolnili na vsa vprašanja, tako, da imam hkrati z rezultati tudi odstotke rezultatov.

Rezultate ankete sem analizirala ter predstavila v tabeli in grafu.

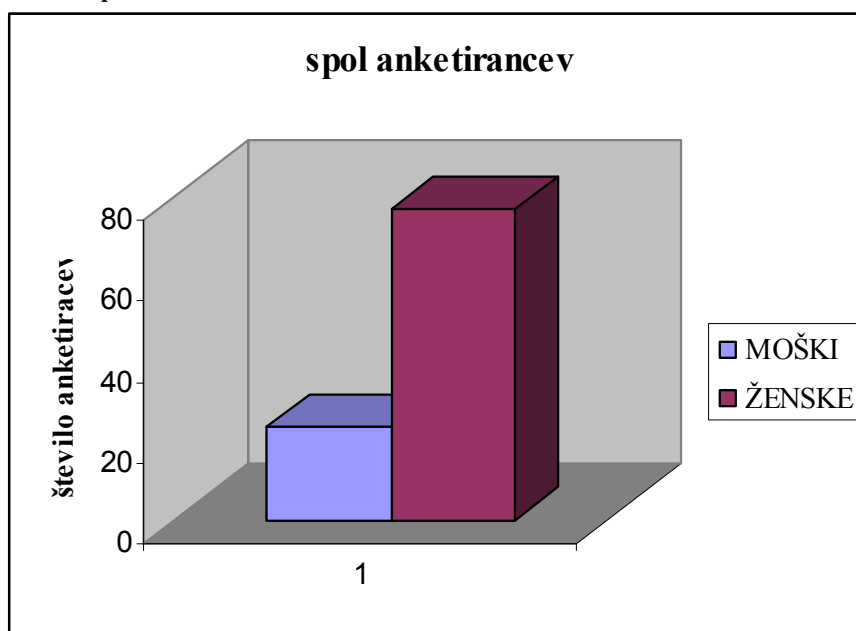
1. vprašanje: spol anketirancev

Tabela 1: spol anketirancev

SPOL ANKETIRANCEV	
MOŠKI	23
ŽENSKE	77
SKUPAJ	100

Vir: lastna raziskava

Graf 1: spol anketirancev



Vir: Tabela 1

Iz odgovorov na prvo vprašanje vidimo, da je odgovarjalo 23 % moških in 77 % žensk. Podatki so razvidni iz tabele 1 in iz grafa 1. Ankete sem ponudila v izpolnitev ženski populaciji, saj me je zanimalo njihovo mnenje o poslovni obleki ženske, o načinu nošenja obleke in pisanih ter nepisanih pravilih oblačenja poslovnih žensk.

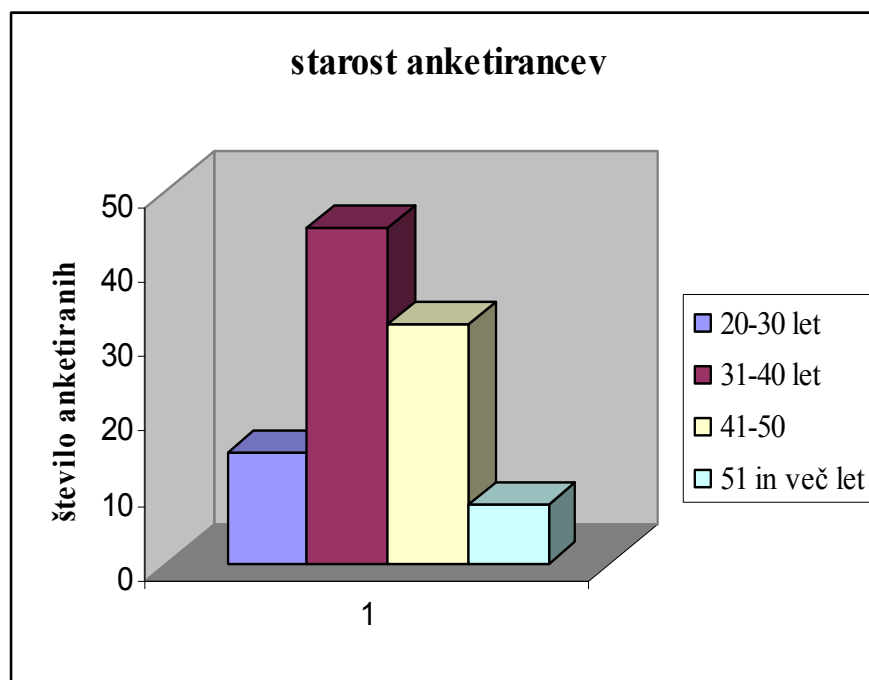
2. vprašanje : starost anketirancev

Tabela 2: starost anketirancev

STAROST ANKETIRANCEV	
STAROST	ŠTEVILO ANKETIRANCEV
20-30 let	15
31-40 let	45
41-50	32
51 in več let	8
SKUPAJ	100

Vir: lastna raziskava

Graf 2: starost anketirancev



Vir: Tabela 2

Pri teh odgovorih sem prišla do ugotovitve, da je največje število anket izpolnila populacija ljudi, ki so stari od 31 – 40 let, kar je razvidno iz tabele 2 in iz grafa 2. Največ anketirancev ima končano srednjo poklicno šolo, kar 43 %, kar je razvidno v tabeli in grafu 3.

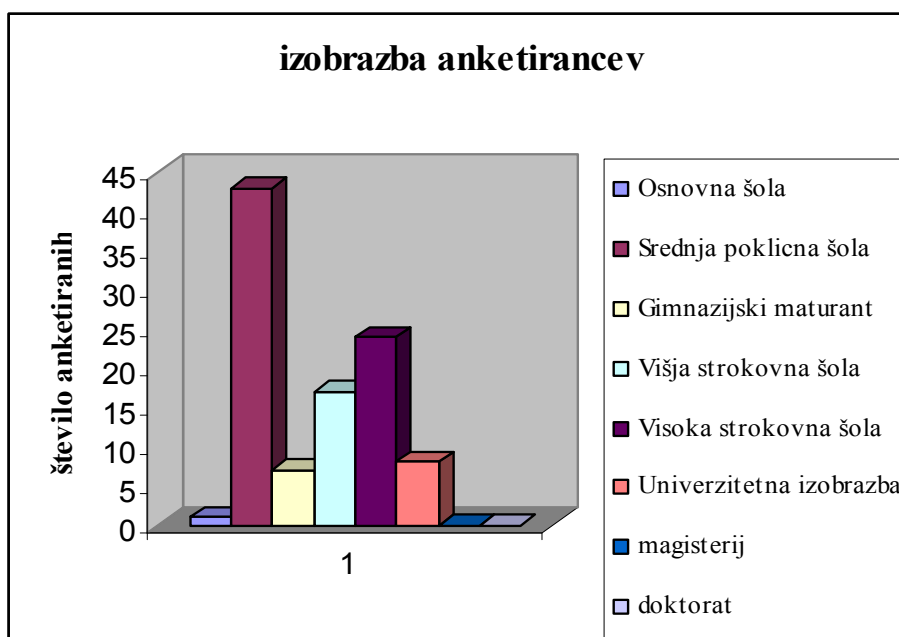
3. vprašanje : izobrazba anketirancev

Tabela 3: izobrazba anketirancev

IZOBRAZBA ANKETIRANCEV	
IZOBRAZBA	ŠTEVILO ANKETIRANCEV
Osnovna šola	1
Srednja poklicna šola	43
Gimnazijski maturant	7
Višja strokovna šola	17
Visoka strokovna šola	24
Univerzitetna izobrazba	8
magisterij	0
doktorat	0
SKUPAJ	100

Vir: lastna raziskava

Graf 3: izobrazba anketirancev



Vir: Tabela 3

Tretje vprašanje o izobrazbi me je morda malo presenetilo, saj jih ima le 8 % univerzitetno izobrazbo, 24 % visoko izobrazbo, 17 % višješolsko izobrazbo in kar 50 % srednješolsko izobrazbo. Podatki so vidni v tabeli in grafu 3.

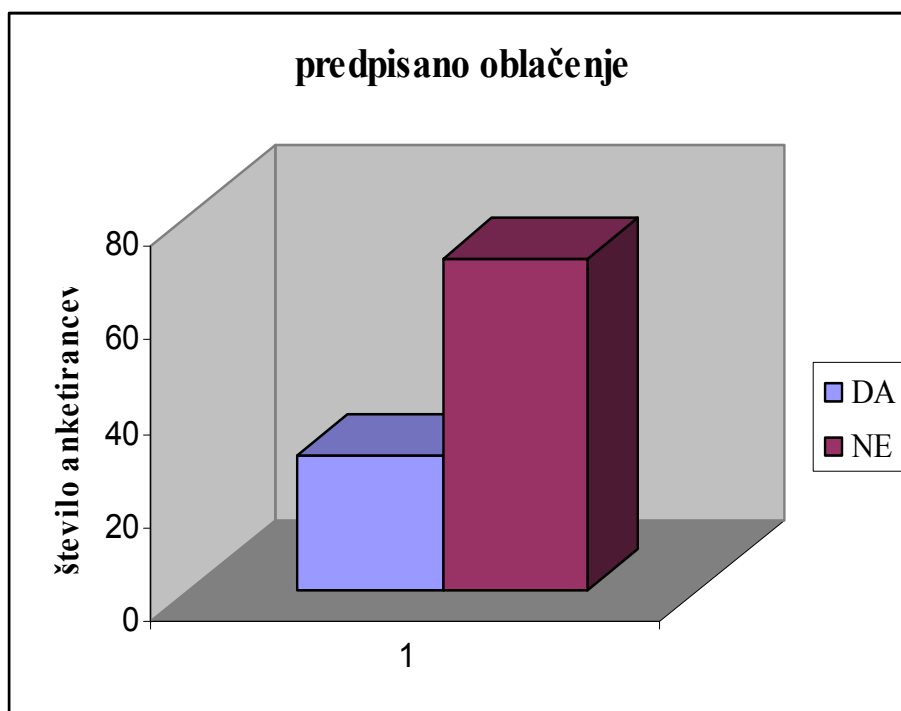
4. Ali je v vašem podjetju predpisan način oblačenja ? (nošenje uniforme)

Tabela 4: predpisan način oblačenja

PREDPISAN NAČIN OBLAČENJA V PODJETJU (NOŠENJE UNIFORME)		
	ŠTEVILO ANKETIRANCEV	%
DA	29	29%
NE	71	71%
SKUPAJ	100	100%

Vir: lastna raziskava

Graf 4: predpisan način oblačenja



Vir: Tabela 4

Ker se je veliko anket izpolnjevalo na Slovenskih železnica, kjer je nošenje uniform običajno, me odstotek 29 % preseneča, saj to kaže, da je bilo veliko anket opravljenih na upravi, kjer pa ni predpisov o načinu oblačenja. Rezultati so navedeni v tabeli in grafu 4.

