

Lucy Wang

Plus size –malliston suunnittelu

Case: Excuse My BonBon

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Vestonmi

Vaatetusalan koulutusohjelma

Opinnäytetyö

26.4.2016

Tekijä(t) Otsikko Sivumäärä Aika	Lucy Wang Plus size –malliston suunnittelu Case: Excuse My BonBon 50 sivua + 2 liitettä 26.4.2016
Tutkinto	Vestonomi
Koulutusohjelma	Vaatetusalan koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	
Ohjaaja(t)	Excuse My BonBonin omistaja ja suunnittelija Sari Hirvonen Lehtori Marja-Liisa Kauppinen
<p>Opinnäytetyön toimeksiantona on suunnitella plus size –naisille nuorekas mallisto, joka ottaa huomioon eri vartalotyypit ja näyttää hyvältä. Toimeksiantaja antoi tehtäväksi selvittää, millaisia vaatteita kuluttajat haluavat, mistä he niitä ostavat sekä millaisiksi he mieltävät Excuse My BonBonin jo olemassa olevat tuotteet.</p> <p>Kyselyistä selvisi, että kuluttajat olivat tyytymättömiä plus size –vaatteiden tarjontaan, vaatteiden väreihin, materiaaleihin ja malleihin. Vastaajat halusivat istuvia, omalle vartalolleen sopivia, hyvänmallisia ja nuorekkaita vaatteita.</p> <p>Malliston suunnittelua tukemassa on yksityiskohtien mittasuhteiden tutkiminen, josta sain kerättyä aineistoa sekä kyselyn että tekemälläni protojen avulla. Yksityiskohtien protot sovitin mallin päälle, jotta sain käsityksen, miltä ne näyttävät todellisuudessa.</p> <p>Kyselyn saaduista tuloksista, mittasuhteet tutkimusten ja kirjallisuuden pohjalta suunnittelin pienen kokoisen malliston, jonka kohderyhmänä ovat 40 – 54 kokoiset nuoret naiset. Suunnittelussa on otettu huomioon eri vartalotyypit, mitkä materiaalit sopivat tuotteisiin, millaisia sommitelmallisia ratkaisuja on tehtävä saadakseen lopullisen malliston. Lopullisessa mallistossa on 7 tuotetta: Kaksi mekkoa, haalari, takki, yläosa ja kahdet housut.</p>	
Avainsanat	Plus size, suunnittelu, mittasuhteet, kysely, pukeutuminen

Author(s) Title Number of Pages Date	Lucy Wang Designing a plus size collection Case: Excuse My BonBon 50 pages + 2 appendices 26 april 2016
Degree	Bachelor of Fashion and Clothing
Degree Programme	Fashion and clothing
Specialisation option	
Instructor(s)	Sari Hirvonen, designer and owner of Excuse My BonBon Marja-Liisa Kauppinen, Senior Lecturer
<p>The assignment for this thesis is to design a collection for young plus size women. Emphasis was placed on taking different body shapes into account. The client wanted me to make a questionnaire where I would find out what kind of clothes consumers wanted, where they usually shop and what they thought of Excuse My BonBons' existing range.</p> <p>The result of the questionnaire was that consumers are unhappy with the selection the colors, the materials and the designs of plus size clothing. People responding the questionnaire wanted youthful clothes that fit their body type</p> <p>I also did a study where I investigated how certain details would work in different scales. I did that by questionnaire and by making prototypes of said details. The prototypes were fitted onto a size 54 fit model to see how the details would look on a real person.</p> <p>With the results of the questionnaire, the study of details and literature of the subject, I designed the final collection. The collection is designed for young women of sizes 40-54 where the final designs are made keeping in mind different body types, the materials suitable for the products, and what kind of compositions work the best for each garment. The final collection has 7 garments in total: two dresses, a jumpsuit, a jacket, a top and two trousers.</p>	
Keywords	Plus size, design, proportions, inquiry, dressing

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Opinnäytetyön lähtökohdat	3
2.1	Aiheen rajaus	4
2.2	Tutkimusmenetelmä	4
2.3	Viitekehys	5
3	Kysely	6
3.1	Kyselytulokset	6
3.1.1	Taustaa	7
3.1.2	Ostotottumuksista	8
3.1.3	Inspiraatiot pukeutumisessa	13
3.1.4	Mittasuhteet	14
3.1.5	Mielipidekysely	21
3.2	Tulosten korrelointi	29
3.3	Avoin kommentointi	33
4	Yksityiskohtien tutkiminen	34
4.1	Herrainkaulus	35
4.2	Paitakaulus	36
4.3	"Kohoava" pääntie	36
4.4	Tulppaanihiha	37
4.5	Paikkatasku	38
4.6	Vetoketjutasku	39
5	Vartalotyypit ja niiden pukeminen	40
5.1	A-vartalo	41
5.2	H-vartalo	41
5.3	X-vartalo	41
5.4	Y-vartalo	42
5.5	O-vartalo	42
6	Malliston suunnittelu	42
6.1	Plus size –mallisto	44
6.2	Kuosien suunnittelu ja värien valinta	45

6.3	Kankaiden valinta	45
6.4	Lopulliset mallit	46
7	Pohdinta	47
	Lähteet	49

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Liite 2. Sähköpostihaastattelu

1 Johdanto

Opinnäytetyöni inspiraation takana on kaksi elämäni suurnaista, äitini ja anoppini. Äitini on noin kokoa 46 ja pukeutuu aina tummiin vaatteisiin, ei uskalla käyttää värejä eikä siirtyä ulos omalta mukavuusalueeltaan. Anoppini on taas toista ääripäätä. Hän käyttää kokoa 50, pitää sekä vaaleista että kirkkaista väreistä, uskaltaa kokeilla uutta muttei kuulemma löydä helposti haluamaansa vaatekaupoista. Näiden kahden naisen sekä monien heidän kaltaistensa naisten takia halusin tehdä tämän opinnäytetyön.

Olin jo vaatetusopinnojen alkuvaiheessa kiinnostunut plus size –vaatteiden suunnittelusta. Isommille naisille suunniteltaessa on omat haasteensa. Pienikokoisille suunniteltaessa ei vartalon muotoja tarvitse ottaa niin paljon huomioon, ja usein laihat näyttävät hyvältä lähes kaikissa vaatteissa (Vine 2015). Viime kesänä ollessani anoppini kanssa aloimme keskustella opinnoistani ja opinnäytetyöni aiheesta. Hän ehdotti plus size -aihetta, ja sanoi, että on huomannut, ettei kaupoista löydy plus size -naisille asiallisia, naisellisia ja siistejä vaatteita, joita haluaisi ostaa.

Valitsin aiheen opinnäytetyölleni kauan ennen kuin minulla oli yhteistyöyritys. Oli jännittävää ja hieman haasteellista etsiä yritystä, joka tarjoaa plus size –vaatteita ja haluaa tehdä kanssani yhteistyötä. Monien vastaamattomien ja kieltävien sähköpostien jälkeen löysin onnekseni yrityksen nimeltä Excuse My BonBon, joka vastaa omia näkemyksiäni sekä plus size –vaatetuksesta että suunnittelufilosofiastani. Excuse My BonBon -naiset eivät nimittäin pyydä anteeksi olemassaoloaan vaan elävät täysillä herkutellen (Hirvonen 2015a).

Excuse My BonBon on vuonna 2014 perustettu yhden naisen yritys, joka tarjoaa klassisia ja ajattomia vaatteita kurvikkaille naisille, joiden koot ovat 40:n ja 54:n välillä. Tuotemerkillä ei ole erikseen määriteltyjä sesonkeja, sillä vaatteita on tarkoitus voida käyttää sekä keväällä että syksyllä helposti sukahousujen denierinä vaihtamalla. Yrityksen kohderyhmä on tällä hetkellä yli 30-vuotiaat työssä käyvät naiset, jotka kaipaavat tyylikästä ja edustavaa vaatetusta. Merkki myy vaatteitaan enimmäkseen nettikaupassaan sekä markkinoi niitä erilaisissa messutapahtumissa. Omistaja Sari Hirvosen mukaan vaatteet ovat saaneet lämpimän vastaanoton. (Hirvonen 2015c.)



Kuvio 1. : BonBon –nainen

Yrityksen toimeksianto opinnäytetyölleni on tehdä yli 25-vuotiaille nuorekkaampi ja hieman rockahtavampi mallisto jo valmiina olevan kypsemmän ja klassisemmän malliston rinnalle. Toimeksiantaja on myös toivonut, että tekisin markkinatutkimuksen nuorten plus size –naisten ostotottumuksista; mistä he saavat inspiraationsa pukeutumiseensa, millaisia vaikutuksia sosiaalisilla medialla on pukeutumiseen ja mitä he ajattelevat nykyisen malliston tuotteista. (Hirvonen 2015d.)

Tämän opinnäytetyön tehtävänä on selvittää, minkälaisia vaatteita plus size –naiset haluaisivat nähdä markkinoilla, tutkia ja kokeilla, mistä nämä naiset hakevat inspiraationsa, ja missä ja miten he ovat tottuneet tekemään ostoksensa. Lopuksi teen vielä tutkimuksen siitä, miten vaatteiden yksityiskohdat toimivat suurimmassa koossa, ja jos eivät toimi, korvaavista vaihtoehtoista.

Tutkimusmenetelmänä olen työssäni käyttänyt kvantitatiivista tutkimusta. Aineistoa keräsin kyselyn avulla, johon vastasivat yli 25-vuotiaat naiset joiden vaatekoko on 40 tai sitä suurempi. Kyselyssä kysytään perustietojen lisäksi ostotottumuksista ja siitä,

mistä vastaajat saavat inspiraationsa pukeutumiseen, monivalintakysymyksiä mittasuhteiden miellyttävyydestä sekä mielipiteitä Excuse My BonBonin jo olemassa olevista tuotteista. Kyselytulokset avaan luvussa 3.1. Sain myös ihmisiltä kommentteja aiheesta Facebookin avoimessa kommenttikentässä, jota käsittelemän lisää luvussa 3.3. Kysely ja ihmisten kommentit Facebookissa tukevat toiminallista osuutta eli lopullista mallistoa. Tulen analysoimaan määrällisen tutkimuksen käyttämällä regressioanalyysia. Tutkimusmenetelmästä tulen käsittelemään tarkemmin luvussa 2.2.

Kyselyn pohjalta olen korreloinut tulokset iän perusteella, luvussa 3.2. Tutkin miten yksityiskohtien mittasuhteet toimivat suuressa koossa luvussa 4 ja miten eri vartalo-tyyppejä tulisi pukea luvussa 5. Mallistoa ja sen suunnittelua käsittelemän tarkemmin luvussa 6, jossa kerron tarkemmin miten hyödynnän kyselystä saatuja kommentteja suunnittelussani, mistä saan inspiraationi, millaisia kankaita tulen valitsemaan ja millaiset ovat lopulliset mallit.

Käytän opinnäytetyössäni termiä plus size ja pluskoko, mutta yritys tarjoaa vaatteita kurvikkaille naisille. ”Isokokoinen” ja ”lihava” ovat minun mielestäni negatiivisia termejä, ja ”kurvikas” ei mielestäni kuvaa tarpeeksi hyvin kaikkia vartalotyyppiejä. Naisia on monen mallisia ja muotoisia, ja plus size -naiset voivat olla pyöreitä, suorita tai kurvikkaita. Käyn läpi opinnäytetyössä erilaisia vartalotyyppiejä ja sitä, miten niitä pitäisi pukea. Haluan opinnäytetyön mallistossa ottaa huomioon kaikki vartalotyyppit, joten plus size tai pluskoko ovat sen takia osuvampia termejä.

2 Opinnäytetyön lähtökohdat

Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen mukaan 90-luvun loppupuolella suomalaisen paino on lähtenyt nousuun. Kehitys on viime vuosikymmenen aikana hidastunut, mutta ylipaino ja lihavuus ovat silti yleistä Suomessa. Tutkimuksen mukaan ylipainoisia (BMI ylittää $25 \text{ kg} / \text{m}^2$) aikuisia on yli puolet, ja joka viides voidaan luokitella lihavaksi (BMI ylittää $30 \text{ kg} / \text{m}^2$). (Terveiden ja hyvinvoinnin laitos 2015.)

Lihavuuden määrä noustessa kuluttajilla on vaikeuksia löytää itselleen sopivia vaatteita, tarjonnan puutteen takia (MTV 2012). Yhä useammat vaateyritykset tarjoavat pluskokoisia ja erikoismitotteisia vaatteita, mutta tuttujen ja muualta kuultujen kertomusten mukaan, suuremmille naisille tarkoitetut vaatteiden tarjonta ovat edelleenkin lastenken-gissä. Vaatteet ovat heidän mukaan epäimartelevia, vanhahtavia ja värittömiä. Halusin

suunnitella malliston heille, jotka haluavat nuorekkaita, imartelevia vaatteita, jotka eivät peitä vaan korostavat vartaloa.

2.1 Aiheen rajaus

Kun lähdin tekemään opinnäytetyötä, tavoite oli selkeä: suunnitella plus size –mallisto naisille. Toimeksiantaja pyysi, että tekisin kyselyn tukeakseni malliston suunnittelua. Kyselyn avulla voin selvittää millaisia vaatteita asiakkaat haluaisivat nähdä tulevaisuudessa, ja miten he haluaisivat pukeutua. Tavoitteena oli myös kerätä mielipiteitä yrityksen jo olemassa olevista tuotteista. Vaatteiden yksityiskohtien mittasuhteita tutkin tekemällä niistä protokappaleet ja kokeilemalla niitä mallin päällä. Lopuksi tein luonnokset vaatteista ja kuoseista kerättyjen mielipiteiden ja omien inspiraatioideni pohjalta.

Rajasin työni pelkästään suunnitteluun, mutten keskittynyt tässä työssä siihen, miten trendit vaikuttavat vaatteisiin, koska toimeksiantona oli suunnitella vaatteita joita voi käyttää sesongista toiseen. Koska työni perustuu ainoastaan suunnitteluun, en myöskään ohjeista tai kaavoita tuotteita. Teen opinnäytetyötä tutkimuskysymyksellä: Millä yksityiskohdilla ja toimivilla sommitelmallisilla ratkaisulla saisin aikaiseksi kaupallisen ja plus size –naisille houkuttelevan malliston.

2.2 Tutkimusmenetelmä

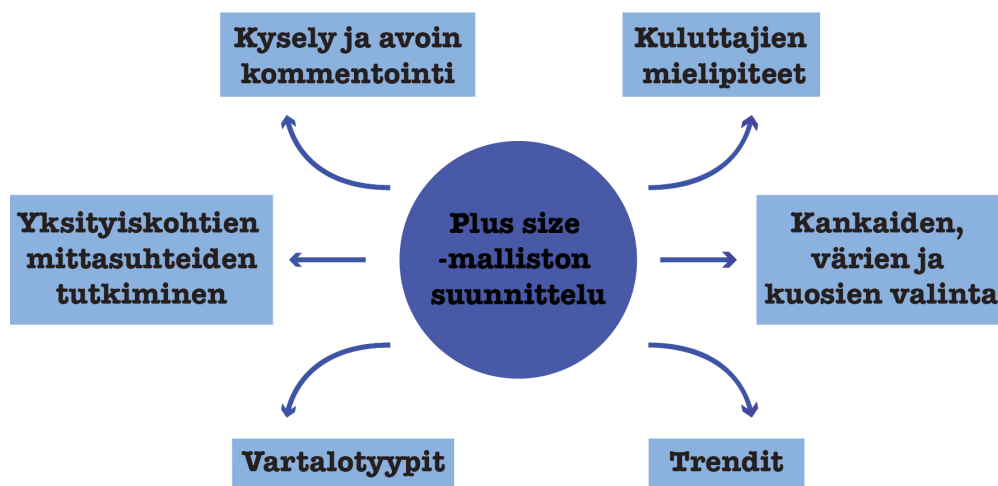
Opinnäytetyöni on kaksiosainen. Ensimmäisessä osassa teen määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusta kyselyn avulla. Sen pohjana ovat toimineet aiempien opinnäytetöiden ja kirjallisuuden johtopäätökset ja teoriat. Menetelmään kuuluu tulosten esittäminen taulukkomuodossa sekä kohderyhmän tarkka valinta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 136.) Tässä tapauksessa kohderyhmänä ovat pluskokoiset naiset.