5. V 5. vprašanju so trditve, ki so jih morali izpolniti po pomembnosti od 1 – 7.

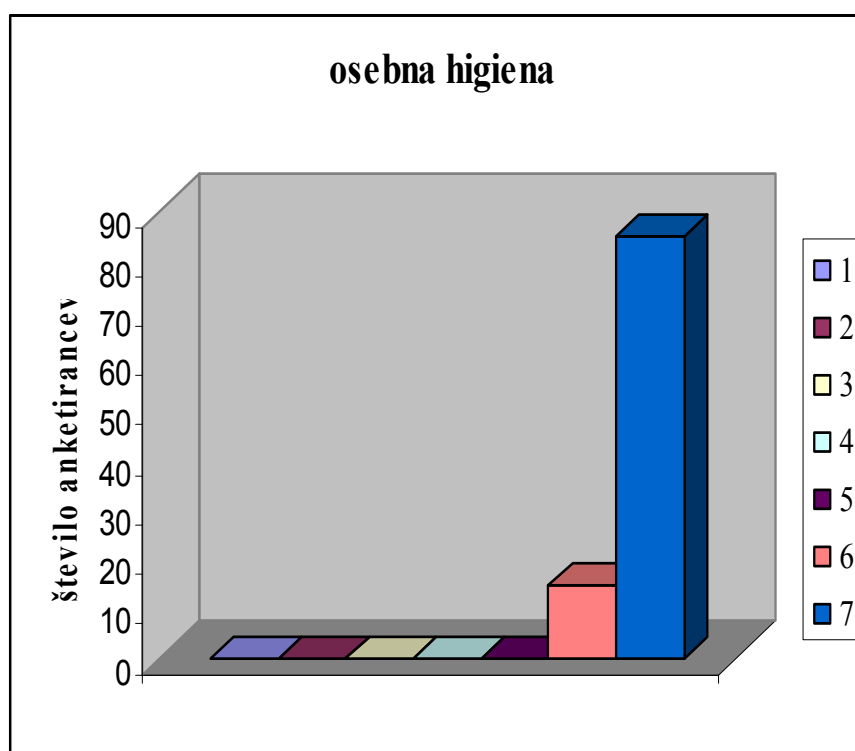
Trditev 5/1:

Tabela 5: pomembnost osebne higiene pri poslovni ženski

OSEBNA HIGIENA JE PRI POSLOVNI ŽENSKI POMEMBNA						
1	2	3	4	5	6	7
0	0	0	0	0	15	85
100						

Vir: lastna raziskava

Graf 5: pomembnost osebne higiene pri poslovni ženski



Vir: Tabela 5

Kot je iz tabele 5 razvidno, je higiena poslovne ženske med najbolj pomembnimi faktorji, saj nobena druga tabela ne dosega take višine. Z vrednostjo 7 jo je ocenilo kar 85 % in s pomembnostjo 6 preostalih 15 % anketiranih.

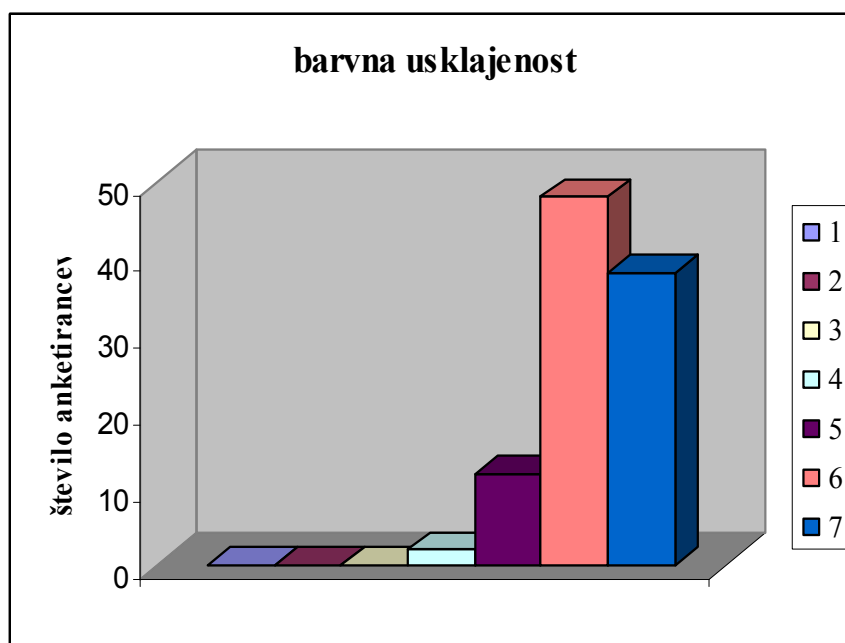
Trditev 5/2:

Tabela 6: pomembnost barvne usklajenosti poslovne ženske

POMEMBNA JE BARVNA USKLAJENOST POSLOVNE ŽENSKE						
1	2	3	4	5	6	7
0	0	0	2	12	48	38
100						

Vir: lastna raziskava

Graf 6: pomembnost barvne usklajenosti poslovne ženske



Vir: Tabela 6

Za pomembnost barvne usklajenosti se je odločalo vseh 100 anketirancev in pričakovana je bila ugotovitev, da se je kar 38 od 100 anketirancev odločilo za pomembnost 7, 48 od 100 za pomembnost 6, za pomembnost 5 je bilo 12 anketirancev ter za pomembnost 4 samo dva anketiranca. Barvna usklajenost ženskih oblačil je torej še vedno med zelo pomembnimi elementi oblačenja poslovnih ljudi.

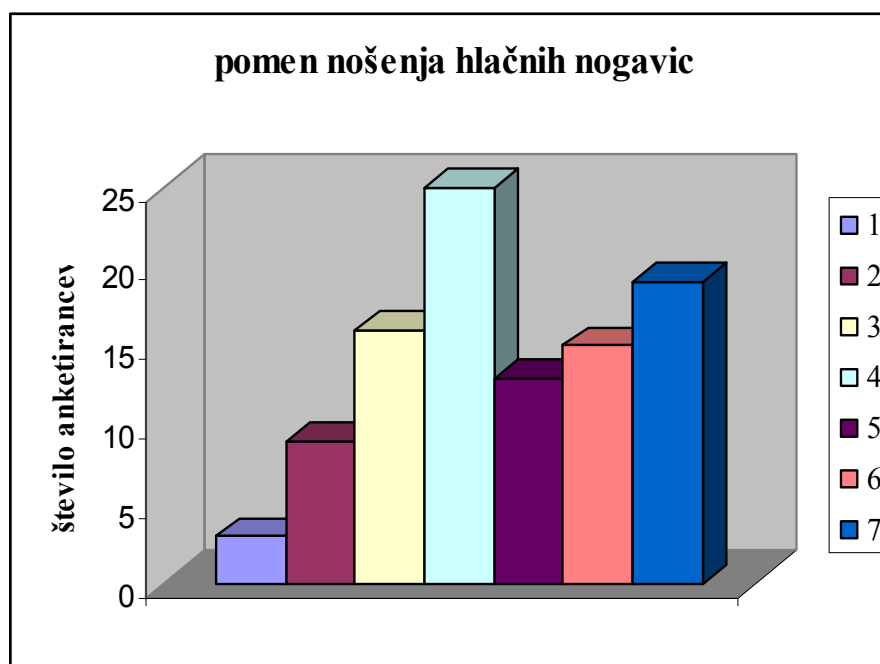
Trditev 5/3:

Tabela 7: pomembnost hlačnih nogavic pri poslovni ženski

POMEMBNO JE DA POSLOVNA ŽENSKA NA SESTANKIH V SLUŽBI NOSI HLAČNE NOGAVICE						
1	2	3	4	5	6	7
3	9	16	25	13	15	19
100						

Vir: lastna raziskava

Graf 7: pomembnost hlačnih nogavic pri poslovni ženski



Vir: Tabela 7

Nošenje hlačnih nogavic pri ženski poslovni obleki spada v zelo konzervativen del oblačenja. V anketnih raziskavah je rezultat pokazal, da prehajamo v lahkotnejši način nošenja poslovnih oblek pri ženskah, saj je le 19 anketiranih ljudi izbralo število 7, 15 anketiranih 6, 13 anketiranih 5, 25 anketiranih 4, ostalih 28 anketiranih pa števila od 1 – 3.

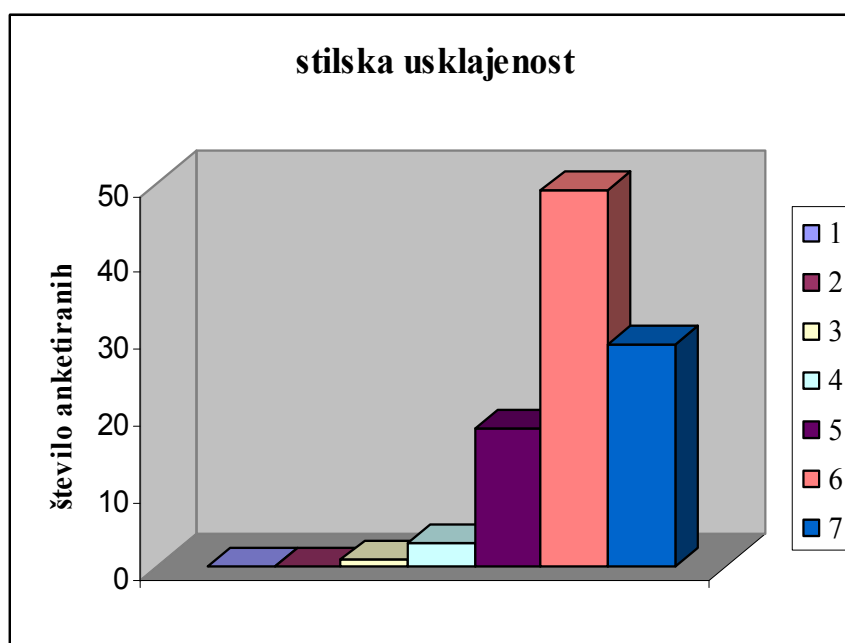
Trditev 5/4:

Tabela 8: stilska usklajenost poslovne ženske

STILSKA USKLAJENOST JE POMEMBNA PRI POSLOVNI ŽENSKI						
1	2	3	4	5	6	7
0	0	1	3	18	49	29
100						

Vir: lastna raziskava

Graf 8: stilska usklajenost poslovne ženske



Vir: Tabela 8

Vsaka poslovna ženska, ki kaj da nase, je pozorna tudi na svojo obleko. Stilska usklajenost oblačil je zelo pomembna, saj si le težko zamislimo, da bi poslovna ženska hodila v službo in nosila na primer dramatični stil oblačenja. Tabela in grafu 24 kažeta, da so ta stil oblačenja za poslovno žensko s 83 % označili kot manj primeren. Da, stilska usklajenost je še vedno zelo pomembna.

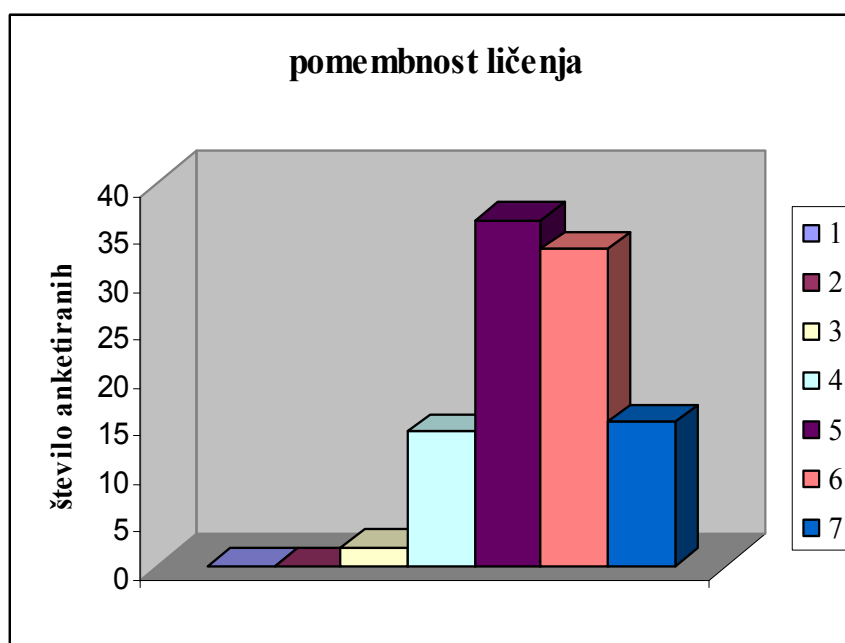
Trditev 5/5:

Tabela 9: pomembnost make upa pri poslovni ženski

MAKE UP JE PRI POSLOVNI ŽENSKI POMEMBEN						
1	2	3	4	5	6	7
0	0	2	14	36	33	15
100						

Vir: lastna raziskava

Graf 9: pomembnost make upa pri poslovni ženski



Vir: Tabela 9

Tudi zunanji izgled poslovne ženske je še vedno pomemben. Torej, ne le stilska usklajenost, ampak tudi primeren make up. Ta ne sme biti sestavljen iz preveč izstopajočih barv. Najlepše je ženska naličena, kadar je naličena ravno toliko, da se vidi. Pred kratkim sem v neki oddaji zasledila, da bi vsaka ženska morala imeti puder, rdečilo za ličnice in sijaj za ustnice. Za številko pomembnosti 5 se je odločilo največ anketiranih, kar 36, za številko 6 33 anketiranih in za številko 7 15 anketiranih.

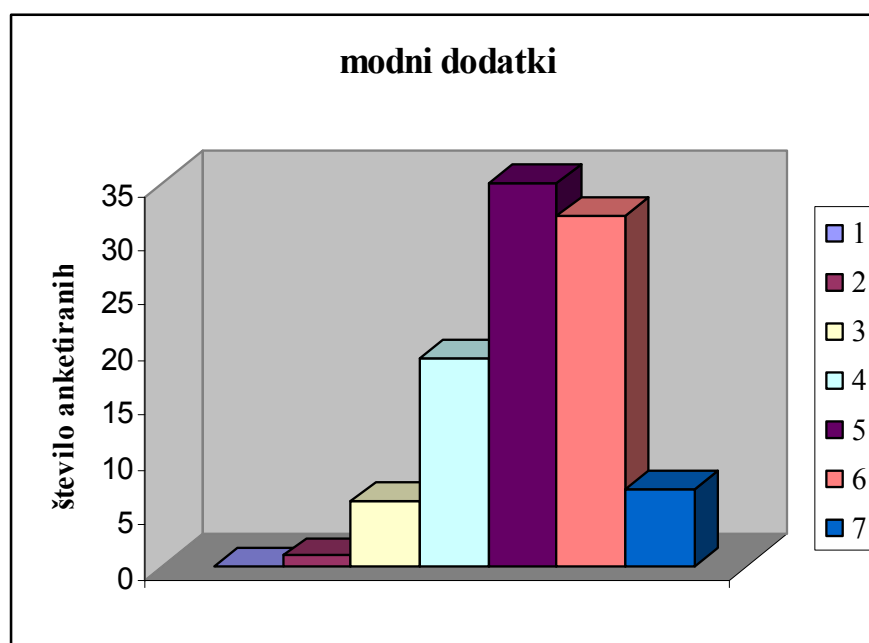
Trditev 5/6:

Tabela 10: pomembnost modnih dodatkov pri poslovni ženski

MODNI DODATKI SO PRI POSLOVNI ŽENSKI POMEMBNI						
1	2	3	4	5	6	7
0	1	6	19	35	32	7
100						

Vir: lastna raziskava

Graf 10: pomembnost modnih dodatkov pri poslovni ženski



Vir: Tabela 10

Modni dodatki spadajo v kategorijo, pri izbiri katerih moramo biti zelo pazljivi. Ta pojem zajema zelo široko paleto izdelkov, čeprav nekateri mislijo, da med modne dodatke spada zgolj bižuterija. Zelo pazljiva mora biti poslovna ženska pri izbiri ročnih torbic in torb ter ostalih dodatkov.

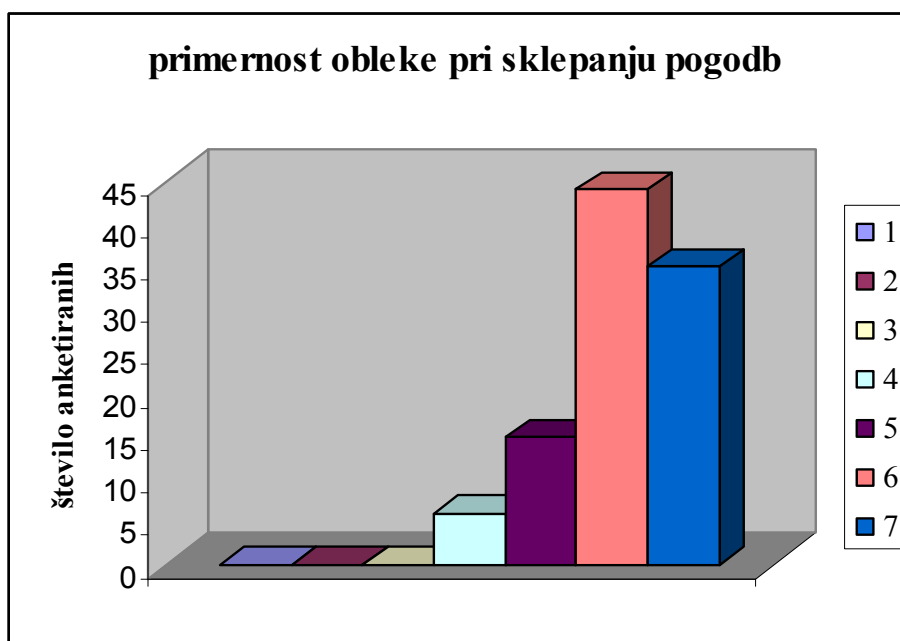
Trditev 5/7:

Tabela 11: pomembnost primernosti oblačila pri sklepanju pogodb

PRIMERNA OBLEKA JE POMEMBNA PRI SKLEPANJU POGODB						
1	2	3	4	5	6	7
0	0	0	6	15	44	35
100						

Vir: lastna raziskava

Graf 11: pomembnost primernosti oblačila pri sklepanju pogodb



Vir: Tabela 11

Da je primerna obleka pomembna za sklepanje pogodb, se je od 100 anketiranih 35 odločilo za število 7, 44 anketiranih za število pomembnosti 6, preostalih 21 pa za števila 5 in 4. To nam pove, da mora sklepanje pogodb še vedno potekati v izbranih oblačilih.