Tulokset analysoidaan regressioanalyysin avulla, joka yrittää selvittää parhaan vaihtoehdon mahdollisista joukosta (Anttila 2005, 256). Tulen myös tekemään tulosten perusteella korrelatiivisen tutkimuksen, joka tutkii kahden ilmiön yhteyttä (Anttila 2005, 254). Esimerkiksi sitä, mistä tietyn ikäiset vastaajat ostavat vaatteitaan. Korrelaatio ei tutki sitä, miten jokin asia vaikuttaa toiseen, vaan muuttujien sisäisiä vaihteluita ja sitä, miten ne ovat yhteydessä toisiinsa (Anttila 2005, 254).

Opinnäytetyön toinen osa on toiminnallinen, jonka lopullinen tuote on mallistokansio (Vilkkä & Airaksinen 2003, 51). Tulen toiminnallisessa osassa miettimään, millaisia ratkaisuja tulen vaatteiden osalta tekemään, ja huomioin lopullisissa tuotteissa myös kyselystä saatua tietoa. Tulen määrittelemään kohderyhmän, värimaailman sekä mallistossa käyttämäni materiaalit (Vilkkä & Airaksinen 2003, 51).

2.3 Viitekehys

Opinnäytetyön lähtökohdat voidaan havainnollistaa viitekehyksellä (Anttila 2005, 167) Viitekehys kuvaa opinnäytetyön tehtävät, tutkimukset ja kuinka rajaan opinnäytetyön.



Kuvio 2. : Viitekehys

Opinnäytetyön lähtökohtana ovat kuluttajien mielipiteet. Kvantitatiivinen tutkimus on toteutettu kyselyn ja avointen kommenttien avulla. Yksityiskohtien mittasuhteita tutkimalla selvitän, mitkä yksityiskohdat toimivat suurimmassa koossa, ja mitkä eivät. Analysoimalla eri vartalotyyppejä saan lisää tietoa siitä, miten niitä tulisi pukea, ja millaisia sommitelmallisia ratkaisuja tulisi käyttää. Trendejä tutkimalla saan aikaiseksi ajankoh-
 taisen ja muodikkaan kokonaisuuden. Lopuksi jää kankaiden, värien ja kuosien valita jotta mallistosta tulee mielenkiintoinen ja kaupallinen. (Kuvio 2.)

3 Kysely

Kysely on tehty internetissä Google Formsin avulla. Valitsin Google Formsin sen käytöstävällisyyden takia. Kysely on jaettu Facebookissa sekä omalla sivullani että kahdessa plus size -naisten kirpputoriryhmässä; Isotlikat ja isosisko. Valitsin Facebookin sen monipuolisen formaatin takia, sekä käyttäjän suuren määrän vuoksi. Tämän takia kysely sai nopeasti vastaajia.

Kysely koostui viidestä osasta. Ensimmäisessä osassa kysytään vastaajien ikää ja vaatekokoa, toisessa kysytään ostotottumuksista, kolmannessa pukeutumistottumuksista ja inspiiraatiosta pukeutumisen takana. Neljännessä kysyttiin mielipiteitä yksityiskohtien mittasuhteista ja viimeisessä osassa kysytään mielipiteitä Excuse My BonBonin tuotteista.

Mittasuhteiden arvioiminen oli osa tutkimustani, jossa tutkin yksityiskohtien mittasuhteiden toimivuutta suurimmissa ko'issa. Keskustelin myös Facebook-ryhmien jäsenten kanssa kommenttiosiossa, sillä monilla tuntuu olevaan jotain sanottavaa aiheesta. Näiden kyselyjen avulla osasin suunnitella tuotteitani kuluttajien toiveiden mukaan. Kyselyyn vastasi yhteensä 629 naista.

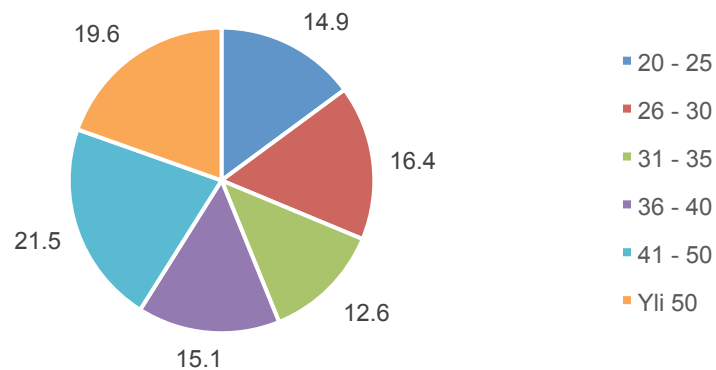
3.1 Kyselytulokset

Julkaisin kyselyn keskiviikkona 17.2.2016 ja suljin kyselyn sunnuntaina 21.2.2016 saatua 629 vastausta. Suunnitelmissa oli saada 300 vastausta tai pitää kyselyä 2 viikkoa avoinna. Laitettuani kyselyn Facebookin kahteen pluskokoisten kirpputoriryhmään sain muutaman tunnin sisällä niin paljon vastauksia, että päätin sulkea kyselyn odotettua aikaisemmin. Kysely löytyy liitteestä 1.

Kyselyn tulokset on esitetty alla olevilla ympyrä- ja pylväskaavioilla. Ympyräkaaviot kuvastavat niitä kysymyksiä johon voi vastata yhteen vaihtoehtoon, kun pylväskaaviot kuvastavat vastausmääriä kun vaihtoehtoja sai valita enemmän kuin yksi. Tuotteiden kiinnostavuutta koskevissa kysymyksissä olen käyttänyt pylväskaavioita ympyräkaavioiden sijasta. Pakolliset kysymykset on merkitty punaisella tähdellä ja tulokset on analysoitu suuruusjärjestyksessä joko prosentteina tai vastaajien määränä. Käsittelen tulosten korrelaatiota luvussa 3.2.

3.1.1 Taustaa

Ikä:

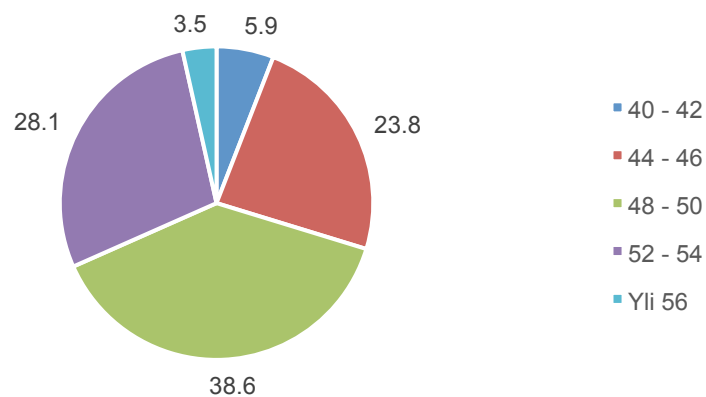


Kuvio 3. *Kuinka vanha olet? (valitse yksi)

Suurin vastaajajoukko olivat 41 – 50-vuotiaat, joka käsittää 21,5 % kaikista vastaajista. Yli 50-vuotiaita oli 19,6 % vastaajista, 26 – 30-vuotiaita oli 16,4 %, 36 – 40-vuotiaita 15,1 %, 20 – 25-vuotiaita 14,9 % ja 31 – 35-vuotiaita 12,6 % vastaajista. (kuvio 3)

Vastaajien iät jakaantuivat melko tasaisesti, todennäköisesti sen takia, koska jaoin kyselyn sellaisiin Facebook-ryhmiin, joissa on kaikenikäisiä jäseniä. Toinen syy iän tasaiseen jakaantumiseen voi johtua siitä, että lisäsin kyselyn ryhmään sunnuntaina, jolloin voisi kuvitella, että kaikilla on silloin vapaapäivä ja aikaa on muun muassa internetin selailuun.

Koko:



Kuvio 4. *Mitä vaatekokoä käytät? (valitse 1)

Vaatekokoja 48 - 50 käytti 38,6 % vastaajista, kokoja 52 - 54 käytti 28,1 % vastaajista, kokoja 44 - 46 käytti 23,8 % vastaajista, kokoja 40 - 42 käytti 5,9 % vastaajista ja kokoa 56 tai suurempaa käytti 3,5 % vastaajista. (kuvio 4)

Suurin osa vastaajista ovat 44 - 54 kokoisia naisia. Alle 42 ja yli 56 kokoisia naisia oli yhteensä 9,4 % kaikista vastaajista. Tulos voidaan selittää osittain Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen tekemällä tutkimuksella, jossa yli puolet aikuisista on ylipainoisia ja joka viiden luokitellaan lihavaksi (Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2015). Suoraan ei voida verrata kyselyn vastauksia Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen tekemää tutkimukseen, koska vaatekoko ei aina kerro miten kookas ihminen on. Vaatteiden koot eivät ole standardeja, ja käytetty koko riippuu paljolti ihmisen vartalotyypistä ja vaateen mallista.

3.1.2 Ostotottumuksista



Kuvio 5. a) *Mistä yleensä ostat vaatteitasi? (Valitse enintään kolme)

Suurin osa vastaajista osti vaatteensa ketjumuymälöistä ja nettikaupoista. 256 vastaajaa osti kirpputoreilta, 177 osti kivijalkamyymälöistä tai putiikeista, 60 vastaajaa teettävät vaatteessa tai tekevät ne itse ja 28 vastaajaa kertoi ostavansa vaatteensa muualta. (Kuvio 5)

Nettikaupat ja ketjumuymälät saivat eniten valintoja. Nettikauppoja käytetään luultavimmin sen takia, koska se mahdollistaa ulkomailta ostamisen, kun taas ketjumuymälöissä voi sovittaa ja kokeilla. Nämä kaksi vaihtoehtoa ovat myös edullisimmasta päästä ja monet valitsevat ne todennäköisesti sen takia. Kirpputoreilta ostetaan vähemmän,

mutta kuitenkin 256 vastaajista valitsi kirpputorin. Syy siihen lienee se, että jaoin kyselyn Facebookin kirpputoriryhmässä. Kivijalkamyymälöistä ja putiikeista ostetaan vähemmän todennäköisesti hinnan takia, ja loput teettävät, tekevät itse vaatteensa tai saavat vaatteensa muualta.

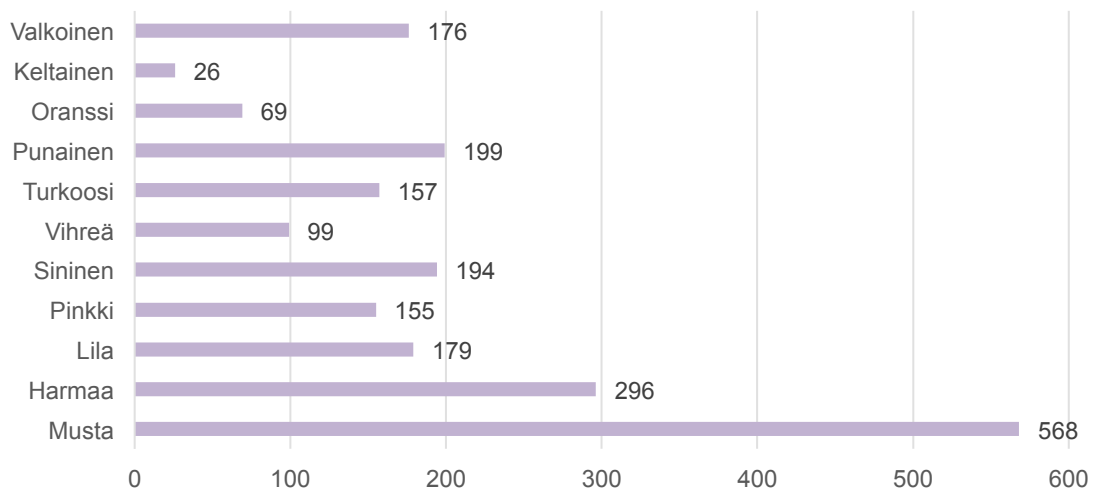
Muualta ostavat antoivat seuraavat vaihtoehdot:

- Ulkomailta
- Kotimyyntikutsuilta
- Marketeista
- Nettikirppiksiltä
- Saa tuttavilta

b) Minkä nimisistä paikoista ostat vaatteita edellä mainituista vaihtoehdoista? Listasin alle yleisimmät vastaukset.

- Nettikaupoista kuten Elloksesta, Zalandosta ja Asoksesta
- Ketjuliikkeistä kuten H&M:stä, Zizzistä, KappAhlista, Seppälästä, Gina tricotista, Marimekosta, Vilasta, Junarosesta ja Lindexista. Nanso,

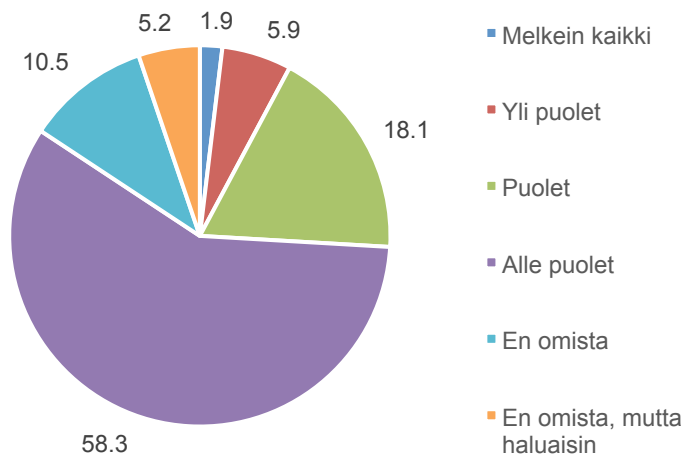
Värit ja kuosit:



Kuvio 6. Mitä värejä suosit pukeutumisessasi? (Valitse enintään neljä)

568 vastaajaa kertoi käyttävänsä pukeutumisessa mustaa, 296 kertoi käyttävänsä harmaata, 199 punaista, 194 sinistä 179 lilaa, 176 valkoista, turkoosia 157, pinkkiä 155, vihreää 99, oranssia 69 ja keltaista 26. (Kuvio 6)

Plus size –naisille tarjotaan paljon mustaa sen kaupallisuuden ja vartaloa kaventavien ominaisuuksien takia. Sen vuoksi musta väri sai ylivoimaisesti eniten vastauksia. Loput värit järjestäytyvät sen mukaan, mitkä värit miellyttävät, mitkä värit ovat tarjolla ostohetkellä, mitkä värit ovat silloin trendeissä ja mitkä värit sopivat omalle ihonsävylle.

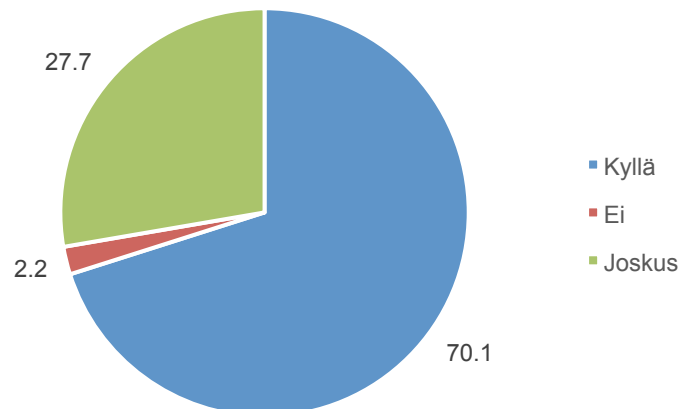


Kuvio 7. *Kuinka paljon käytät kuviollisia vaatteita? (Valitse 1)

Vastaajista 58,3 % kertoi, että alle puolet heidän omistamistaan vaatteista on kuviollisia. 18,1 % vastasi, että puolet heidän vaatteistaan on kuviollisia, 10,5 % vastasi, etteivät he omista kuviollisia vaatteita. 5,9 % vastasi, että yli puolet heidän vaatteistaan on kuviollisia, 5,2 % vastasi, etteivät he omista, mutta haluaisivat löytää heille sopivia kuviollisia vaatteita, ja 1,9 %:n vaatteista melkein kaikki ovat kuviollisia. (Kuvio 7)

Yli puolet vastaajista vastasivat, että alle puolet heidän omistamistaan vaatteistaan on kuviollisia. Sen lisäksi 24 % kaikista vastaajista vastasivat, että yli puolet ja alle puolet omistamistaan vaateistaan ovat kuviollisia. Ainoastaan 15,7 % kaikista vastaajista eivät omista kuviollisia vaatteita. Kuosillisia vaatteita suositaan todennäköisesti niiden maastoutumisen takia. Kaikki eivät kuitenkaan pidä tai osaa käyttää kuviollisia vaatteita, jolloin monet vastasivat, etteivät omista, mutta haluaisivat löytää itselleen sopivia kuviollisia vaatteita.

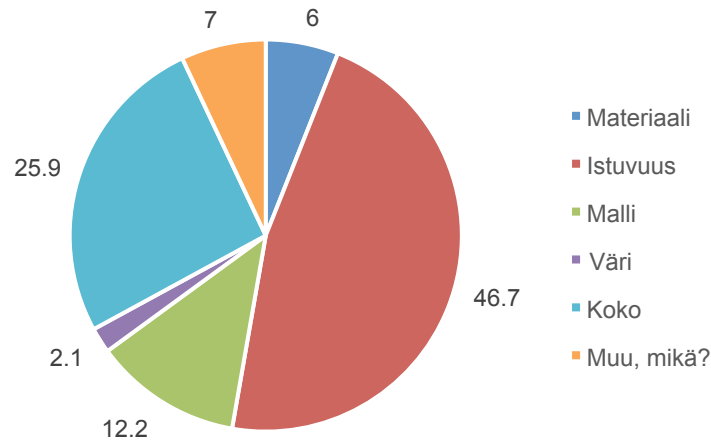
Ostopäätökseen vaikuttavat tekijät:



Kuvio 8. *Vaikuttaako vaateen materiaali ostopäätökseesi? (Valitse 1)

70,1 % vastasi, että materiaali vaikuttaa ostopäätökseen, 27,7 % vastasi, että materiaali vaikuttaa joskus ostopäätökseen, ja 2,2 % vastaajista oli sitä mieltä, ettei materiaali vaikuta ostopäätökseen. (Kuvio 8)

Monet suosivat luonnonmateriaaleja sen hengittävyden ja kosteuden imukykyisyyden takia. Plus size –vaatteissa tarjotaan kuitenkin, kuten kaikissa vaatteissa, tekokuituja. Pluskokoiset naiset eivät kuitenkaan välttämättä niistä pidä, niiden huonon hengittävyden ja imukykyisyyden takia. Monet tekokuidut myös sähköistyvät helposti, mikä vaikuttaa myös käyttömukavuuteen. Joitakin vastaajia se ei haittaa, mutta 70 % vastaajista materiaalilla on vaikutusta. Materiaalien ominaisuuksien lisäksi vaateen materiaali voi vaikuttaa ostajiin kokemusten kautta. Joskus he ovat ostaneet neuleen, joka nypyyntyy ensimmäisten pesujen yhteydessä tai puseron joka liimautuu kehoon kiinni eikä laskeudu. Nämä negatiiviset kokemukset, saavat kuluttajia välttämään tiettyjä materiaaleja.



Kuvio 9. *Mikä on yleisin syy, miksi joku vaate on jäänyt ostamatta? (Valitse 1)

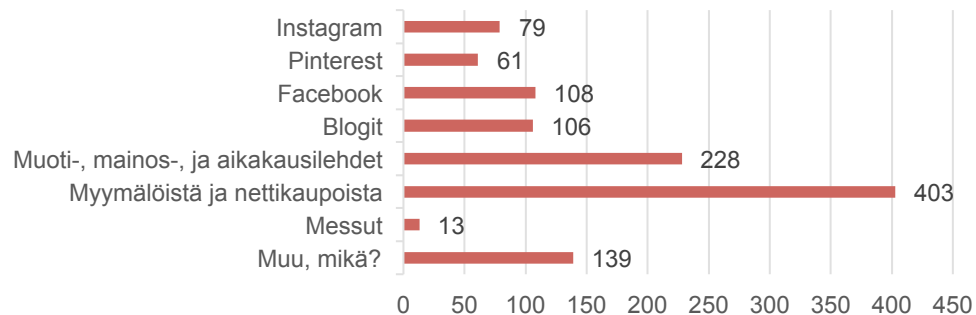
Melkein puolet, 46,7 % vastaajista kertoi, että istuvuus on yleisin syy, miksi vaate on jäänyt ostamatta, 25,9 % vastasi, että koko esti heitä ostamasta, 12,2 % ei pitänyt mallista, 7 % kertoi syyn olleen jonkun muun ja 6 % vastasi, että väri on syy, miksi vaate on jäänyt kauppaan. (Kuvio 9)

Istuvuus on monelle hyvin tärkeä. Pluskokoiset naiset haluavat istuvia vaatteita sen lisäksi, että se näyttää hyvältä, mutta myös sen takia, koska hyvin istuva vaate voi korostaa kehon parhaita puolia. Huonosti istuva vaate taas pussittaa vääristä paikoista ja suurentaa käyttäjää. Koko on myös ongelma monelle. Pluskokoiselle ei välttämättä aina löydy tarpeeksi suurta kokoa tai kokoihin ei ole mietitty eri vartalotyyppejä. Monet ovat tyytymättömiä malleihin, jotka ovat kommenttien mukaan säkkimäisiä ja mummo-maisia. Materiaali ja muut syyt vaikuttivat kanssa ostopäätöksiin kun taas värillä ei ollut paljon vaikutusta.

Muita syitä vastaajien mielestä olivat muun muassa:

- Hinta
- Pituus
- Kaikki yllä olevat
- kuosi ja ulkonäkö
- laatu

3.1.3 Inspiraatiot pukeutumisessa



Kuvio 10. *Mistä saat inspiraatiota pukeutumiseesi? (Valitse vähintään 1)

Vastaajista 403 vastasi saaneensa inspiraationsa pukeutumiseen myymälöistä ja nettikaupoista, 228 saa inspiraationsa muoti-, mainos-, ja aikakauslehdistä, 139 saa inspiraationsa muualta, 108 saa inspiraation Facebookista, 106 blogeista, 79 Instagramista ja 61 Pinterestistä. (Kuvio 10)

Myymälöistä ja nettikaupoista vastaajat saavat eniten inspiraatiota, todennäköisesti sen helppouden ja lähestyvyyden takia. Myymälöiden ikkunoista näkee kauden uutuudet ja nettikaupoista näkee yhä enemmän inspiraatiokuvia ja miten vaatteita voisi yhdistellä. Monet vastaajat saavat inspiraationsa lehdistä ja mainoksista. Mainokset ja lehdet toimitetaan useimmiten kotiin asti, jolloin inspiraation hakeminen niistä on helppoa ja vaivatonta. Sivustot kuten blogit, Facebook, Pinterest ja Instagram ovat myös jonkun verran suosiossa, vaikka ei ihan niin paljon kun luulin niiden olevan. Messuilta saadaan kaikista vaihtoehdoista vähiten inspiraatiota. Messujen ajankohta, lippujen hinta ja ihmispaljous voi olla monelle este messuille menemiseen.

Muualta vastanneet kertoivat oheiset vaihtoehdot:

- oma pää
- ystävät ja tuttavat
- Inspiraatiosivut kuten Tumblr ja We heart it
- erilaiset tyylit
- Youtube-videot
- tarve ja saatavuus
- eri kulttuurit, luonto ja historia
- katumuoti
- elokuvista tai teatterista
- en seuraa muotia

Listasin alle taulukoin, mistä vastaajat saavat inspiraationsa pukeutumiseen. (Taulukko 1)

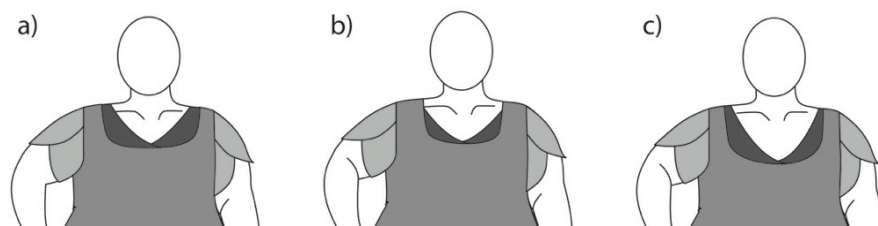
Taulukko 1. Mitä seuraavista paikoista tai sivustoista seuraat?

Blogit	Tyyliä metsästävässä, Oi mutsi mutsi, puutalobaby, Tuhannet mun kasvot, kaikki mitä rakastin, more to love
Instagram	Being Upile, calliethorpe, daniellevanier, Ashley Nell Tipton, Effyourbeautystandards, ashley graham, Fluvia Lacerda
Tyyli-ikonit	Beth Ditto, Tess Holiday, Nadia Aboulhosn
Nettikaupat	Chubby cartwheels, tanesha awasthi, Cellbes, by Pias, Lumoan, Jills, Miss wendy shop, Zulily, Jessica London, Newlook, Big Oliver, Klingel
Lehdet	Cosmopolitan, Trendi, Demi, Elle, Vogue, Me Naiset, Anna, Gloria, Suuri käsityölehti,

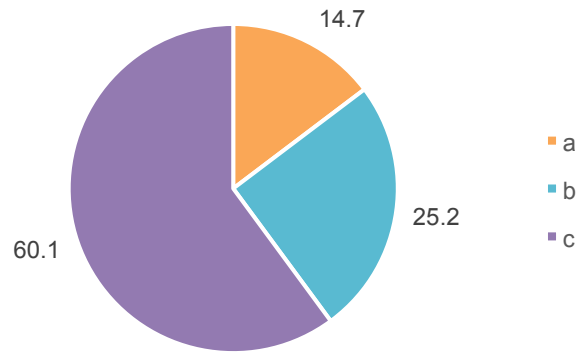
3.1.4 Mittasuhteet

Kyselyssä on samasta yksityiskohdasta kolme eri vaihtoehtoa. a, b ja c. Vastaajia pyydettiin valitsemaan vaihtoehto, joka miellytti heitä eniten. Vastaukset eivät olleet pakollisia.

Pääntie 1:



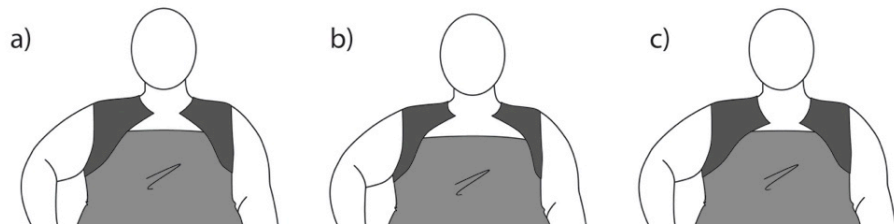
Kuvio 11. Pääntie 1



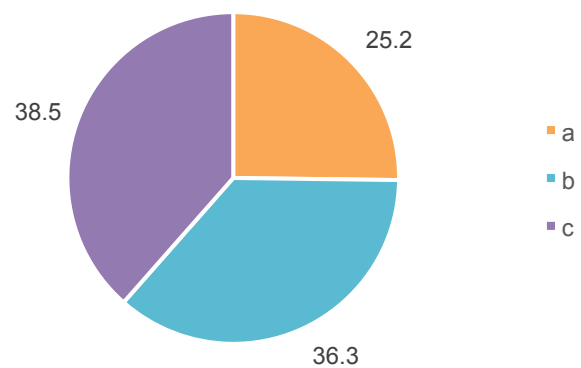
Kuvio 12. Päätie 1

Vastaajista 60,1 % piti eniten c- vaihtoehdosta, joka on avarin kaikista vaihtoehdoista, 25,2 % piti eniten vaihtoehdosta b, joka on pienin kaikista vaihtoehdoista, ja 14,7 % vastaajista piti vaihtoehdosta a, joka on näiden kahden välistä. (Kuvio 12)

Päätie 2



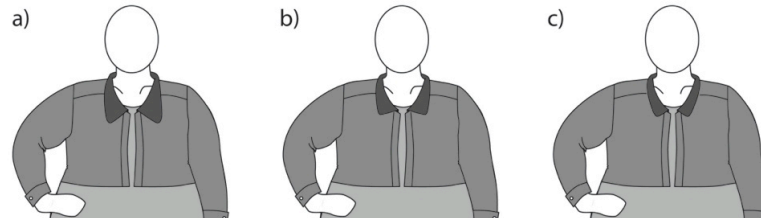
Kuvio 13. Päätie 2



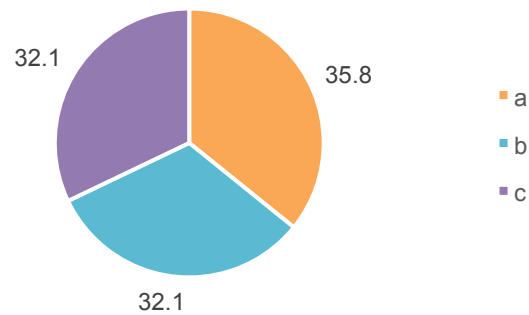
Kuvio 14. Päätie 2

38,5 % vastaajista piti eniten c-vaihtoehdosta, jossa yksityiskohta on dominoivin kaikista vaihtoehdoista, 36,3 % piti vaihtoehdosta b, joka on siroin kaikista kolmesta vaihtoehdosta ja lopuksi 25,2 % vastaajista piti vaihtoehdosta a, joka on edellisten vaihtoehtojen välimuoto. (Kuvio 14)

Kaulus 1



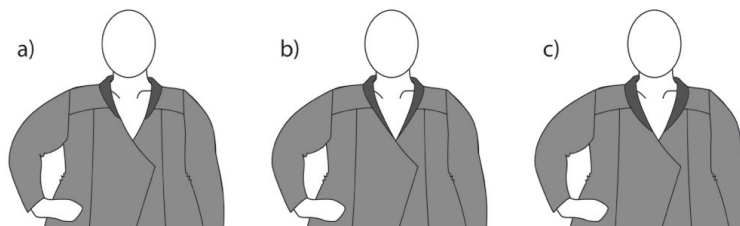
Kuvio 15. Kaulus 1



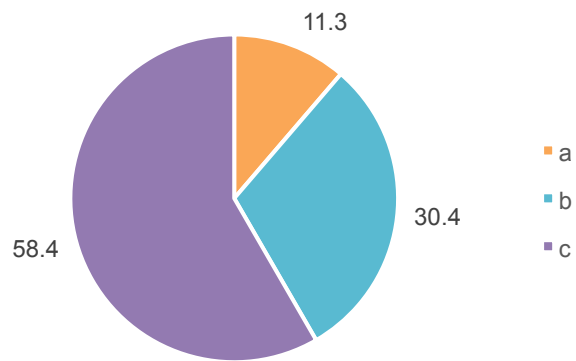
Kuvio 16. Kaulus 1

Mielipiteet kauluksista jakaantuivat tasaisesti. 35,8 % vastaajista valitsi vaihtoehdon a, joka on yksityiskohtana suurin muihin verrattuna ja 32,1 % valitsi joko b tai c- vaihtoehdon. B vaihtoehto on vaihtoehdoista keskikokoinen ja vaihtoehto c on kolmesta kauluksesta kapein. (Kuvio 16)

Kaulus 2



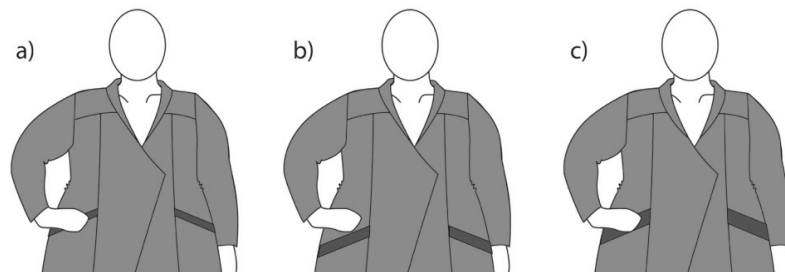
Kuvio 17. Kaulus 2



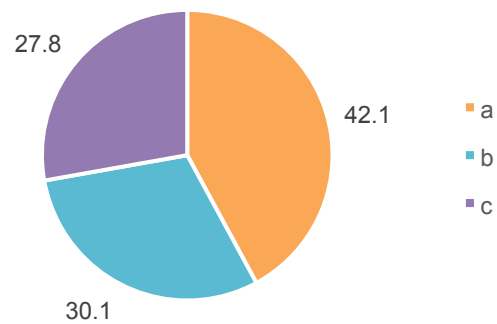
Kuvio 18. Kaulus 2

Kaulus 2: Vaihtoehtona c valitsi suurin vastaajajoukko, 58,4 % vastaajista. Vaihtoehto c on yksityiskohtana kaikista levein ja melko pitkä. 30,4 % valitsi vaihtoehtona b, joka on pitempi kuin vaihtoehto c, mutta kapeampi. 11,3 % vastaajista valitsi vaihtoehtona a, joka on siroin ja lyhin kaikista kolmesta vaihtoehdosta. (Kuvio 18)