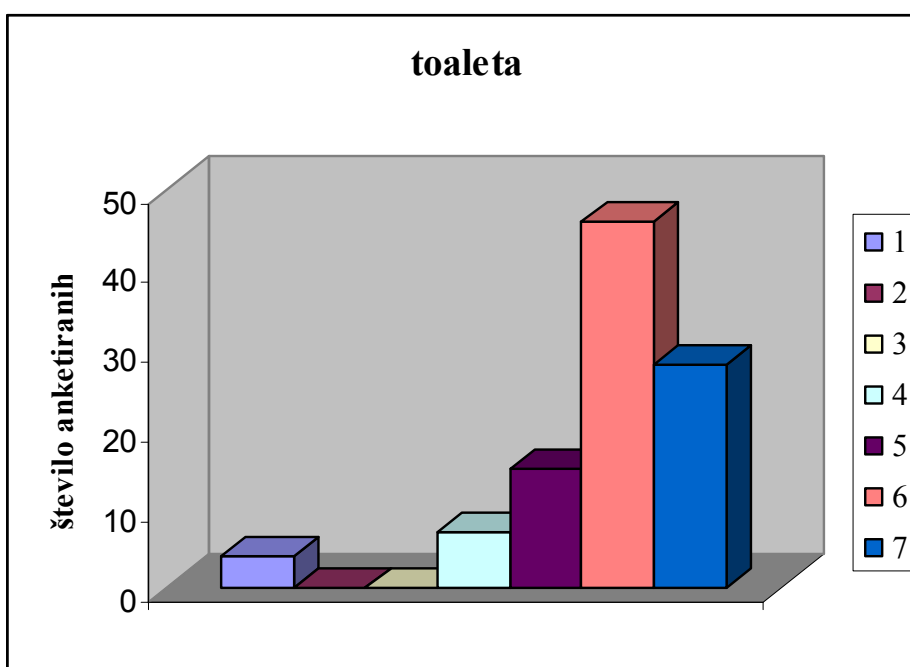
Trditev 5/8:

Tabela 12: pomembnost toaleta glede na čas dneva

TOALETA JE POMEMBNA GLEDE NA ČAS DNEVA						
1	2	3	4	5	6	7
4	0	0	7	15	46	28
100						

Vir: lastna raziskava

Graf 12: pomembnost toaleta glede na čas dneva



Vir: Tabela 12

Večerno toaleto kot pomemben faktor oblačenja morda vidi manj ljudi. Pač manj razmišljajo o tem, ali je jeans ustrezen za gledališče in za poslovni sestanek. Tudi ni, ustrezno nositi večerno obleko na dopoldanski sestanek. 46 % anketiranih je označilo pomembnost toaleta glede na čas dneva s pomembnostjo 6, 28 % s številom 7, 22 anketiranih s številoma 4 in 5, za 4 % pa toaleta glede na čas dneva ni pomembna.

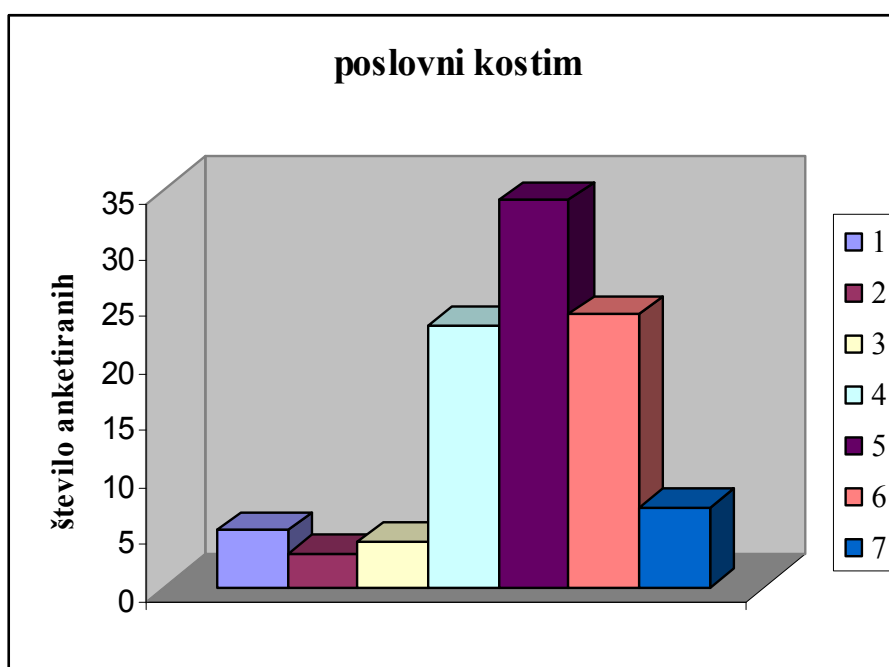
Trditev 5/9

Tabela 13: pomembnost kostimov pri poslovnih ženskah

POMEMBNO JE DA IMA POSLOVNA ŽENSKA OBLEČEN KOSTIM						
1	2	3	4	5	6	7
5	3	4	23	34	24	7
100						

Vir: lastna raziskava

Graf 13: pomembnost kostimov pri poslovnih ženskah



Vir: Tabela 13

Danes si lahko ženski poslovni kostim razlagamo nekoliko drugače. V konzervativnih časih je ženska lahko imela zgolj kostim izrazito strogih krojev. Danes je na voljo veliko več možnosti, saj je tudi konkurenca drugačna. Kostim je lahko enobarven ali večbarven in prav v tem je čar oblačenja ter stilske in barvne usklajenosti. 34 % anketiranih se je odločilo za število 5, 24 % za število 6 in le 7 % za število 7.

6. V sklopu vprašanj šestega poglavja so mi na 5 trditev odgovarjali z da, ne in z včasih

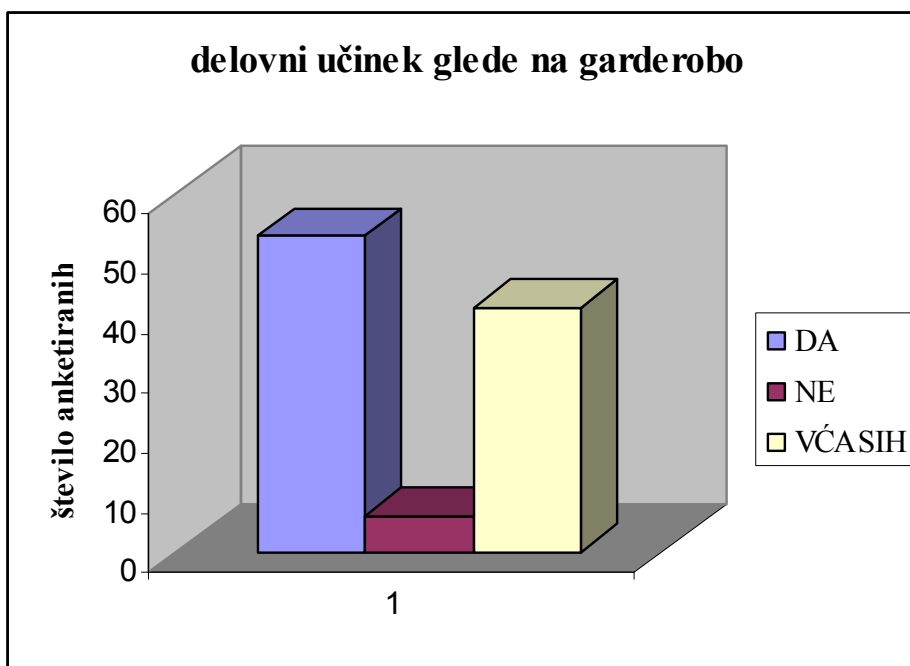
Trditev 6/1:

Tabela 14: večji delovni učinek zaradi lahkotnejše garderobe

ZARADI LAHKOTNEJŠE GARDEROBE VEČJI DELOVNI UČINEK		
DA	NE	VČASIH
53	6	41
100		

Vir: lastna raziskava

Graf 14: večji delovni učinek zaradi lahkotnejše garderobe



Vir: Tabela 14

Zaradi lahkotnejšega načina oblačenja predvsem v poletnih mesecih, vidimo, da se je 53 % anketiranih odločilo, da se višji delovni učinek dosega v lahkotnejši garderobi, 41 % anketiranih meni, da je tako samo včasih ter 6 % je anketiranih, ki se s tem ne strinja.