Taskut 1



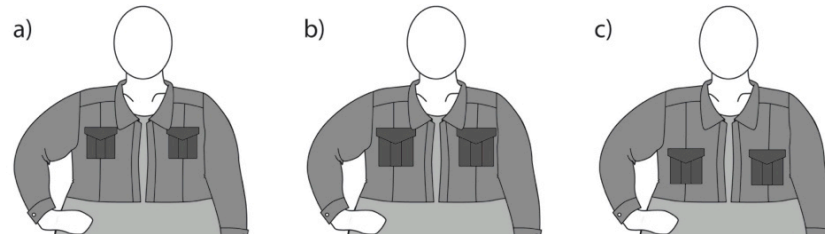
Kuvio 19. Taskut 1



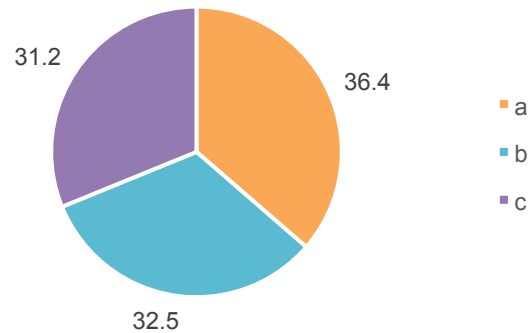
Kuvio 20. Taskut 1

Taskuista vaihtoehto a sai eniten kannatusta. 42,1 % vastaajista piti sitä parhaana vaihtoehtona, joka on kapea ja sijoitettu ylälantion kohdalle. Vaihtoehto b sai 30,1 % vastauksista. B on kolmesta vaihtoehdoista se, joka on sijoitettu alimmaksi. 27,8 % vastaajista piti vaihtoehdosta c, joka on kuin vaihtoehto a, mutta leveämpi. (Kuvio 20)

Taskut 2



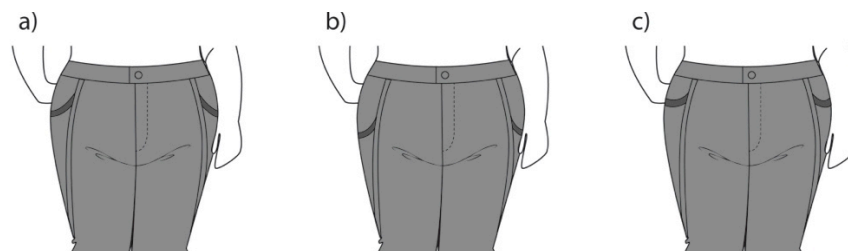
Kuvio 21. Taskut 2



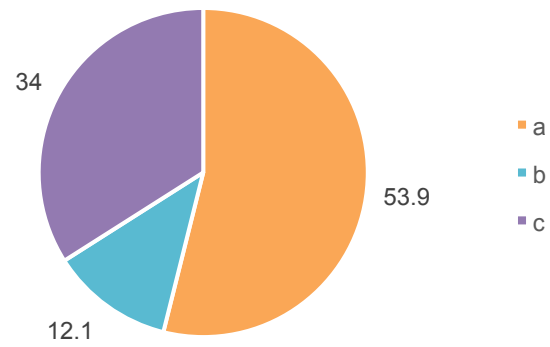
Kuvio 22. Taskut 2

Taskut 2: Vastaajista 36,4 % piti vaihtoehdosta a, joka on sijoitettu keskelle ja on kooltaan suhteellisen pieni. 32,5 % valitsi vaihtoehdon b, joka on isompi kuin vaihtoehto a, ja 31,2 % vastaajista piti vaihtoehdosta c joka on samankokoinen kuin vaihtoehto b, mutta alempana edellisiin verrattuna. (Kuvio 22)

Taskut 3



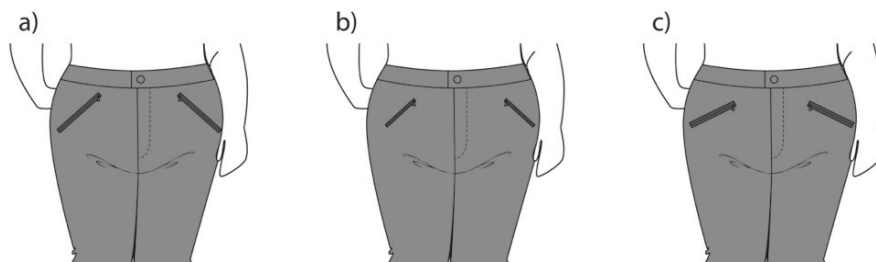
Kuvio 23. Taskut 3



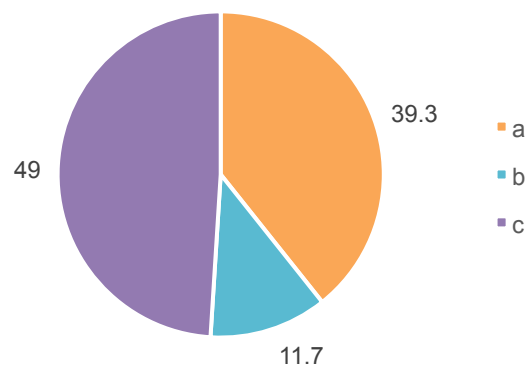
Kuvio 24. Taskut 3

Taskut 3: yli puolet, 53,9 % kaikista vastaajista piti a-vaihtoehdosta, joka kaartuu jyrkästi ja laskeutuu lantion leveimmälle kohdalle. 34 % piti vaihtoehdosta c, joka on leveämpi ja oli ylempänä ja 12,1 % vaihtoehdosta b, joka kaartuu lantion alapuolelle ja on kapeampi kuin edellä mainitut vaihtoehdot. (Kuvio 24)

Taskut 4



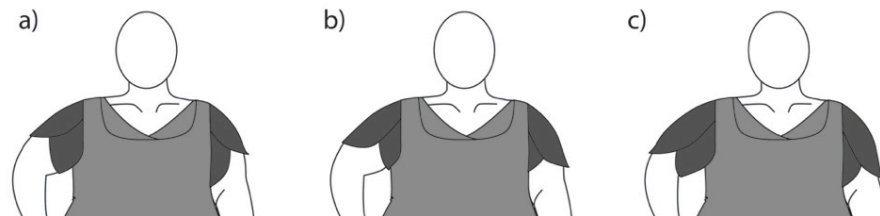
Kuvio 25. Taskut 4



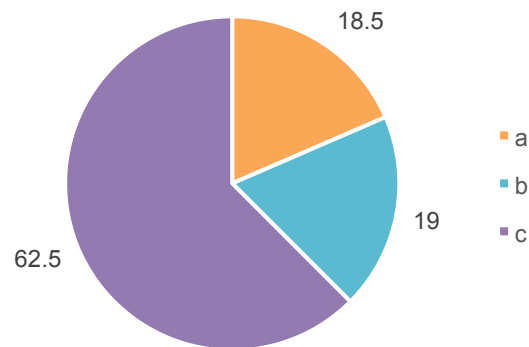
Kuvio 26. Taskut 4

Taskut 4: 49 % vastaajista piti vaihtoehdosta c, joka on vaihtoehdoista suurin, 39,3 % valitsi vaihtoehdon a, joka on pitempi ja vinompi kuin vaihtoehto c, ja 11,7 % piti vaihtoehdosta b, joka on lyhyempi kuin edelliset vaihtoehdot. (Kuvio 26)

Hiha 1



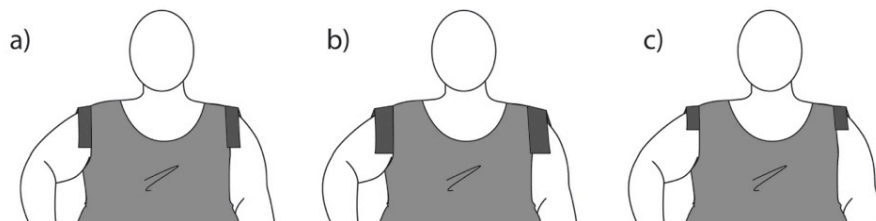
Kuvio 27. Hiha 1



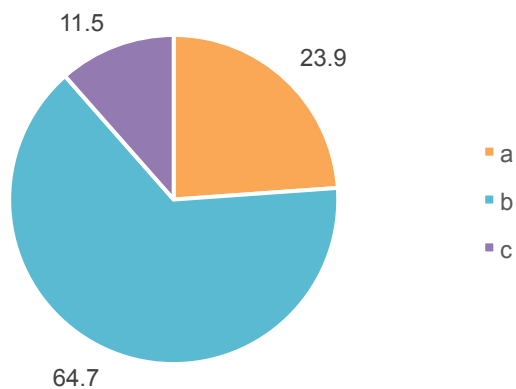
Kuvio 28. Hiha 1

Hiha 1: C- vaihtoehto miellytti vastaajia eniten, 62,5 % vastaajista piti hihasta, joka on pisin kaikista kolmesta vaihtoehdoista. Vaihtoehto b, joka on kaikista vaihtoehdoista lyhyin, sai 19 % vastauksista, kun taas vaihtoehto a sai 18,5 % vastauksista. (Kuvio 28)

Hiha 2



Kuvio 29. Hiha 2



Kuvio 30. Hiha 2

Hiha 2: Vastaajista 64,7 % piti hihasta, joka on levein kaikista vaihtoehtoista, 23,9 % piti kapeimmasta vaihtoehtoista ja 11,5 % piti vaihtoehdosta, joka on lyhyempi kuin edelliset vaihtoehdot. (Kuvio 30)

Vastaukset vaihtelivat hyvin paljon yksityiskohdista toiseen. Vastaukset jakaantuivat joko hyvin tasaisesti tai kallistui yhteen vaihtoehtoon.

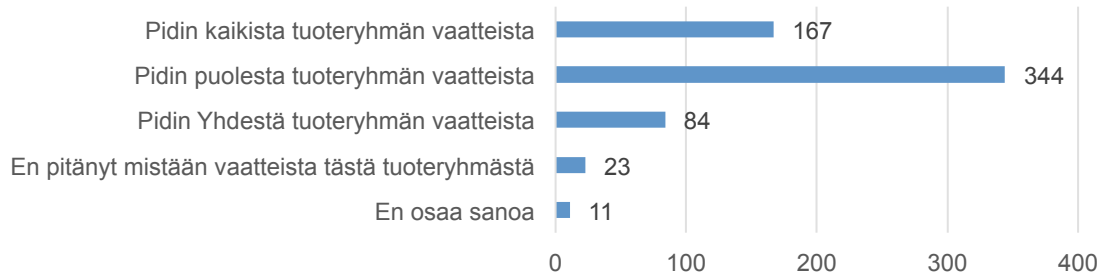
3.1.5 Mieliopidekysely

Mieliopidekyselyssä kysyttiin vastaajien mielihiteitä yrityksen tuotteista. Tuotteita pyydettiin arvioimaan ainoastaan mallin ja muodon perusteella. Väriä tai hintaa ei tullut huomioida vastauksissa. Tuotteet oli jaettu tuoteryhmittäin, joista kysyttiin mielihiteitä. Ohessa on esitetty kaikki yrityksen tuotteet (Kuvio 31).



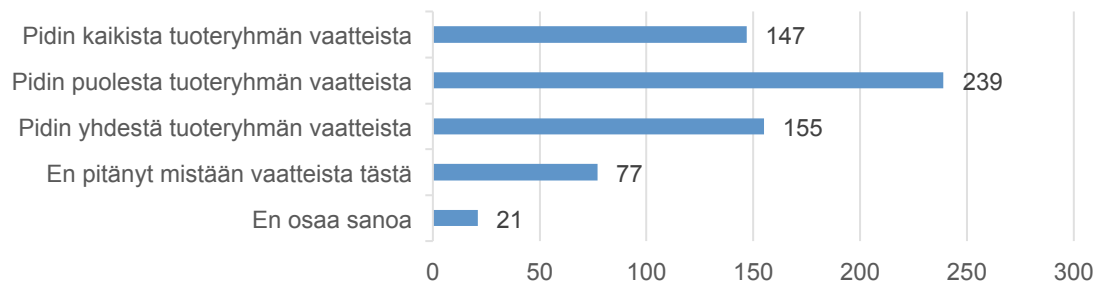
Kuvio 31. Excuse my BonBon –tuotteet

Mitä mieltä olet seuraavista tuoteryhmistä?



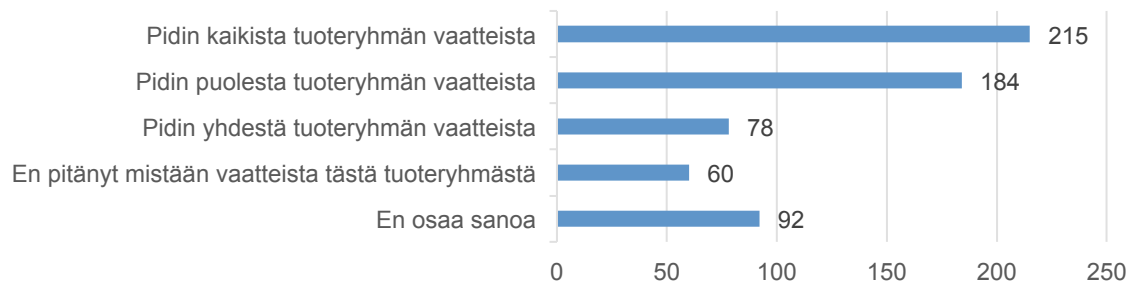
Kuvio 32. Mekot ja tunikat (Valitse 1)

Vastaajista 344 piti puolesta tuoteryhmän vaatteista. 167 piti kaikista tuoteryhmän vaatteista. 84 piti yhdestä tuoteryhmän vaatteesta, 23 ei pitänyt yhdestäkään tuoteryhmän vaatteesta ja 11 ei osannut sanoa. (Kuvio 32)



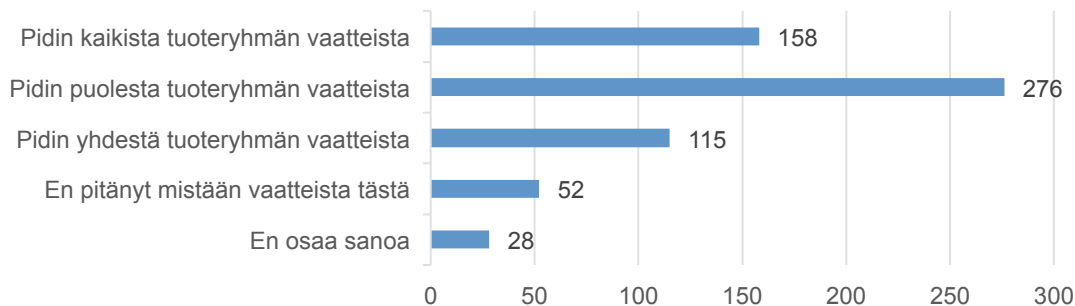
Kuvio 33. Hameet (Valitse 1)

239 vastaajista piti puolesta yrityksen tarjoamista hameista, 155 piti yhdestä hameesta, 147 piti kaikista hameista, 77 ei pitänyt yhdestäkään hameesta ja 21 ei osannut sanoa. (Kuvio 33)



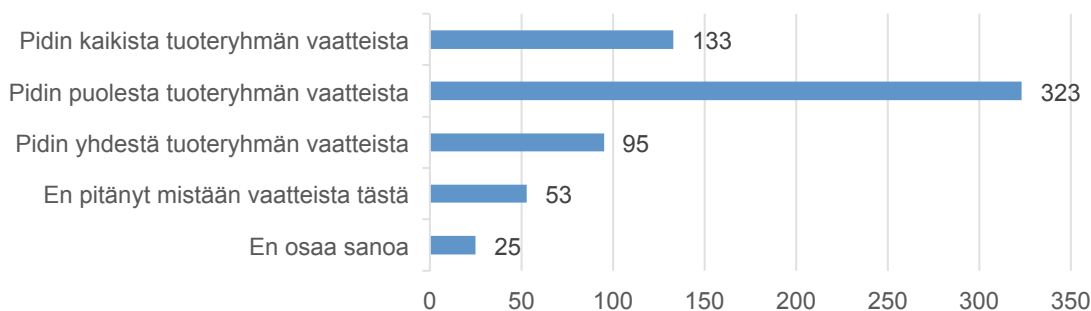
Kuvio 34. Leggingsit (Valitse 1)

Kaikista leggingseistä piti 215 vastaajaa, 184 piti puolesta, 78 piti vain yhdestä tuoteryhmän tuotteesta. 60 ei pitänyt ollenkaan tuoteryhmän tuotteista ja 92 ei osannut sanoa. (Kuvio 34)



Kuvio 35. Takit, ponchot ja keepit

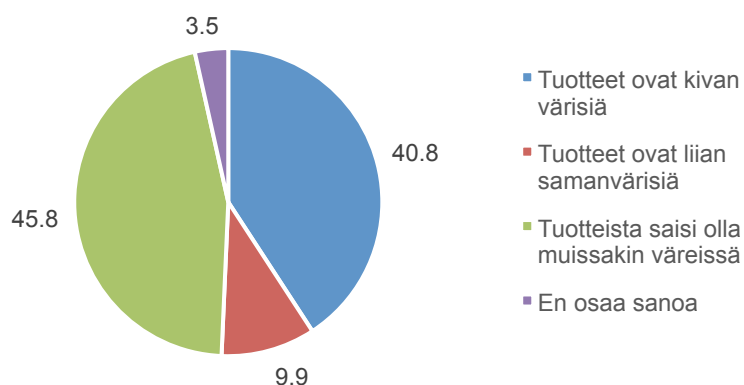
Puolesta takkivalikoimaa piti 276 vastaajista, 158 piti kaikista takeista, 115 piti yhdestä takista, 52 ei pitänyt yhdestäkään takista ja 28 ei osannut sanoa. (Kuvio 35)



Kuvio 36. Puserot (Valitse 1)

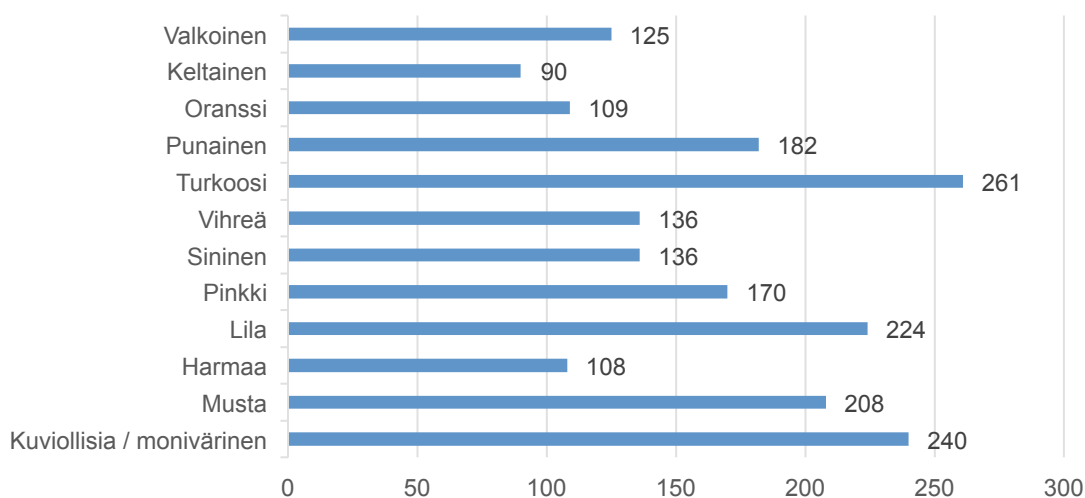
Puseroista puolet oli 323 vastaajan mieleen, 133 piti kaikista puseroista, 95 piti yhdestä puseroista, 53 ei pitänyt yhdestäkään tarjolla olevista puserosta ja 25 ei osannut sanoa. (Kuvio 36)

Värit 2:



Kuvio 37. Mitä olet mieltä tuotteiden väreistä? (Valitse 1)

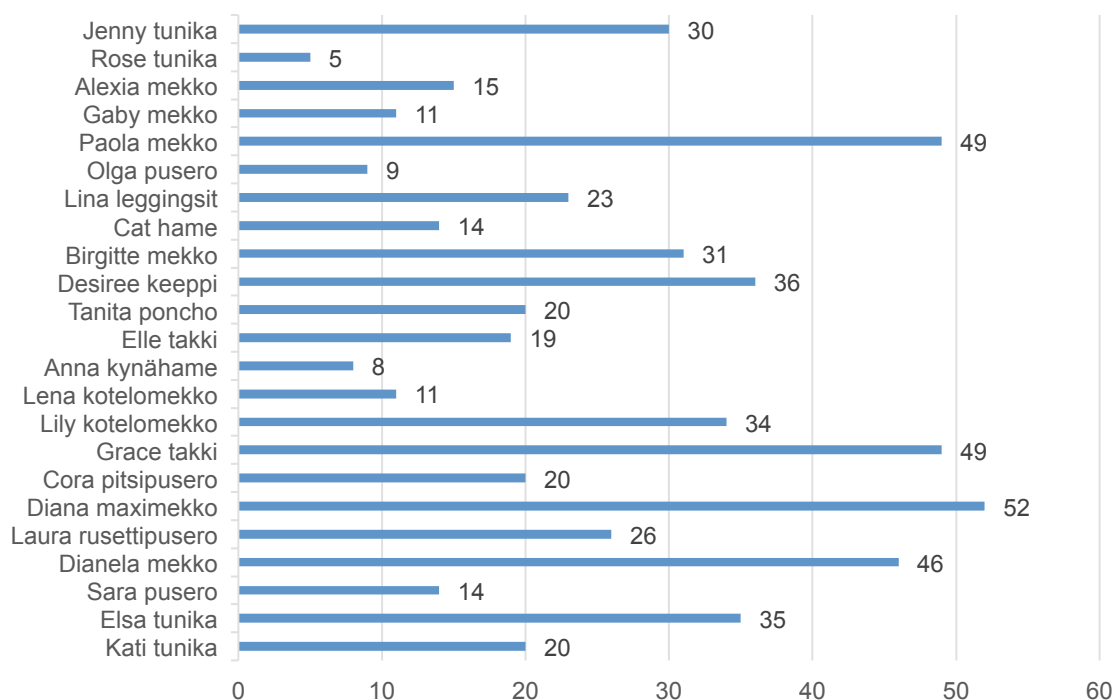
45,8 % kaikista vastaajista oli sitä mieltä, että tarjolla olevat tuotteet ovat keskenään liian samanvärisiä. 40,8 % vastaajista oli sitä mieltä, että tuotteet ovat kivan värisiä. 9,9 % vastaajista haluaisi nähdä tuotteita myös muissa väreissä ja 3,5 % vastaajista ei osannut sanoa. (Kuvio 37)



Kuvio 38. Mitä värejä yrityksen pitäisi tarjota seuraavassa sesongissa? (Valitse vähintään 1)

Vastaajista 261 haluaisi turkoosin värisiä tuotteita, 240 haluaisi kuviollisia tai monivärisiä tuotteita, 224 haluaisi lilan värisiä tuotteita, 208 haluaisi mustia tuotteita, 182 haluaisi punaisia tuotteita ja 170 haluaisi nähdä pinkkejä tuotteita. Vihreitä ja sinisiä tuotteita halusivat kumpikin 136 vastaajista, 125 haluaisi valkoisia tuotteita, 109 haluaisi oranssia, 108 haluaisi harmaata ja 90 haluaisi nähdä keltaista seuraavassa sesongissa. (Kuvio 38)

Mielipiteiden lukumäärä tuotteista:

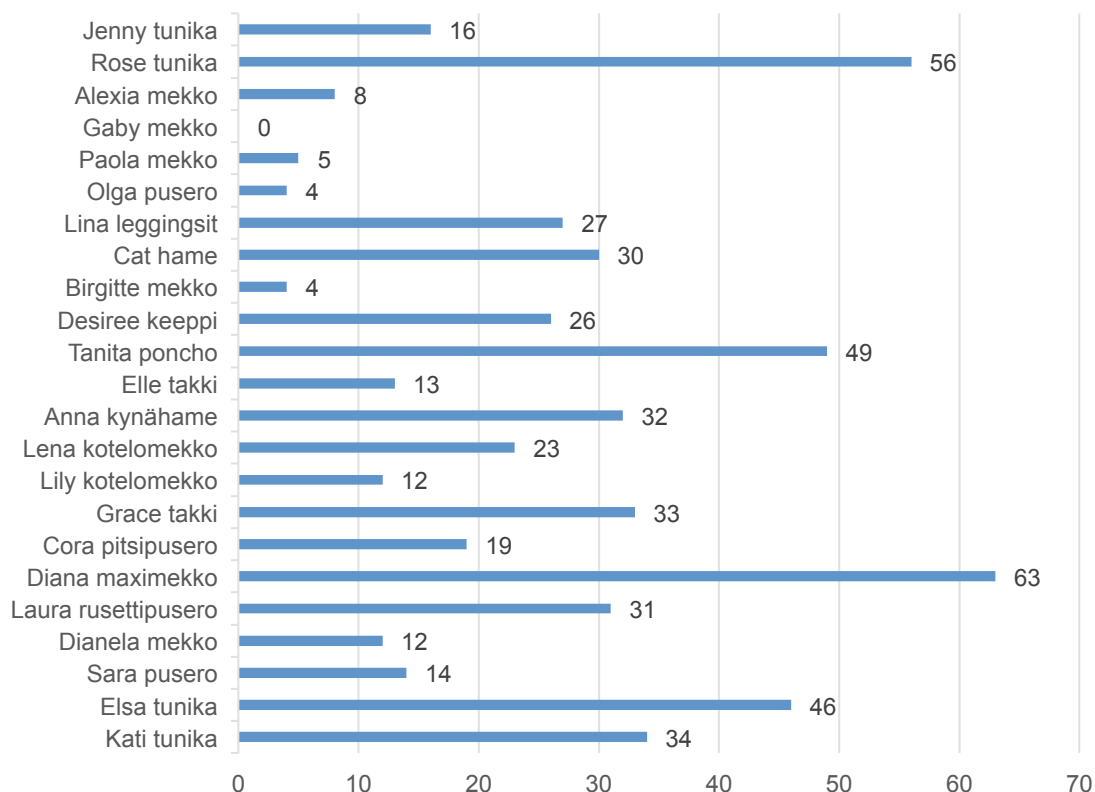


Kuvio 39. Mikä yrityksen tarjoamista vaatteista kiinnostaa eniten?

Eniten kiinnostusta sai Diana-maksimiekkko, josta tykkäsi 52 vastaajista. Paola-mekko ja Grace-takki saivat molemmat 49 ääntä, Dianela-mekkokosta piti 46 vastaajista, Desiree-keeppi sai 36 vastausta, Elsa-tunika sai 35, Lily-kotelomekko 34, Birgitte-mekko 31 ja Jenny-tunika 30 vastausta. Laura-rusettimekkosta piti 26 vastaajista ja Lina-leggingsseistä 23. Tanita-poncho, Cora-pitsipusero ja Kati-tunika saivat kaikki 20 ääntä. Elle-takista piti 19 vastaajaa ja Alexia-mekosta 15. Cat-hame ja Sara-pusero saivat molemmat 14 ääntä. Lena-kotelomekkosta ja Gaby-mekosta oli kiinnostunut 11 vastaajaa. Olga-pusero sai 9 ääntä ja Anna-kynähame 8. Rose-tunika sai ainoastaan 5 ääntä. (Kuvio 39)

Miksi?

- Hyvä malli, näyttää mukavalta
- sopii parhaiten omalle vartalolle
- sopii parhaiten omaan tyyliin
- ihanat hihat
- monikäyttöinen
- kuosi on ihana
- pirteä
- erikoinen
- tyylikäs
- siinä on joku juju, ei tylsä



Kuvio 40. Mikä yrityksen tarjoamista vaatteista kiinnostaa vähiten? (Valitse 1)

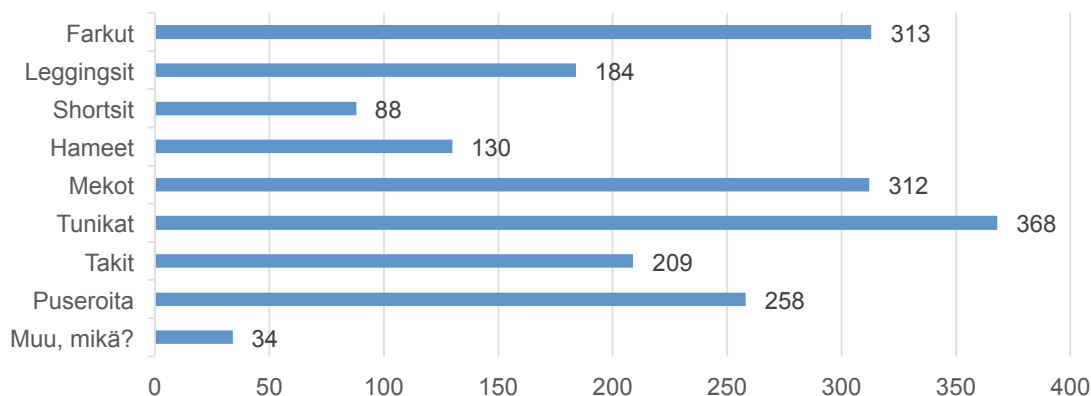
Diana-maksimekko oli 63 vastaajan mielestä sellainen vaate, joka ei kiinnosta heitä. Rose-tunika ei kiinnostanut 56 vastaajaa. Tanita-ponchosta ei pitänyt 49 vastaajista ja Elsa-tunikasta 46. Kati-tunikasta ei pitänyt 34 vastaajista ja Grace-takista 33. Anna-kynähomeesta ei pitänyt 32 vastaajaa. Laura-rusettipuserosta piti vähiten 31 ja cat-hameesta 30 vastaajaa. Lina-leggingsit olivat 27:n ja Desiree-keeppi 26:n vastaajan vähiten mieluisa vaihtoehto. Lena-kotelomekosta ei pitänyt 23, Cora-pitsipuserosta 19, Jenny-tunikasta 16, Sara-puserosta 14, Tanita-Ponchosta, Lily-kotelomekosta ja Dianela-mekosta 12, Alexia-mekosta 8 ja Paola-mekosta 5 vastaajaa. Olga-mekko ja Birgitte-mekko saivat molemmat 4 vastausta ja Gaby-mekko on ainoa, joka ei saanut yhtään vastausta. (Kuvio 40)

Miksi?

- tättimäinen
- ei sovi omalle vartalolle
- tylsä, mitäänsanomaton
- ei tiedä missä käyttäisi
- ei sovi omaan tyyliin
- huono malli

- suurentaa
- kaapumainen
- huono kuosi
- liian kapea

Mitä yrityksen tuotteita haluaisit nähdä tulevaisuudessa?



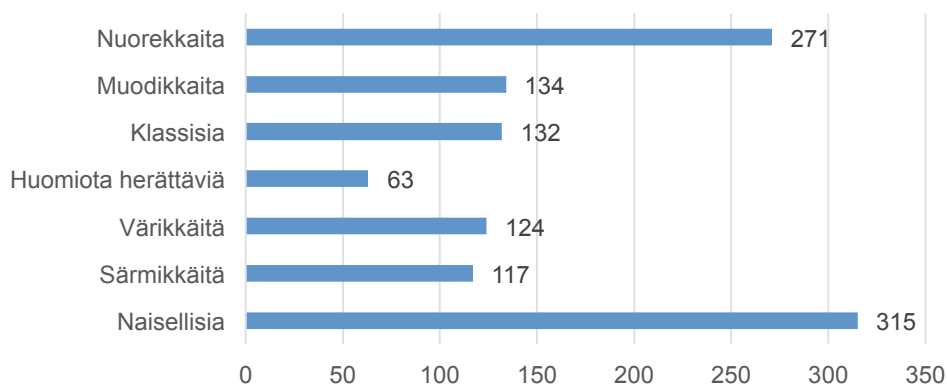
Kuvio 41. Millaisia vaatteita toivoisit merkiltä jatkossa? (Valitse enintään 5)

Vastaajista 368 toivoi lisää tunikoita, 313 halusi nähdä farkkuja, 312 halusi mekkoja, 258 toivoi puseroita, 209 takkeja, 184 leggingseja, 130 hameita, 88 shortseja ja 34 muuta vaatetta. (Kuvio 41) Alla on lueteltu vaihtoehdot, jotka vastaajat antoivat "Muu, mikä?"-kysymykseen.