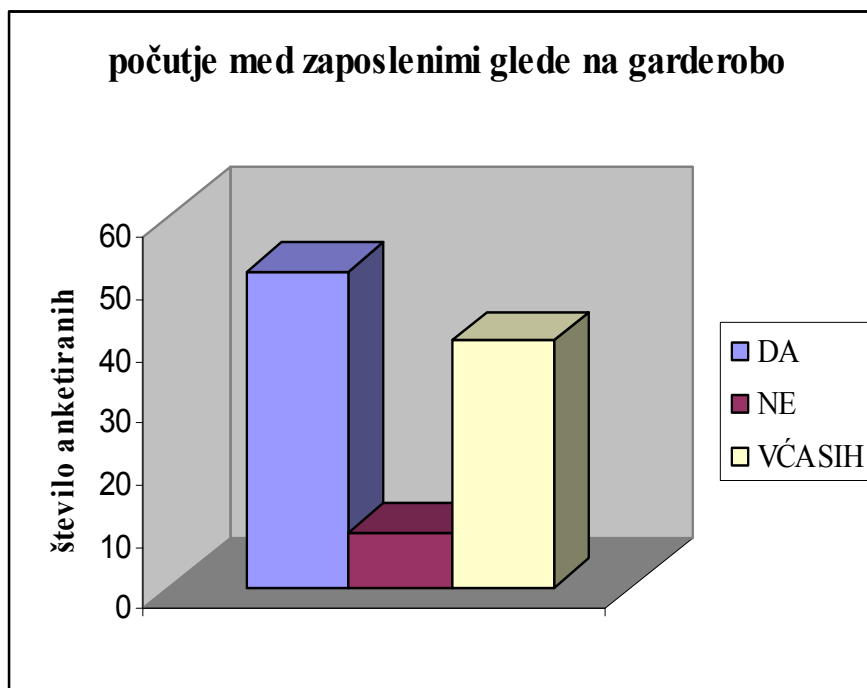
Trditev 6/2

Tabela 15: boljše počutje med zaposlenimi zaradi lahkotnejše garderobe

ZARADI LAHKOTNEJŠE GARDEROBE BOLJŠE POČUTJE MED ZAPOSLENIMI		
DA	NE	VČASIH
51	9	40
100		

Vir: lastna raziskava

Graf 15: boljše počutje med zaposlenimi zaradi lahkotnejše garderobe



Vir: Tabela 15

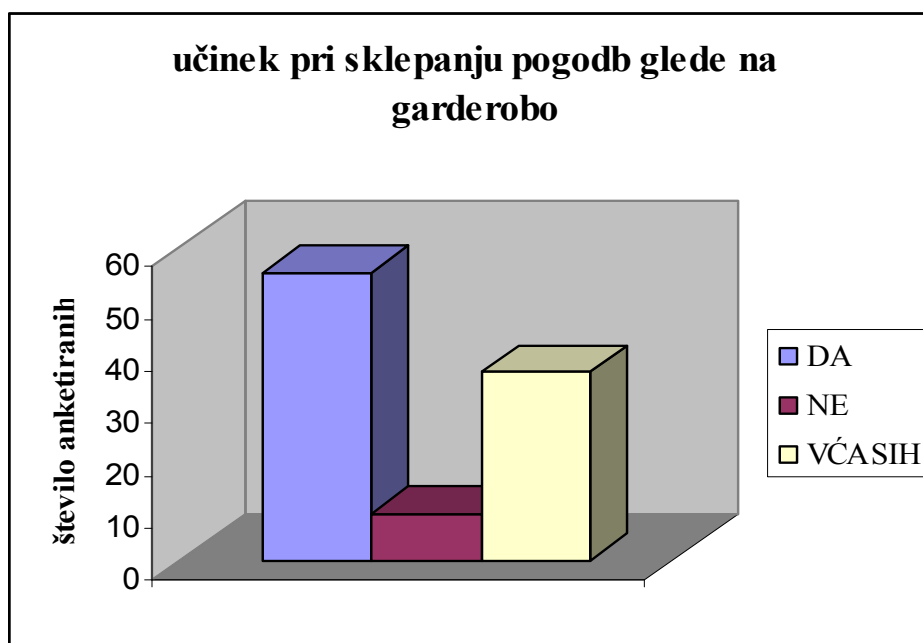
Nihče izmed nas nima rad konzervativnega oblačenja, saj se v lahkotnejši garderobi bolje počutimo, kar se odraža tudi pri delu in počutju med zaposlenimi. Kar 51 % anketiranih je odgovorilo, da je v lahkotnejši garderobi počutje zaposlenih boljše, 40 % anketiranih meni, da to drži samo včasih, 9 % anketiranih pa se s tem ne strinja.

Tabela 16: zaradi garderobe boljši učinek pri sklepanju pogodb

ZARADI SPREMEMB V POSLOVNEM OBLAČENJU BOLJŠI UČINEK PRI SKLEPANJU POGODB		
DA	NE	VČASIH
55	9	36
100		

Vir: lastna raziskava

Graf 16: zaradi garderobe boljši učinek pri sklepanju pogodb



Vir: Tabela 16

Ko se pogovarjamo o ženski poslovni, se da veliko povedati tudi o spodobnosti, prepovedih in neustreznostih. Tako 55 % anketiranih meni, da lahkotnejša garderoba pripomore pri sklepanju pogodb, 9 % anketiranih to zanika, 36 % anketiranih pa meni, da se to zgodi le včasih.

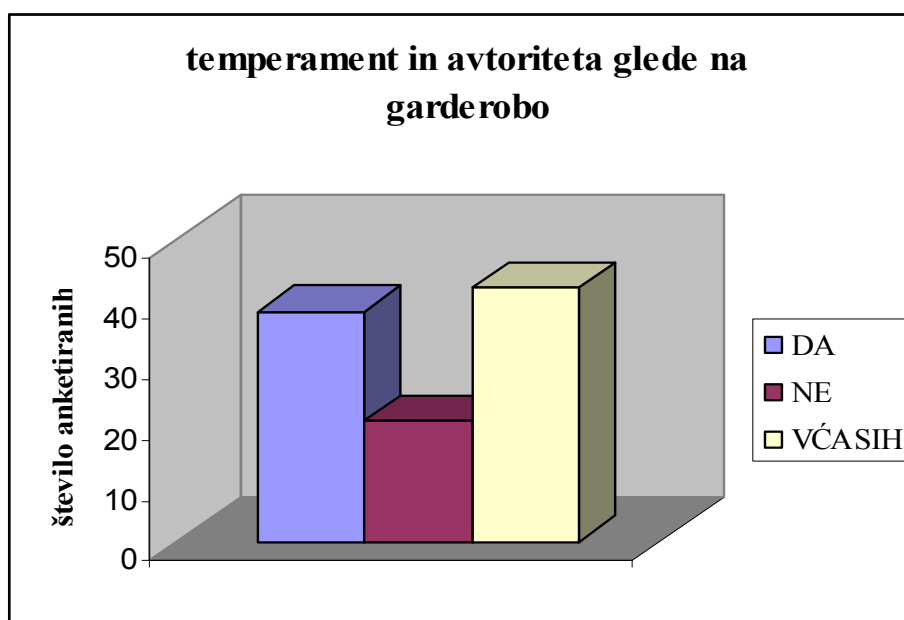
Trditev 6/4

Tabela 17: vpliv barve na avtoriteto in temperament poslovne ženske

ALI BARVA KAŽE TEMPERAMENT IN AVTORITETO POSLOVNE ŽENSKE		
DA	NE	VČASIH
38	20	42
100		

Vir: lastna raziskava

Graf 17: vpliv barve na avtoriteto in temperament poslovne ženske



Vir: Tabela 17

Tudi temperament in avtoriteta se kažeta z obleko. Temnejša kot je obleka, večjo avtoriteto izžarevate. Več kot je v vaši garderobi živahnih barv, živahnejši je tudi vaš temperament. Barve znajo vplivati tudi na naše razpoloženje. 38 % anketiranih meni, da sta temperament in avtoriteta razvidna iz obleke, 20 % anketiranih to zanika, 42 % anketiranih pa misli, da to drži le včasih.

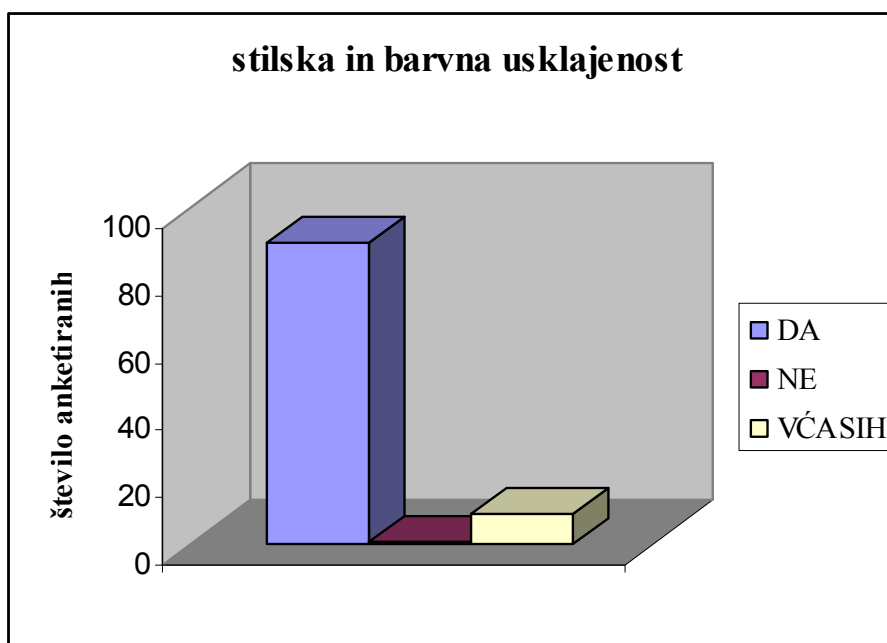
Trditev 6/5

Tabela 18: stilska in barvna usklajenost poslovne ženske

POSLOVNA OBLEKA MORA BITI STILSKO IN BARVNO USKLAJENA		
DA	NE	VČASIH
90	1	9
100		

Vir: lastna raziskava

Graf 18: stilska in barvna usklajenost poslovne ženske



Vir: Tabela 18

Da, res je. Še vedno je najpomembnejša stilska in barvna usklajenost poslovne obleke. Za to trditev se je odločilo kar 90 % anketirancev, 1 % anketiranih meni, da to ni pomembno in 9 % anketiranih meni, da je tako samo občasno.