Muu, mikä?

- housuja
- vapaa-ajan vaatteet
- juhla-asuja
- pitkiä tunikoita
- jakkuja
- asusteita: huiveja, sukkahousuja
- pitkiä puolihameita
- uima-asuja
- enemmän väriä tuotteissa
- caprit
- puseroita v-aukolla
- jeggingsit
- topit
- moderni, nuorekas, mutta klassisen tyylikäs kauluspaita
- haalari
- hupparit
- kenkiä

Eniten toivottiin vaatetyypeistä hyvin istuvia housuja, joustavista tai kudotuista kankaisista. Muutama toivoi tarpeeksi pitkää ja a-linjaista tunikaa.



Kuvio 42. *Minkä tyyliä vaatteita toivoisit merkiltä jatkossa?

315 vastaajaa toivoi naisellisia vaatteita, 271 nuorekkaita, 134 muodikkaita, 132 klassisia, 124 värikkäitä, 117 särmikkäitä ja 63 huomiota herättäviä. (Kuvio 42)

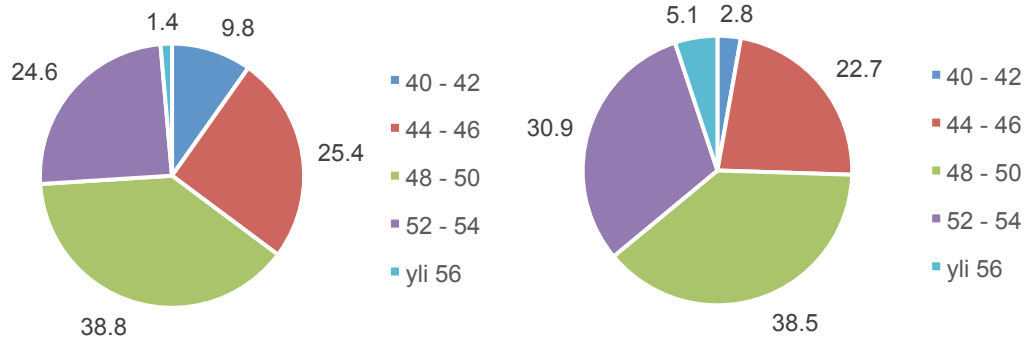
Vapaa sana tuotteista:

- liian mustia
- liian vähän huomioidaan o-
- kuosit tylsiä
- vartaloisia
- hinta korkea
- tyylikäs
- vanhanaikaista
- kauniita
- koot eivät riitä ja niukka mitoitus
- veistoksellisia
- ihmetyttää
- näyttäviä

Mielipiteet erosivat hyvin paljon toisistaan. Toiset pitivät tuotteista, kun toiset eivät. Eniten palautetta saivat tuotteiden hinta ja värimaailma.

3.2 Tulosten korrelointi

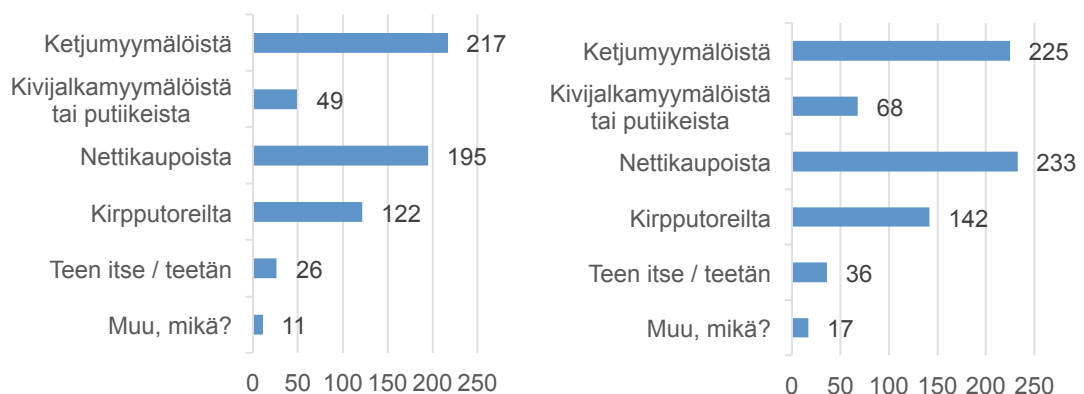
Tulosten korreloinnissa kysytään muuttujien keskeistä yhteyttä. Tässä opinnäytetyössä tutkin vastaajien iän ja ostotottumusten yhteyttä. Ikähaarukan rajasin 25 - 35 vuotiaisiin, koska kohderyhmäni on yli 25-vuotiaat. Selvitin, millainen yhteys on vastaajien iällä on vaatekokoihin, värien valintaan, ostotottumuksiin ja pukeutumisen inspiraatioihin. Alle 35-vuotiaita vastaajia oli yhteensä 276 ja yli 35-vuotiaita oli 353.



Kuvio 43. 25 – 35-vuotiaiden vaatekoot (vasen)

Kuvio 44. Yli 35-vuotiaiden vaatekoot (oikea)

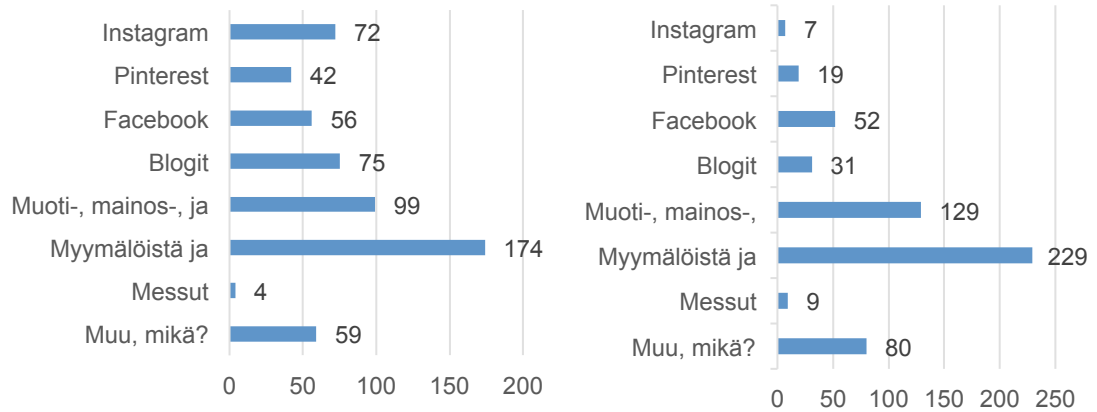
Alle 35-vuotiaat ovat kyselyn perusteella pienikokoisempia kuin yli 35-vuotiaat. 44 – 50 kokoiset ovat molemmissa ikäryhmissä miltei samanlaiset. 40 - 42 kokoisia on huomattavasti enemmän nuoremmassa ikäryhmässä, kun taas suurimmat koot 52 – 56 on enemmän vanhemmassa ikäryhmässä. Poikkeama voisi johtua yli 35-vuotiaiden iän mukana tullut pyöreys sekä mahdollisista pukeutumistottumuksista. Monet vanhemmat vastaajat pitivät väljemmistä vaatteista, ja käyttivät suurempia kokoja, kun taas nuoremmat uskaltavat käyttää enemmän ihomyötäisempiä vaatteita.



Kuvio 45. 25 – 35-vuotiaiden ostotottumukset (vasen)

Kuvio 46. Yli 35-vuotiaiden ostotottumukset (oikea)

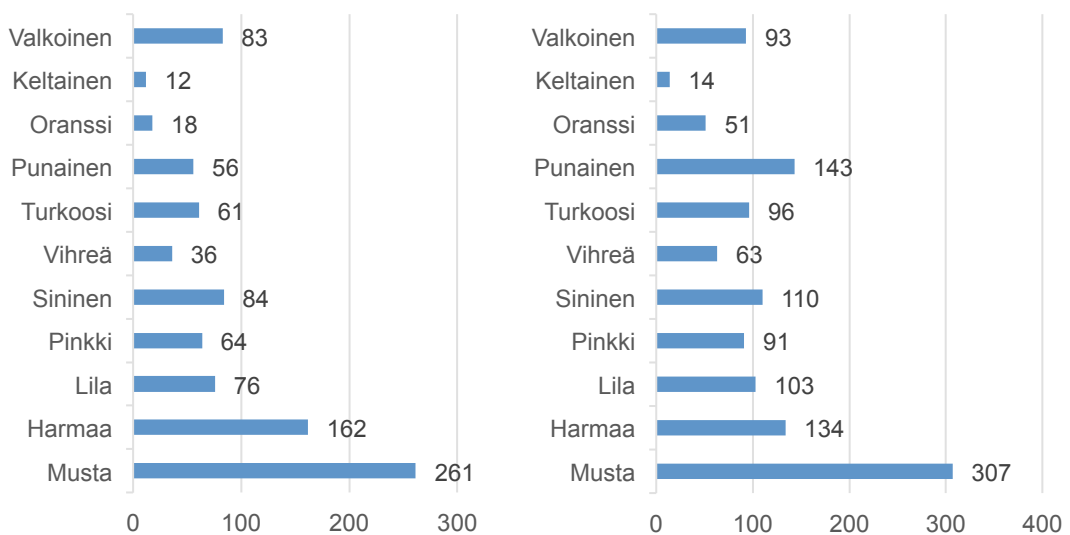
Ikä ei vaikuta pahemmin ostopaikkoihin. Alle 35-vuotiaat ja yli 35-vuotiaiden ostotottumukset ovat hyvin samanlaiset. Syynä voi olla tarjonta, mistä saa milloinkin hyviä ja omalle vartalolle sopivia vaatteita. Hyvin monella oli niin sanottu luottokauppa, josta ovat löytäneet omannäköisiä ja tyyliä vaatteita.



Kuvio 47. Mistä 25 - 35-vuotiaat saavat inspiraationsa pukeutumiseen (vasen)

Kuvio 48. Mistä yli 35-vuotiaat saavat inspiraationsa (oikea)

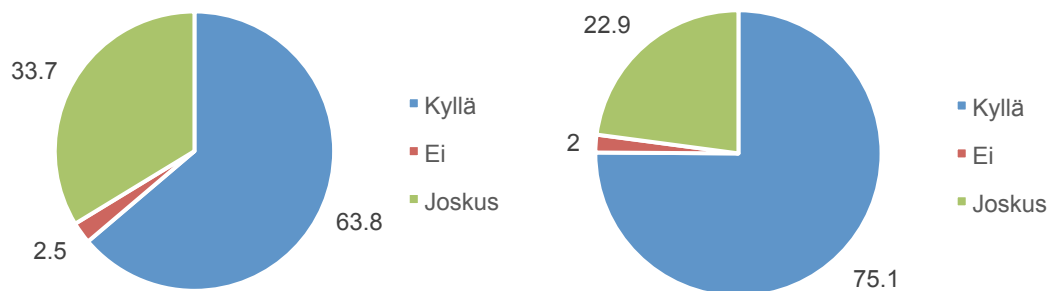
Nuoremmat vastaajat saavat suhteessa enemmän inspiraatiota internetin välityksellä. Sivustot kuten instagram, pinterest ja blogit ovat enemmän nuoremman vastaajaryhmän käytössä. Facebookin käyttö oli molemmissa ryhmissä sama, johtunee siitä kun jaon kyselyn Facebookissa. Lehdet, myymälät ja messut inspiroivat molempia ryhmiä saman verran.



Kuvio 49. Mitä värejä 25 – 35-vuotiaat suosivat pukeutumisessaan (vasen)

Kuvio 50. Mitä värejä yli 35-vuotiaat suosivat pukeutumisessaan (oikea)

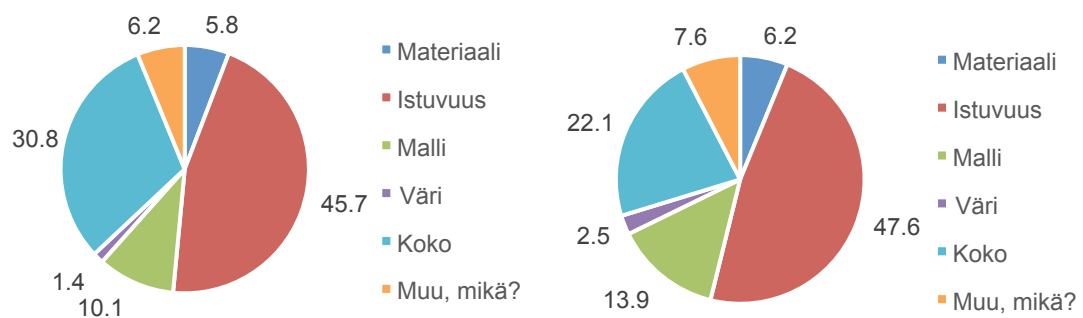
Värien miellyttävyys jakaantuivat hyvin samalla tavalla molemmissa ikäryhmässä. Ainoa pieni ero on punaisessa ja harmaassa. Nuoret suosivat enemmän harmaata kun taas vanhemmat suosivat enemmän punaista. Poikkeavuuden voi aiheuttaa vastaajien mieltymys tiettyihin väreihin sekä millainen ihonsävy vastaajilla on, ja mitkä värit sopivat siihen.



Kuvio 51. vaikuttaako vaatteiden materiaali 25 – 35-vuotiaiden ostopäätökseen? (vasen)

Kuvio 52. Vaikuttaako materiaali yli 35-vuotiaiden ostopäätökseen? (oikea)

Vaatteiden materiaalilla on enemmän vaikutusta vanhemmassa ikäryhmässä kuin nuoremmissa, jossa 75,1% yli 35-vuotiaista vastasivat että materiaali vaikuttaa ostopäätökseen. Nuoremmilla määrä on hieman pienempi joka on 63,8 % kaikista alle 35-vuotiaiden vastaajista.



Kuvio 53. Mikä on yleisin syy, miksi vaate on jäänyt ostamatta 25 – 35-vuotiailla. (vasen)

Kuvio 54. Mikä on yleisin syy, miksi jokin vaate jää ostamatta yli 35-vuotiailla. (oikea)

Yleisin syy miksi vaate jää ostamatta olivat molemmissa ikäryhmissä hyvin samanlaiset. Istuvuus, materiaali ja muut syyt olivat molemmissa ryhmissä määrältään hyvin samanlaiset. Vaatteen koko on nuoremmilla isompi syy kuin vanhemmilla. Malli tai väri on vanhemmilla naisilla useammin syy jättää vaate ostamatta.

3.3 Avoin kommentointi

Jaettuani kyselyn Facebook-ryhmissä keskustelin ryhmien jäsenten kanssa Facebookin kommenttiosiossa. Monet halusivat kommentoida kyselyä ja plus size -vaatteiden ongelmia kun kyselyn tekijä oli paikalla. Sain Kirppis isotLikat ryhmästä 55 kommenttia ja Kirppis Isosiskon ryhmästä 70 kommenttia. Mukana oli myös omia kommenttejani ja vastauksia sekä kommentteja heiltä, jotka ilmoittivat vastanneensa kyselyyn. Olen poiminut kaikista osioista mallistoon ja plus size -pukeutumiseen liittyvät kommentit ja tehnyt niistä yhteenvedon.

6 vastaajaa valitti vaatteiden pituudesta. Mekot ovat liian lyhyitä vanhemmalle rouvalle, paidan helmat liian lyhyitä peittämään vatsaa ja housun lahkeet olivat toisille liian pitkät ja toisille liian lyhyet. 4 vastaajaa oli sitä mieltä, että kankaiden pitäisi olla ryhdikkäitä. Ohuista ja sähköistyivistä materiaaleista ei pidetty, sillä ne liimautuvat ihoon kiinni.

7 vastaajaa oli sitä mieltä, että markkinoilla olevien vaatteiden väritys on liian tumma. Isokokoiset saavat vastaajien mielestä kulkea aina mustissa, vaikkei väri välttämättä sovi kaikille. Kirkkaita- ja pastellivärejä on heidän mielestä tarjolla liian vähän.

10 vastaajaa kommentoi yritysten tarjoavan lähinnä säkkejä ja telttoja, jotka saavat henkilön näyttämään entistä suurikokoisemmalta. Pari heistä oli kyllästynyt vesiputouspäänteihin ja peittäviin rypytyksiin. Osa vanhemmista vastaajista halusi väljiä ja mukavia vaatteita, nuoremmat vastaajat taas halusivat muotoja esittäviä ja rohkeita ratkaisuja. Kolme henkilöä vastasi haluavansa kokojen 34-40 mallisia vaatteita isommissa ko'oissa, koska vaikka malli sopisi, koot eivät riitä.

Kuosit ja printit saivat yhdeltä vastaajalta palautetta, koska monet kuosit on sijoitettu vaatteen keskelle ja ne saavat vaatteen näyttämään kaukaa katsottuna yöasulta. Vaakaraidat eivät myöskään miellytä, koska niitä tarjotaan liikaa ja vastaajan mielestä ne leventävät.

Suurin osa kommenteista koski istuvuutta. 12 vastaaja oli sitä mieltä, että vaatteiden istuvuudessa on ongelmia. Hihojen niukkuutta ja housujen istuvuutta ihmeteltiin eniten. Housut olivat joko sopivat reisistä mutta vyötäröstä liian isot, tai sopivat vyötäröstä mutta olivat liian löysät reisistä. 3 vastaajaa tiesi melko tarkkaan, mitkä mallit sopisivat heidän vartalotyypilleen. Koska vartalotyyppejä on monta erilaista, olen suunnittelussani miettinyt, miten saisin vaatteet sopimaan mahdollisimman monelle vartalotyypille.

4 Mittasuhteiden tutkiminen

Kun silmä vertailee vaatekokonaisuuden pienintä kohtaa suurimpaan, voidaan puhua vaateen mittasuhteista (Deckert 2002, 13). Esimerkiksi kun takin kaulusta verrataan miehustaan. Vaatteiden mittasuhteet on oltava kohdillaan, jotta kokonaisuus näyttää hyvältä. Tasapainossa olevat mittasuhteet tekevät vaatteista mielenkiintoisen katsottavan ja vartalolle imartelevan. (Deckert 2002, 13.)

Tutkin tässä opinnäytetyössä sitä, miten yksityiskohtien mittasuhteilla saa vaatteista sopuisuutta. Koska mittasuhteiden tasapainoisuus perustuu yksityiskohtien toimivuuteen, päätin tehdä niistä oman tutkimuksen. Kyselyssä kysyin mielipiteitä kahdeksasta yksityiskohdasta.

Kyselyn mukaan kuluttajien mielestä päntien muodolla ja yksityiskohtien koolla on jonkin verran väliä. Siitä huolimatta muutamat vastaajat laittoivat palautteena, etteivät huomanneet eroa kuvien välillä, ja he keskittyivät vaatteessa muuhun kuin yksityiskohtaan. Olisin myös jälkepäin ajatellen voinut piirtää kokovartalokuvia asian selventämiseksi. Pienissä kuvissa oli hieman hankala ymmärtää mittasuhteita, ellei ole alan ammattilainen. Kyselyyn liittyi heikkouksia, koska on mahdotonta tietää miten rehellisiä vastaajat ovat, miten onnistuneita vastausvaihtoehdot ovat, miten hyvin vastaajat ovat ymmärtäneet kysymykset ja onko vastaajilla tarpeeksi osaamista vastata kysymyksiin (Hirsjärvi ym. 2007, 190).

Protoja eli sovituskappaleita olivat herrainkaulus, paitakaulus, kohoava päntie, tulppanihiha, vetoketjutasku ja paikkatasku. Protokappaleet sovitettiin sovitussmallin päälle, joka on N-2001-mittataulukon mukaan kokoa 56 (Taulukko 2), joka on suurempi kuin yrityksen tarjoama suurin koko. Ajattelin, että jos kaavoittamani yksityiskohdat toimivat suuremmassa koossa, toimisivat ne pienemmissäkin ko'oissa.

Taulukko 1.

Sovitusmallin mitat

	Mallin mitat (cm)
Rinnan ympäryys	130
Vyötärön ympäryys	126
Lantion ympäryys	143
Reiden ympäryys	64
Vartalon pituus	164

Yläosien protot on tehty joustamattomasta kankaasta, ja kaulukset yksinkertaisina, jossa raakareuna näyttää yksityiskohtien todellisen koon. Yläosien miehusta on kaavoitettu vyötärölle asti. Housujen proto on tehty lievästi joustavasta kankaasta, koska suunnittelemani housut tullaan myös valmistamaan joustavista kankaista. Sovitusmallilla on sovituksen aikana alla ohuet mustat sukkahousut ja musta perustoppi.

4.1 Herrainkaulus

Kaavoitin herrainkaulusen käyttäen Kauluksien kaavoituksia -kirjaa (Arkko & Koskinen 1999, 57 - 60). Tekemäni herrainkaulus on 30 cm pitkä olkasaumasta mitattuna päntien puolelta. Leveyttä on 8cm poikittaisesta saumasta mitattuna. Takana kaulus on 3,5cm leveä.



Kuvio 55. Herrainkaulus

Protosovituksessa ei tullut muutoksia. Muoto ja mittasuhteet olivat mielestäni sopivat kokonaisuuden kannalta. Herrainkaulusta kaavoittaessa tulisi pitää mielessä, että kauluksen on oltava tarpeeksi leveä olkasaumaan suhtautettuna. Kauluksen tulisi olla so-
pusuhtaisen näköinen ja nostaa katse ylöspäin kohti kaulaa.

4.2 Paitakaulus

Paitakaulus on kaavoitettu käyttäen Kauluksien kaavoituksia -kirjaa (Arkko & Koskinen 1999, 28 - 33.) Kaulus on edestä 14 cm leveä, olkasaumasta 8,5 cm leveä ja takaa 4 cm leveä.



Kuvio 56. Paitakaulus

Kavensin kaulusta edestä 2 cm ja takaa 1,5 cm, koska liian suuri kaulus on mielestäni liian vallitseva, ja koska kyseinen yksityiskohta on ajateltu farkkutakkiin, jossa on muitakin yksityiskohtia, voi liian suuri kaulus heikentää mittasuhteiden tasapainoa.

4.3 ”Kohoava” päantie

Päantien yksityiskohta on kaavoitettu miehustaa kopioiden ja kohoava osa Kauluksia kaavoituksia -kirjaa käyttäen. (Arkko & Koskinen 1999, 116 - 117.) Kaavoittamassani protossa oleva päantien leikkausauma on pituudeltaan 17 cm olkasaumasta mitattuna ja leveydeltään 4 cm edestä ja takaa 3cm leveä.



Kuvio 57. "Kohoava" pääntien edestä



Kuvio 58. "Kohoava" pääntien sivusta

Muutoksia tein pidentämällä eteen tulevaa kohtaa 4 cm, jotta kokonaisuus olisi enemmän tasapainossa. Muutoin kaulus toimii mielestäni hyvin. Kohoava osa istuu hyvin kaulaan ja saa kaulan näyttämään sirolta ja kapealta.

4.4 Tulppanihiha

Tulppanihihan kaavoitin käyttäen Googlen kuvanhakua ja omaa tietotaitoa. Hihaan etukappaleeseen on kuositeltu tulppanihihan muoto, ja sama toistuu takakappaleessa. Hiha on protossa 31 cm pitkä olkasaumasta alaspäin mitattuna ja 22 cm si-

vusaumasta mitattuna. Tulppaanihihan edessä oleva muoto on 18,5 cm olkasaumasta mitattuna.



Kuvio 59. Tulppaanihiha

Hiha on kokonaisuudessaan toimiva. Protossa se oli liian niukka ja leikkaussauma edessä on liian alhaalla. Lisäisin muutaman sentin lisää väljyyttä syötöksestä. Hiha on myös liian pitkä ollakseen siro ja kokonaisuuteen sopiva. Hihansuun tulisi asettua hive-nen kyynärpään alapuolelle, jolloin se tarjoaa sopivasti peittävyyttä, muttei ole liian do-minoiva kokonaisuuden kannalta.

4.5 Paikkatasku

Paikkatasku on piirretty suoraan housun takakappaleen keskelle. Tasku on protossa 16 cm leveä ja 16 cm korkea pisimmästä kohdasta. Lyhyemmät reunat sivuissa ovat 12,5 cm korkeat. Tasku on sijoitettu niin, että se on 9,5 cm sivusaumasta, 10,5 cm haara-koukusta ja 12 cm vyötäröstä.



Kuvio 60. Paikkatasku

Taskujen sijainti on liian alhaalla, ne ovat liian kaukana toisistaan ja liian kapeat. Siirtäisin taskua 2 cm kesemmälle ja leventäisin 1 cm. Nostaisin taskua 2 cm, jotta se ei rypistyisi pakaralan alaosassa. Taskun kokoa suunniteltaessa tulee ottaa takapuolen leveys huomioon. Jos tasku on liian pieni, se voi saada takapuolen näyttämään suuremmalta.

4.6 Vetoketjutasku

Vetoketjutasku on tehty housun etupuolelle. Protossa olevan vetoketjun tilalla on käytetty eriväristä kangasta. Tasku on 13,5 cm pitkä ja 1 cm leveä. Yläreuna on vyötäröstä mitattuna 11,5 cm ja alareuna on 17 cm vyötäröstä mitattuna.



Kuvio 61. Vetoketjutasku

Protossa tasku toimi mielestäni hyvin. Protossa miehustan kangas rypistyi pehmeän kankaan ja istuvuuden takia. Vetoketju toisi taskuun lisää lujuutta, joten se pysyisi paremmin tasaisena. Haluaisin myös siirtää taskua ylemmäksi, mikä voisi myös ratkaista kyseisen ongelman ja tasapainottaisi mittasuhteita.

5 Vartalotyypit ja niiden pukeminen

Muodokkaita naisia on monenlaisia. On pitkiä ja lyhyitä, on pyöreitä ja kurvikkaita. Eri vartaloille suunnitellussa on hyvä ottaa huomioon vartalon sekä hyvät että huonot ominaisuudet. (Deckert 2002, 10). Hyvin monella sivustolla luetellaan, miten vartalotyyppejä pitäisi pukea. Listasin alle muutaman näistä suosituksista. Säännöt on usein tehty rikottaviksi, enkä noudattanut näitä sääntöjä suunnitelmissani kovin orjallisesti, koska kyseessä oli nuoremmalle kohderyhmälle suunnattu mallisto. Tutkimusta tehdessäni selasin jonkun verran Pinterestia, jossa monet plus size –blogien kirjoittajat sanovat,

etteivät seurata pukeutumissääntöjä vaan kiinnittävät enemmän huomiota kokonaisuuteen.

5.1 A-vartalo

A-vartalotyypillä on leveämpi lantio suhteessa hartiaseluun ja painopiste on kehon alaosassa. Vartalotyyppi tunnetaan myös nimellä päärynävarhala, joka on myös yleisin varhala Suomessa. (Lindsberg 2014.) Pukeutumisessa kannattaa korostaa ylävarhala, yksityiskohdat nostavat katseen varhala yläpuolelle. Avoimet päntiet ja epäsymmetriset leikkaukset toimivat hyvin siinä. Alavartalon voi tasapainottaa leveillä bootcut housuilla ja a-linjaisilla hameilla. Vartalon kapeinta kohtaa eli vyötäröä kannattaa korostaa erilaisilla vöillä, empirelinjoilla mekoissa sekä kietaisuhameilla tai mekoilla. (Administrator 2013.)

5.2 H-vartalo

H-varhala on useimmiten samankokoinen hartiaselulta ja lantiostaan. (Lindsberg 2014). Poikamaisiksi kuvaillun varhala tyyppin pukemisessa kannattaa keskittyä naisellisuuden löytämiseen. Suosi päntteitä jotka korostavat naisellisuuttasi, kuten sweet-heart- sekä vesiputous-päntteitä. Käytä vaatteita, jotka luovat kurveja, kuten kynähameita ja alaspäin hieman leveneviä housuja. Yläosaa voi korostaa yksityiskohdilla, kuten röhelöillä ja helmikirjailuilla. (Administrator 2013.)

5.3 X-vartalo

X-varhalla on hartioiden ja lantion mittaan nähden kapea vyötärö. Vartalotyyppi tunnetaan myös tiimalasivarhala, jota pidetään ihannevarhala. (Lindsberg 2014.) Vartalotyyppi on helppo pukea kapeaan vyötärön takia. Yksityiskohdat kannattaa silti pitää varhala yläpuolella, jotta saa aikaiseksi pidentävän vaikutelman. Kapeaa vyötäröä korostetaan vöillä, ja muilla yksityiskohdilla, jotta silmä kohdistuu varhala parhaisiin puoliin. (Administrator 2013.)

5.4 Y-vartalo

Y-vartalolla tai ylösalaisin käännetyllä kolmiolla on kapeampi lantio suhteessa hartioihin. Vartalotyypille ominaista on myös vyötärö, joka ei yleensä erotu. (Lindsberg 2014.) Alaosaa voidaan tasapainottaa levenevillä hameilla, mutta myös tyköistuvat hameet ja yläosat ovat suositeltuja vartalotyypille. Väreillä voidaan tasapainottaa kokonaisuutta käyttämällä tummia värejä ylhäällä ja vaaleita alhaalla. (Administrator 2013.)

5.5 O-vartalo

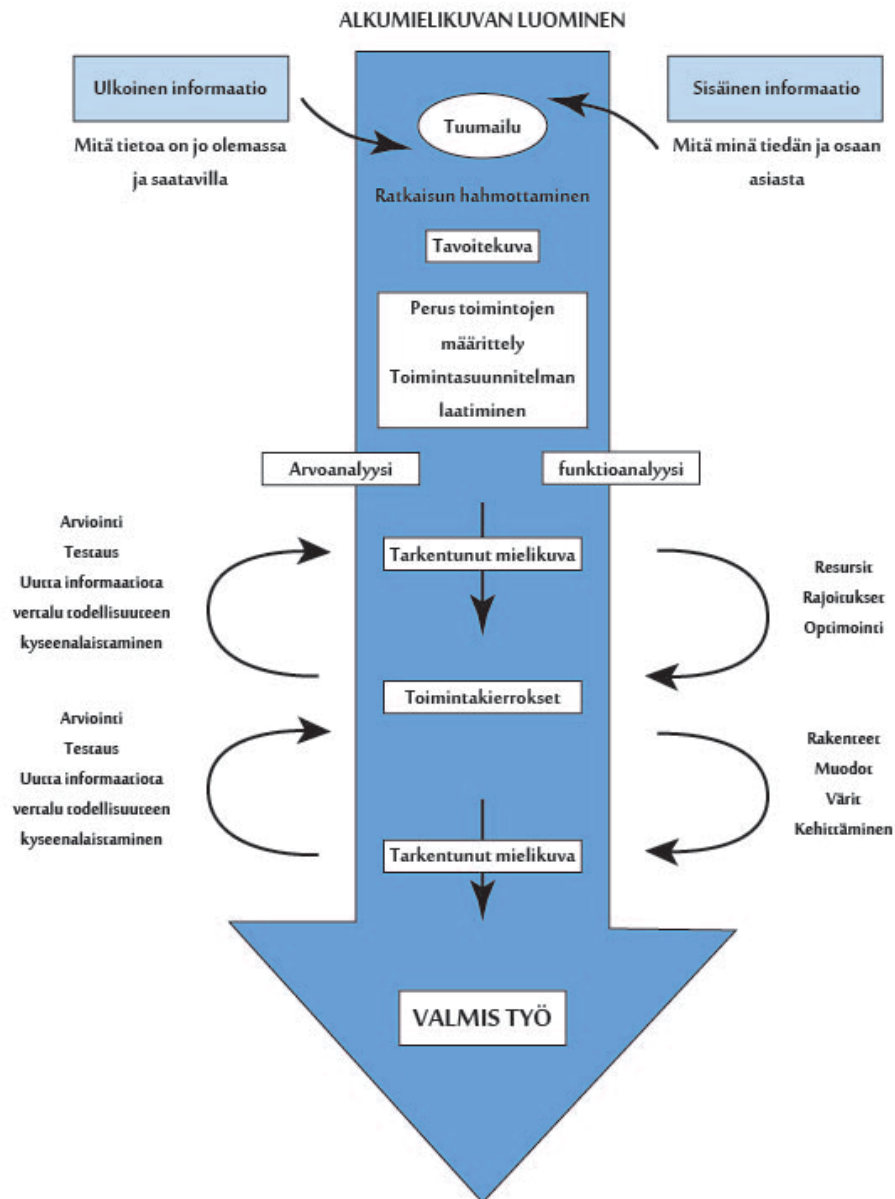
O-vartalo tunnetaan myös omenavartalona. Vartalontyyppin omaavilla on pyöreyttä keskivartalon kohdalla, vaikka muu vartalo voi olla hoikka. (Lindsberg 2014.) Vartaloa voidaan pyrkiä tasapainottamaan siirtämällä huomio pois keskivartalosta. Kaulaa voidaan korostaa erilaisilla pänteillä. Parhaiten toimivat laskeutuvat ja syvään uurretut päntit. Korkeat empireleikkaukset, kietaisumekot ja prinsessaleikkaukset tuovat pituutta ja maastouttavat vartalon pyöreuden. (Administrator 2013.)