7. V sklopu vprašanj sem izbrala tudi stile oblačenja, ki sem jih prav tako priredila v trditve, tokrat z odgovori manj primeren, primeren, zelo primeren in ne vem. Trditev je šest.

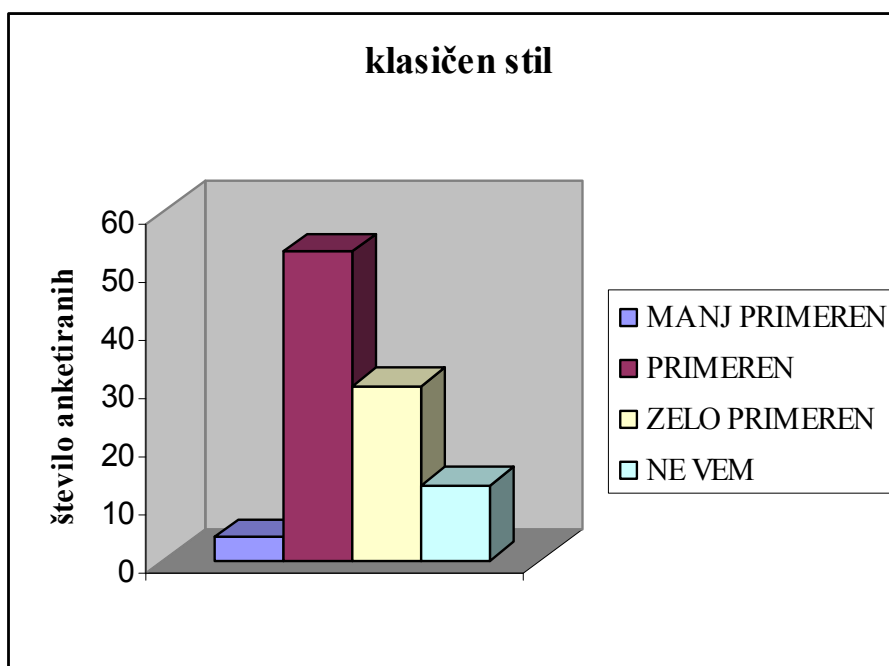
Trditev 7/1

Tabela 19: primernost klasičnega stila za poslovno žensko

KLASIČEN STIL JE PRIMEREN ZA POSLOVNO ŽENSKO			
MANJ PRIMEREN	PRIMEREN	ZELO PRIMEREN	NE VEM
4	53	30	13
100			

Vir: lastna raziskava

Graf 19: primernost klasičnega stila za poslovno žensko



Vir: Tabela 19

53 % anketiranih meni, da je klasičen stil oblačenja primeren za poslovno žensko, 30 % anketiranih meni, da je zelo primeren, 13 % jih ne ve ter 4 % menijo, da ni primeren. Kadar govorimo o stilih oblačenja poslovne ženske je klasičen stil primeren, vendar pa zna zveneti zelo konzervativno.

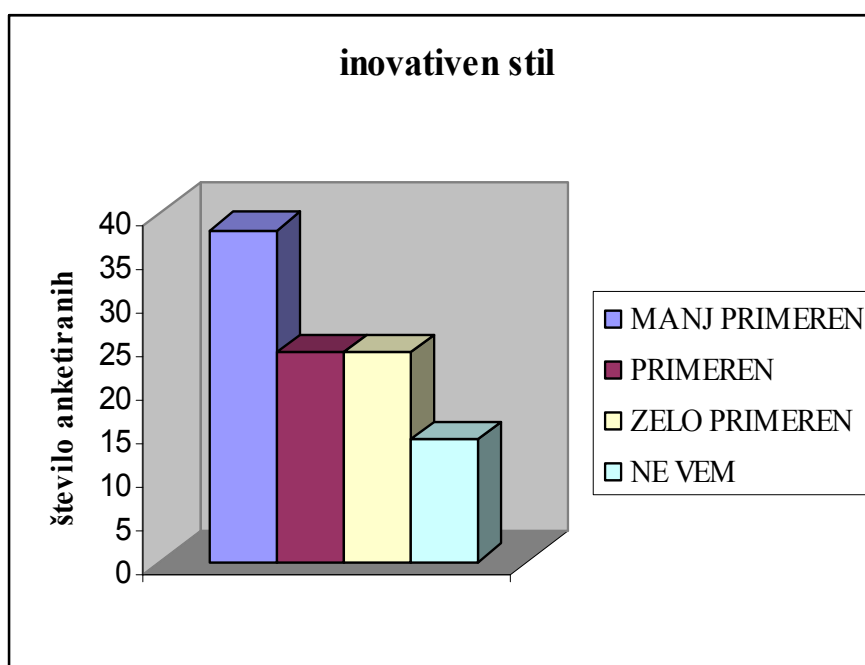
Trditev 7/2

Tabela 20: primernost inovativnega stila za poslovno žensko

INOVATIVEN STIL JE PRIMEREN ZA POSLOVNO ŽENSKO			
MANJ PRIMEREN	PRIMEREN	ZELO PRIMEREN	NE VEM
38	24	24	14
100			

Vir: lastna raziskava

Graf 20: primernost inovativnega stila za poslovno žensko



Vir: Tabela 20

Inovativni stil oblačenja je 38 % anketiranih označilo za manj primerne, 24 % za primerne in zelo primerne, 14 % anketiranih pa ni vedelo, kakšen stil oblačenja je to. Strinjam se s 38 % anketiranih, ki ga je označilo za manj primeren, saj se ta stil kaže s kombinacijami usnja in pletenin ter jeansa, žameta ipd.

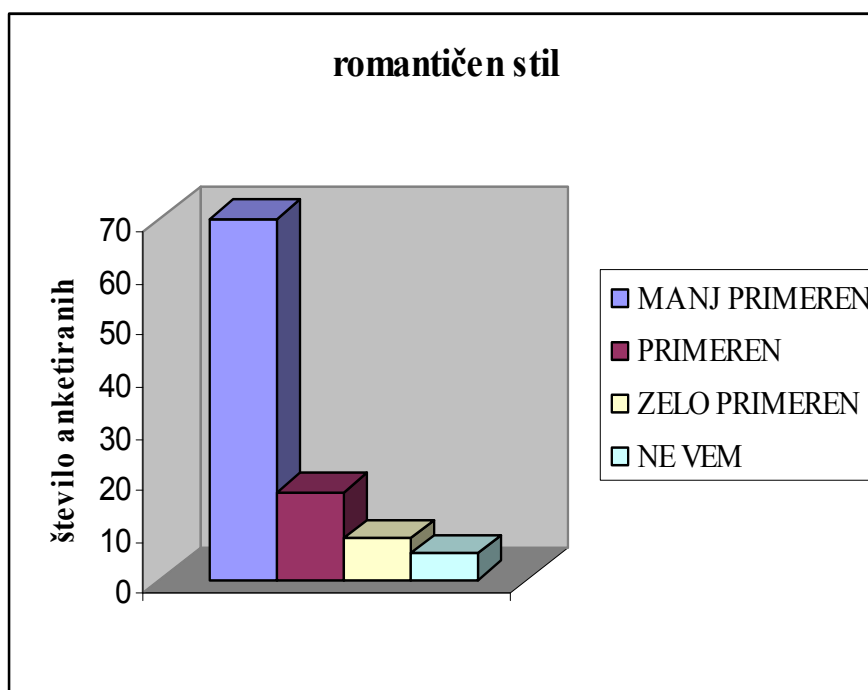
Trditev 7/3

Tabela 21: primernost romantičnega stila za poslovno žensko

ROMANTIČEN STIL JE PRIMEREN ZA POSLOVNO ŽENSKO			
MANJ PRIMEREN	PRIMEREN	ZELO PRIMEREN	NE VEM
70	17	8	5
100			

Vir: lastna raziskava

Graf 21: primernost romantičnega stila za poslovno žensko



Vir: Tabela 21

Tudi romantični stil oblačenja je 70 % anketirancev označilo kot neprimerne, 17 % za primerne, 8 % za zelo primerne, 5 % anketiranih se ni opredelilo. Strinjam se z 70 % anketiranih, ki so ta stil označili kot neprimerne, saj kljub temu, da prehajamo v lahkotnejšo garderobo moramo upoštevati nekatera pravila. K romantičnemu stilu spadajo prozorna oblačila, čipke, oprijete obleke z volančki, veliko izrazitega ličila, kar pa ne sodi v poslovni svet.

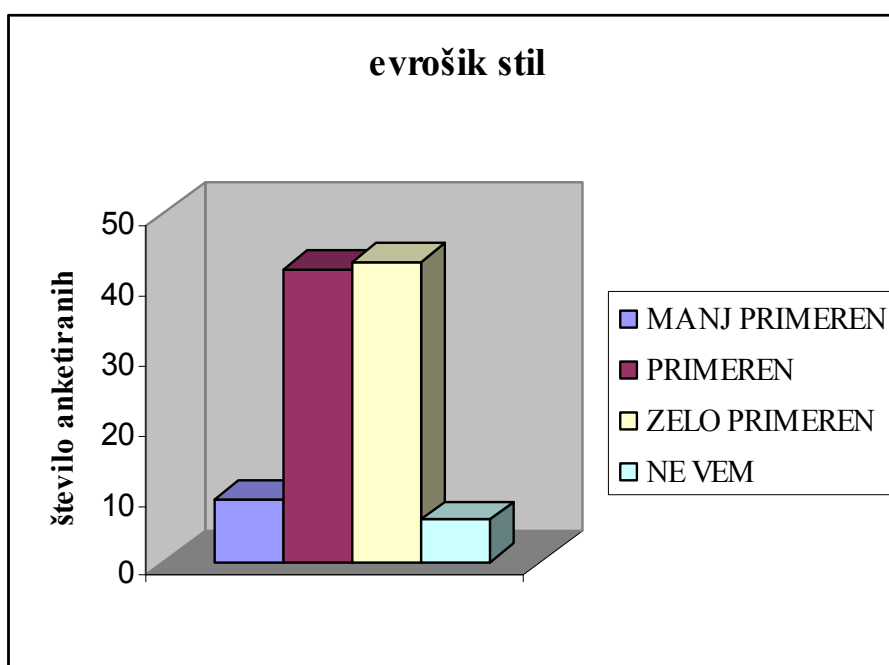
Trditev 7/4

Tabela 22: primernost romantičnega stila za poslovno žensko

EUROŠIK STIL JE PRIMEREN ZA POSLOVNO ŽENSKO			
MANJ PRIMEREN	PRIMEREN	ZELO PRIMEREN	NE VEM
9	42	43	6
100			

Vir: lastna raziskava

Graf 22: primernost romantičnega stila za poslovno žensko



Vir: Tabela 22

Evrošik stil je razmeroma mlad in ni toliko znan med ljudmi. Z 42 % so ga označili kot primernega in z 43 % kot zelo primernega, le 9 % anketiranih misli, da evrošik stil ni primeren za poslovno žensko, 6 % pa se ni opredelilo. Osebno sem mnenja, da je prav ta stil najprimernejši za vse priložnosti.

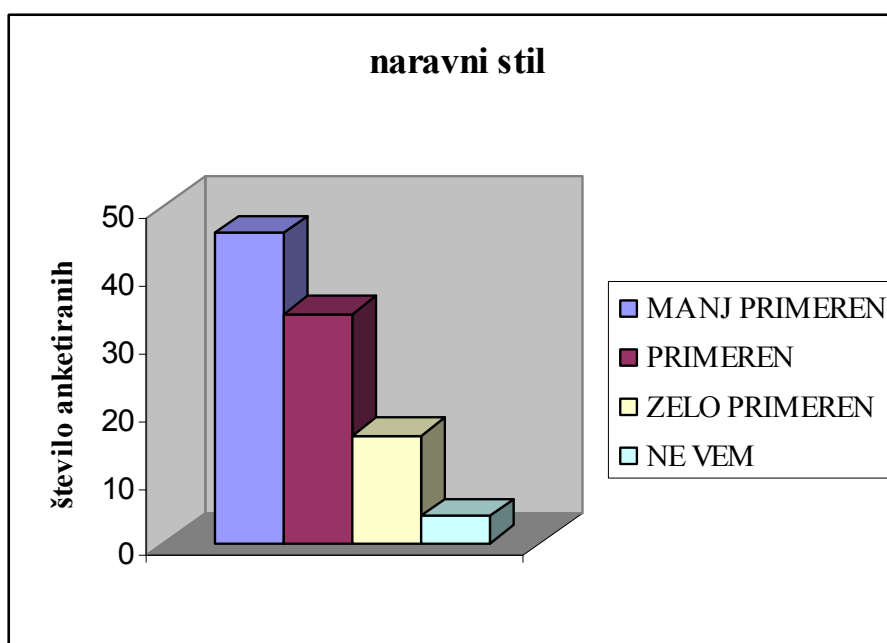
Trditev 7/5

Tabela 23: primernost naravnega stila za poslovno žensko

NARAVNI STIL JE PRIMEREN ZA POSLOVNO ŽENSKO			
MANJ PRIMEREN	PRIMEREN	ZELO PRIMEREN	NE VEM
46	34	16	4
100			

Vir: lastna raziskava

Graf 23: primernost naravnega stila za poslovno žensko



Vir: Tabela 23

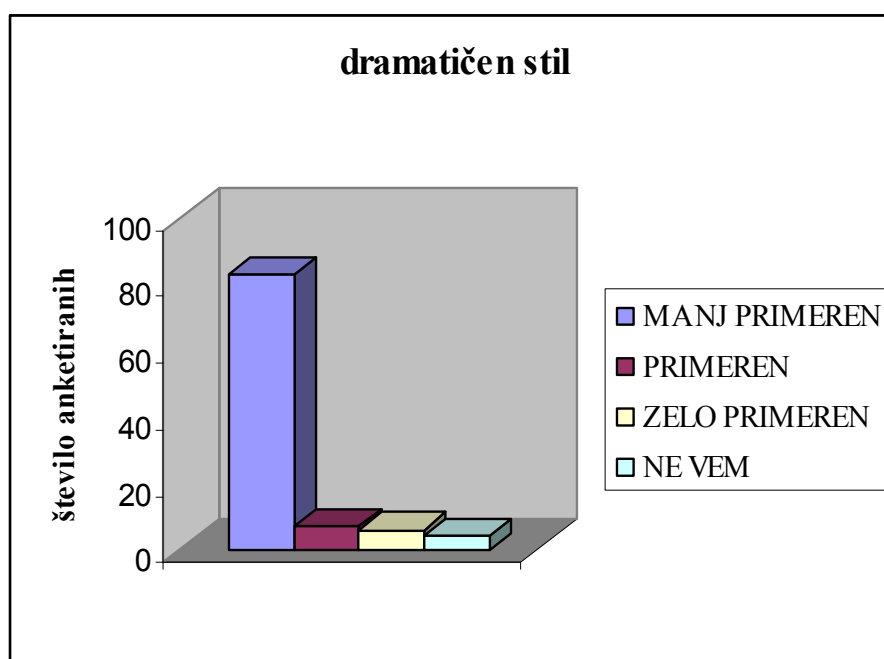
V naravnem stilu se najboljše počutimo doma, saj ni lepšega od natikačev, preproste obleke in malhe namesto torbice. Za poslovni stil oblačenja pa je popolnoma zgrešeno, zato se je 46 % anketiranih dobro odločilo, ko je mislilo, da ta stil ni primeren za poslovno žensko. 34 % anketiranih misli, da je to primeren stil, 16 % jih misli, da je zelo primeren stil in 4 % se niso mogli odločiti oziroma ne poznajo stila.

Tabela 24: primernost dramatičnega stila za poslovno žensko

DRAMATIČEN STIL JE PRIMEREN ZA POSLOVNO ŽENSKO			
MANJ PRIMEREN	PRIMEREN	ZELO PRIMEREN	NE VEM
83	7	6	4
100			

Vir: lastna raziskava

Graf 24: primernost dramatičnega stila za poslovno žensko



Vir: Tabela 24

Dramatičen stil oblačenja po mojem mnenju nikakor ne spada v poslovni svet. To se vidi tudi v rezultatih anketirancev, saj se jih je 83 % odločilo, da gre za neprimeren stil, 7 % da je stil primeren, 6 % da je zelo primeren. 4 % so ostali neopredeljeni.

8. SKLEP – ZAKLJUČEK

V obdobju svetovnega gospodarskega napredka, v obdobju višjega življenjskega in finančnega standarda ter ob boljši konkurenci na domačem trgu, smo ljudje veliko bolj aktivni, počutimo se bolj samozavestno, sproščeno, kar se kaže nenazadnje tudi v našem načinu življenja, razmišljanja in oblačenja. Včasih si nismo mogli zamisliti, da bi poslovna ženska imela oblečeno kaj drugega kot kostim zelo strogega kroja in barv. Danes smo z razmišljanjem in socializacijo uspeli, da se lahko ob upoštevanju nekaterih pravil oblačimo na drugače in vendar še vedno dostojno.

Kultura oblačenja ima svoja pisana in nepisana pravila. Ko imamo pred seboj nepisana pravila in se moramo odločati po instinktu, nse vedno moramo vprašati, za kakšno priložnost se oblačimo. S takim razmišljanjem oblikujemo svojo omiko, s tem pa tudi standarde svojega videza, kar je tudi odraz naše socializacije in odnosa do podjetja, ki ga predstavljamo.

Vpliv naše zunanje podobe in obnašanja o nas pove, kakšni smo do sebe, do drugih in do priložnosti, v kateri se nahajamo. S primerno obleko se predstavimo kamorkoli stopimo, hkrati pa izkazujemo spoštovanje do glasbenika, umetnika, poslovnega partnerja in konec koncev tudi spoštovanje do sebe.

Ko govorimo o videzu v poslovnem svetu, smo kljub prehajanju na lahkotnejšo, manj konzervativno oblačenje, vezani na nekatera pravila, ki pa vedno veljajo v poslovnem svetu. Upoštevati in prilagajati se moramo nekaterim pravilom in pričakovanjem, ki jih imajo podjetja do našega oblačenja. Ko prestopimo prag svojega podjetja, ne predstavljamo več samo sami sebe, ampak tudi podjetje, za katerega delamo.

Ne smemo pozabiti, da z obleko tudi komuniciramo. Obleka spada v neverbalno komunikacijo in včasih z njo povemo več, kot bi si želeli. Svoja čutenja, odnose, občutenja, videnja, svoje perspektive, svoja pričakovanja izražamo veliko močneje in pogosteje z neverbalno kot z verbalno komunikacijo.

Ves svoj delovni staž, to je 22 let, sem preživela v uniformi. To pa predstavlja zelo konzervativen način oblačenja, saj imamo s pravilnikom določeno, kako nositi predpisana oblačila. Gre za pisana pravila, ki jih mora upoštevati sleherni delavec, ki nosi uniformo. Pravila so zelo stroga in toga, kajti vsak se mora zavedati, da z nošenjem uniforme ne predstavlja več samo sebe, ampak je nekdo, ki zastopa podjetje.

V primeru nošenja uniforme, ko si obkrožen z ljudmi, ki so hkrati tudi stranke podjetja (v mojem primeru potniki), je treba nenehno paziti na urejenost oblačila, sebe, pa tudi na obnašanje, saj je vse to prvo ogledalo in prvi stik stranke ali odjemalca s podjetjem.

Kadar nimaš možnosti, da bi se v službo oblekel, kot si sam želiš, vedno hrepeniš po tem. Tudi sama sem vedno želela, da bi lahko oblekla kostim. Zato sem vedno opazovala predvsem ženske, kako se oblečejo za službo. To me je pripeljalo do zaključka, da danes niso več tako zelo konzervativno oblečene, saj sem jih videla prihajati v vseh stilih oblačenja, razen morda v dramatičnem stilu, ki pa je res primeren samo za doma. Ugotovila sem tudi, da ne nosijo hlačnih nogavic, enobarvnih kostimov, da soti lahkotnejših krojev in materialov in da so vedno več oblečene po trenutnih modnih trendih, pa vendar še vedno dovolj okusno za poslovne sestanke in sprejeme poslovnih partnerjev.

Mislim, da je v takšnem vzdušju, torej ob garderobi, ki je lahkotnejša, bolje delati, saj se oseba v obleki bolje počuti in tudi to vpliva na delovni učinek in posledično na boljše odnose med zaposlenimi.

Med analiziranjem ankete, ki sem jo dala v izpolnitev 100 naključnim izpolnjevalcem, sem prišla do zaključka, da tudi drugi opažajo, da se iz konzervativnega oblačenja prehaja na lahkotnejši način, kar se prav tako odraža tudi na delovnih mestih v službah in v odnosih med zaposlenimi.

Ljudje, ki so izpolnjevali ankete, so, enako kot jaz, nad tem navdušeni. Da je lahkotnejša garderoba prinaša boljši delovni učinek, je razvidno iz tabele in grafa 14 in da je boljše tudi počutje med zaposlenimi je razvidno iz tabele in grafa 15.

Zaposleni radi vidijo svoje nadrejene oblečene v lahkotnejše obleke, saj potem imajo občutek, da to ni njihov nadrejen in ne občutijo pred njim neke vrste straha. Anketirani so se opredelili, da naj bi poslovna ženska nosila ali klasičen stil oblačenja (tabela in graf 19) ali pa meni bližji in lahkotnejši stil je evrošik stil (tabela in graf 22).

Kljub temu, da imamo na voljo več stilov oblačenja in da je pomembno, kako smo oblečeni, je pomembna tudi osebna higiena, kar so anketiranci dokazali v tabeli in grafu 5.

Ko sem razmišljala o anketi in rezultatih mi je prišlo na misel, da je ljudem skoraj vseeno, kako si oblečen (seveda moraš biti barvno in stilsko usklajen), le da upoštevaš visok nivo osebne higiene. Ljudem je bolj pomembna to kot pa make up, nošenje nogavic ali kostima. Vendar pa še enkrat poudarjam, da v poslovnem svetu vladajo določena pravila, ki se jih moramo še vedno držati.

9. LITERATURA IN VIRI

1. Barnard Malcolm : Moda kot sporazumevanje, Založba Sophia, Ljubljana, 2005
2. Dorfles Gillo : Moda, Golden marketing, Zagreb, 1997
3. Dreo Zlatka : Pot v poslovni svet, IZZA, Slovenska Bistrica, 2003
4. Jelinek Žuži : Čar mode, Zagreb, 1971
5. Incze Georg : 100 vprašanj in odgovorov o dobrem obnašanju, Skriptorij KA, Radovljica, 1999
6. Instyle : Secret of style, New York, 2005
7. Kneževič Ana Nuša : Oljka, Didakta, Radovljica, 2001
8. Kneževič Ana Nuša : Se znamo obnašati, Mladinska knjiga, Ljubljana, 2006
9. Krašovec Pogorelčnik Mateja : Estetika oblačenja, Založništvo Pozoj, Velenje, 1997
10. Mihaljčič Zlatko : Poslovno komuniciranje, Maribor, Academia, 2007
11. O'hara Georgina : Enciklopedija mode, DZS, Ljubljana, 1994
12. O'hara Georgina : Fashion and fashion designers, New York, 2001
13. Osredečki Eduard in Amalija : Popolna sodobna tajnica, Lesce, 1995
14. Osredečki Eduard in Amalija : Sodobni bonton, Ljubljana, 1988
15. Priročnik lepega vedenja, Slovenska knjiga, Ljubljana, 2004
16. Sam Anej : Oblačenje, Jasa, Ljubljana, 2000
17. <http://www.cenim.se/139-a.html>, dne 03.08.2008
18. http://www.izzis.si/index.php?jos_change_template=izzis&option=com_content&task=view&id=35&Itemid=108, dne 14.07.2008
19. http://www.ednevnik.si/entry.php?w=jamnik&e_id=32366, dne 22.10.2007
20. <http://www.poslovni-bazar.si/index.php?mod=articles&group=23&page=4>, dne 16.09.2007
21. <http://www.odkrijsvojestil.si/predstavitev.html>, dne 18.06.2008
22. <http://kofetek.com/content/view/548/292/>, dne 28.06.2007
23. <http://www.lepotainstil.net/LepotainStil/zenske/index.htm>, 05.05.2008

PRILOGA

Pozdravljeni !

Sem Suzana Horvat in sem študentka Višje strokovne šole Academia Maribor. Ker končujem študij, bi za pripravo diplomske naloge z naslovom **Poslovna obleka ženske kot pomemben način komuniciranja** potrebovala nekaj odgovorov na vprašanja, ki se nanašajo na to temo. Z vašo pomočjo bi rada izvedela, koliko poznate poslovno oblačenje žensk, zato vas prosim, da odgovorite na zastavljena vprašanja. Zbrane podatke bom uporabila izključno za oblikovanje diplomske naloge.

Anketa je anonimna in jamčim za popolno tajnost podatkov.

1. SPOL ANKENTIRANCA

- a.) ženski b.) moški

2. STAROST ANKENTIRANCA

- a.) 20 – 30 let c.) 41 – 50 let
b.) 31 – 40 let d.) 51 in več let

3. IZOBRAZBA ANKENTIRANCA

- a.) osnovna šola
b.) srednja poklicna šola
c.) gimnazijski maturant
d.) višja strokovna šola
e.) visoka strokovna šola
f.) univerzitetna izobrazba
g.) magisterij
h.) doktorat

4. ALI JE V VAŠEM PODJETJU PREDPISAN NAČIN OBLAČENJA ? (uniforma)

a.) da

b.) ne

5. NASLEDNJE TRDITVE OZNAČITE PO POMEMBNOSTI OD 1 – 7 (1- ni pomembno, 7- zelo pomembno)

TRDITEV

1. Ali je pomembna osebna higiena poslovne ženske?	1	2	3	4	5	6	7
2. Ali je pomembna barvna usklajenost poslovne ženske?	1	2	3	4	5	6	7
3. Ali je pomembno, da poslovna ženska na sestankih v službi nosi hlačne nogavice?	1	2	3	4	5	6	7
4. Ali je pomembna stilska usklajenost poslovne ženske?	1	2	3	4	5	6	7
5. Ali je pomemben make up pri poslovni ženski?	1	2	3	4	5	6	7
6. Ali so pomembni modni dodatki (ura, nakit,..)pri poslovni ženski?	1	2	3	4	5	6	7
7. Ali je pomembna primerna obleka pri sklepanju pogodb?	1	2	3	4	5	6	7
8. Ali je pomembna toaleta glede na čas dneva?	1	2	3	4	5	6	7
1. Ali je pomembno, da ima poslovna ženska oblečen kostim (s krilom ali hlačni)?	1	2	3	4	5	6	7

6. OZNAČITE NASLEDNJE TRDITVE

TRDITEV

1. Zaradi lahkotnejše garderobe je delovni učinek višji.	DA	NE	VČASIH
2. Zaradi lahkotnejše garderobe je boljše počutje med zaposlenimi.	DA	NE	VČASIH
3. Zaradi sprememb je v poslovnem oblačenju boljši učinek pri sklepanju pogodb	DA	NE	VČASIH
4. Barva obleke kaže na temperament in avtoriteto poslovne ženske.	DA	NE	VČASIH
5. Poslovna obleka mora biti stilsko in barvno usklajena.	DA	NE	VČASIH

7. OZNAČITE NASLEDNJE TRDITVE (1 – manj primeren, 2 – primeren, 3 – zelo primeren, 4 – ne vem)

TRDITEV

1. Klasični stil je primeren za poslovno žensko.	1	2	3	4
2. Inovativni stil je primeren za poslovno žensko.	1	2	3	4
3. Romantični stil je primeren za poslovno žensko.	1	2	3	4
4. Evrošik stil je primeren za poslovno žensko (tu se uporabljajo modni detajli kot npr. razporek na hlačnicah, okrasne rute, posebne oblike ur, novi design torbic,...).	1	2	3	4
5. Naravni stil je primeren za poslovno žensko (pri tem stilu ženske prisegajo na udobnost, zato nosijo preproste obleke, malo nakita, udobne čevlje ali natikače,...).	1	2	3	4
6. Dramatični stil je primeren za poslovno žensko (pri tem stilu je čutiti pridih preteklosti, nosimo velike rute ali detajl, ki smo si ga prisvojili od babic. Kroji oblek so nenavadni)	1	2	3	4

Za izpolnitev ankete in vaš trud se vam iskreno zahvaljujem!