Yhteenvetona vartalotyypeistä voi sanoa se, että pukiessa kannattaa pitää mielessä seuraavat asiat; Millainen vartalotyyppi on, mitkä ovat kohtia, joita halutaan korostaa tai peittää ja mitä vaatteiden mittasuhteet tekevät omalle vartalolle? Vaatteet kannattaa valita niin, että ne imartelevat omaa vartaloa ja erilaisilla yksityiskohdilla voi ohjata katseen sinne, mitä vartalossa halutaan korostaa (Deckert 2002, 10). Istuvuus on myös hyvin tärkeä; oikeanlainen istuvuus tekee vaatteesta imartelevan ja käyttäjän itsetunto kohoaa sitä käyttäessä. Hyvin istuva vaate on myös mukavampi päällä ja kestää kauemmin, kun vaatteen materiaali ei ole jatkuvasti rasituksen alla. (Deckert 2002, 7-8.)

6 Malliston suunnittelu

Suunnitteluprosessi on toteutettu noudattaen Anttilan (1993) muokattua mallia. Ensin luonnostelin tuotteita oman ja muualta hankitun informaation avulla. Kyselyjen vastusten perusteella muokkasinkin luonnokset enemmän kohderyhmälle sopiviksi. Seuraavaksi tein protokappaleita tuotteiden yksityiskohdista. Protokappaleisiin tehdyt muutokset ohjasivat malliston suunnittelua. Jos malliston työstämistä jatkettaisiin kaavoituksen ja valmistuksen puolelle, tekisin tuotteista protokappaleet sovitussmallille kokeiltavaksi ja

tekisin tarvittavat muutokset. Avaan mallistonsuunnittelun eri osia tarkemmin seuraavissa luvuissa.



Kuvio 62. Malliston suunnittelun ja valmistuksen prosessi. Muokattu Anttilan (1993) mallista

Toimeksiantaja ei suunnittele vain yhdelle vartalotyypille, vaan yleisesti kurvikkaille naisille. Vaatteissa on kuitenkin huomioitu erilaiset vartalomuodot, kuten rintaville pienempi yläosa ja runsaampi alaosa. (Hirvonen. 2015b.) Vaikka yritys ei niinkään tarjoa vaatteita sesongeissa, olen saanut ohjeen seurata sesonkia kevät-kesä 2017, ei niinkään pilkuntarkasti, vaan poimiakseni sieltä elementtejä, jotka toimisivat mallistossa. Valitsin WGSN:n sivuilta sesongin värit, sekä joitakin kuosi-ideoita.

6.1 Plus size –mallisto

Malliston kohderyhmänä ovat yli 25 -vuotiaat naiset. Olen itse määritellyt kohderyhmähenkilöksi 29 vuotiaan Angelan. Angela on ammatiltaan häävalokuvaaja, joka kirjoittaa vapaa-ajalla plus size -muotiblogia. Hän nauttii yksin kotona olemisesta, mutta välillä myös kaupungin vilinästä. Hän asuu pienessä yksiossa New Yorkissa ja hänen seuraanaan on pieni kissa nimeltään Beau.



Kuvio 63. kohdehenkilöntaulu.

Suunnittelussa on tärkeä ottaa huomioon vartaloiden mittasuhteet. Jos haluaa näyttää pidemmältä ja hoikemmalta, kannattaa suosia poikittaisia leikkauksia, jotka ovat yksi kolmasosa tai kaksi kolmasosaa vartalosta. Empire-leikkaus on esimerkki yhden kolmasosan leikkauksesta. Sen sijaan keskellä oleva leikkaussauma leikkaa kokonaisuuden kahteen osaan, ja voi lyhentää ja leventää henkilöä. Mittasuhteet vaatteissa voivat vaihtua kokojen vaihtuessa, joten on hyvä myös piirtää vaatteita suuremmissa koossa. (Deckert 2002, 13.) Siksi olen tehnyt kaikki luonnokseni noin 54 kokoisen vartalopohjan päälle.

Suunnittelussa oli otettu mukaan rock-henkisyyttä yksityiskohtien avulla. En suunnitellut yhtä vartalotyyppiä silmällä pitäen vaan käytin ratkaisuja, jotka sopivat monelle vartalotyyppille, kuten avaria pääniteitä ja leveneviä helmoja.

6.2 Kuosien suunnittelu ja värien valinta

Ihastuin trendejä selatessani trooppisiin kukkiin, ja näiden kirkkaisiin väreihin. Rohkealla kuosilla saa mielenkiintoa muuten yksinkertaisiin vaatemalleihin. Mallistoa ajatellen halusin värikkään kukallisen kuosin vastapainoksi ottaa graafisemman kuosin, joka toimisi monissa eri väreissä. Rockhenkisyttä lisäsin ottamalla mallistoon pari printtiä, jotka toimisivat myös useissa väreissä.

Kyselyssä värit ja kuosit saivat istuvuuden jälkeen eniten arvostelua. Vaaleat ja herkät kuosit saavat henkilön näyttämään suuremmalta kun taas toisenlaisia kuosia pidettiin vanhahtavina ja tylsän värisinä. Vaatteiden värit saivat vastaajien mielestä olla kirkkaammat, ja muutama vastaaja ihmetteli, miksi ruskeita vaatteita ei tarjota missään.

Värit ja kuosit voivat muuttaa vaatteen kokonaiskuvan. Vaaleat ja kirkkaat värit saavat vaatteen näyttämään suuremmalta, kun taas tummemmat ja murretut värit pienentävät. Kuoseissa tarkat ja selkeästi kuvioidut kuosit suurentavat ja sumeat ja utuiset kuosit pienentävät. Katse seuraa kuosien suuntaa. Siksi vaakaraidat saavat henkilön näyttämään lyhyemmältä ja leveämmältä, kun taas pystyraidat tai kuosit kaventavat ja pidentävät. Kuosien kokoa on myös mietittävä tarkkaan. Suuret kuosit näyttävät sopusuhteisemmalta isokokoisemman naisen päällä, koska kuosin mittasuhteet sopivat paremmin vaatteen kokoon. (Deckert 2002, 21 - 22.)

6.3 Kankaiden valinta

Kankaita valittaessa kannattaa pitää mielessä vaatteiden käyttötarkoitus. Plus size -vaatteisiin kohdistuu paljon räsitystä, esimerkiksi sisäreiden kohdalla ja se tulisi ottaa suunnitteluvaiheessa huomioon. Plus size -henkilöillä on suuremman rasvaprosentin takia parempi eristys ja kerrosten pukeminen päällekkäin voi aiheuttaa hikoilua. Kerrostaminen tai liian paksut kankaat voivat suurentaa henkilöä entisestään, joten kevyemmät ja hengittävät kankaat ovat parempi vaihtoehto. Kankaan valinnassa pitää myös miettiä, miten vaate käyttäytyy henkilön istuessa. Plus size -henkilön istuessa vartalo leviää enemmän kuin laihemmalla henkilöllä, jolloin vaatteisiin kohdistuu suurempia jännityksiä.

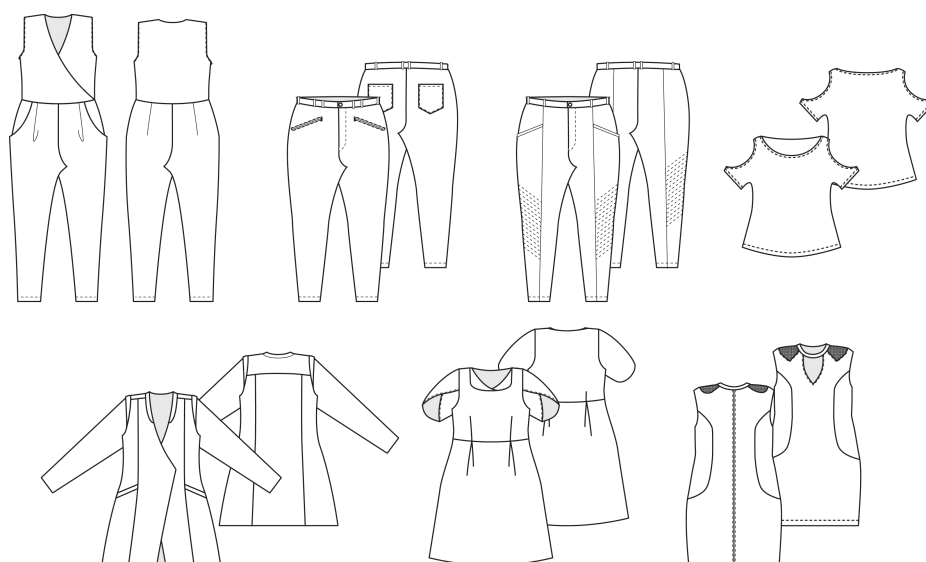
Kyselyn mukaan osa vastaajista suosii luonnonkuituja. Syiksi mainittiin kestävyys sekä käyttömukavuus. Kankaat eivät monien mukaan saaneet myöskään olla liian ohuita,

koska ohut kangas on kestävyydeltään huono, eikä näytä hyvältä ollessa sähköinen ja liimautuessaan vartaloon näyttäen muotoja ei-toivotuissa kohdissa.

Kankaita valitessa tiesin, että halusin ryhdikkäitä mutta joustavia kankaita. Suurin osa vaatteista on tyköistuvia, ja se vaatii kankaalta ryhdikkyyttä. Ryhdikkyys myös antaa hyvin tukea ja saa vaateen näyttämään kalliimmalta. Mekkoihin ja joihinkin yläosiin halusin joustavan, mutta laskeutuvan kankaan. Näin vaate näyttää huolettomalta, mutta kauniilta, ja laskeutuva mekko lisää naisellisuutta. Halusin lisätä mallistoon rockhenkisyden takia myös jotain särmikästä, kuten tekonahkaa, ja ihoa paljastavaa verkkokangasta.

6.4 Lopulliset mallit

Lopullisessa mallistossa on yhteensä 7 tuotetta: kaksi mekkoa, haalarit, takki, yläosa ja kahdet housut. Mekkoja on kaksi niiden monikäyttöisyyden takia; mekkoja voidaan käyttää sesongista toiseen denieriä vaihtamalla. Housuja on myös kaksi, sillä niitä ei ole mielestäni tarpeeksi, ja kyselyyn vastanneet halusivat nähdä enemmän housuja valikoimassa. Haalarit, takki ja yläosa viimeistelevät malliston kokonaisuuden. Niitä on helppo yhdistää joko asiakkaan vaatekaapissa jo olemassa oleviin tuotteisiin tai suunnittelemani malliston tuotteisiin. (kuvio 64)



Kuvio 64. Malliston tasokuvat

7 Pohdinta

Opinnäytetyön tutkimusosio oli omasta mielestäni mielenkiintoinen ja opettavainen kokemus. Kyselyn kautta sain kuulla kuluttajien mielipiteitä ja saada tukea siihen, minkä jo tiesin: pluskokoisten naisten vaatetus vaatii toimenpiteitä. Tuotteet jotka ovat ”plus size” ovat usein tylsiä, leveitä ja ruman värisiä, tuotteiden suunnittelua ei ole viety loppuun asti ja sommittelu voi olla jäänyt vajaaksi.

Opinnäytetyön tavoite oli alusta lähtien hyvin selkeä. Tiesin mitä minun pitää tehdä ja miten asiaa pitää käsitellä. Kyselyn tekeminen oli kuitenkin jokseenkin haasteellista. En ole aiemmin tehnyt näin julkista kyselyä, jossa näin moni pääsi katsomaan ja vastaamaan. Olisin halunnut näin jälkiviisaana muotoilla tietyt kysymykset eri tavalla ja tehdä muutamia lisäkysymyksiä. Olen kuitenkin tyytyväinen kyselyn tuloksiin siihen, miten kysely vaikutti lopulliseen mallistooni.

Mittasuhteiden tutkiminen oli informatiivinen kokemus. Suunnittelijana on joskus vaikea ennakoida, miltä tuote näyttää toisen päällä ennen kuin siitä tehdään sovituskappale. Mittasuhteita tutkittuani tiedän paremmin kuinka jokin yksityiskohta toimii, ja mitä kannattaa pitää mielessä sitä suunniteltaessa ja kaavoittaessa. Jatkotutkimusta voisi tehdä muiden yksityiskohtien osalta; erilaisia taskuja ja taskunsuita, erilaisia nappi- ja vetoketjulistoja sekä muita kauluksia.

Olisi mukava päästä joskus kaavoituksen puolelle tutkimaan plus size –kaavoitusta, ratkaisuja, joilla saadaan istuvia vaatteita, miten vartalon muoto vaikuttaa kaavoihin ja miten kaavoja tulisi sarjoa, jotta erikokoiset vaatteet olisivat yhtä istuvia.

Mallistoa suunnitellessani pidin koko ajan silmällä omaa kohderyhmääni, käyttäisivätkö he näitä vaatteita, toimisivatko nämä ratkaisut heillä ja olisiko tälle vaatteelle ostajaa? Malliston suunnitteluun meni loppujen lopuksi vähemmän aikaa kuin olisin itse halunnut. Aikaa meni enemmän tutkimukseen ja sen analysoimiseen. Suomeksi kirjoittaminen on myös minulle hieman haastavaa suomen ollessa toinen kieleni, joten tarkistamiseen ja ajatteluun meni enemmän aikaa kuin olisin toivonut. Aikataulu venyi pari viikkoa odotettua pidemmäksi.

Itse olen tyytyväinen opinnäytetyöhöni. Opin paljon uutta plus size -vaatetuksesta, vaatteiden mittasuhteista ja eri vartaloiden pukemisesta. Seuraavaksi teen mallistokansion yritykselle.

Lähteet

Administrator, AbbeyPost. Plus Size Fashion: Dress for your Body Shape. <<http://192.241.224.100/blog/plus-size-dress-for-your-body-shape/>> (Luettu 17.2.2016)

Anttila, Pirkko 2005. Ilmaisuu, teos, tekeminen ja tutkiva toiminta. Tallinna AKATIIMI Oy

Arkko, Hillevi & Koskinen, Marja-Leena. Kauluksien kaavoituksia. Keuruu: Otava

Deckert, Barbara 2002. Sewing for plus sizes. Newton: The Tauton Press

Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara Paula 2007. Tutki ja kirjoita. Keuruu: Otava

Hirvonen, Sari 2015a. Excuse My Bonbon –tarina. Excuse My Bonbon. <<http://www.excusemybonbon.com/tarina/>> (Luettu 20.11.2015)

Lindsberg, Pauliina 2014. Naisten vartalo tyypit ja pukeutuminen – tunnista omasi. Klingel. <<http://www.klingel.fi/naistenhaku/naisten-vartalo-tyypit-ja-pukeutuminen-tunnista-omasi/>> (Luettu 9.12.2015)

MTV 2012. Pluskokoinen nainen, näin pukeudut vartaloasi imarrellen. <http://www.mtv.fi/lifestyle/tyyli/artikkeli/plus-kokoinen-nainen-nain-pukeudut-vartaloasi-imarrellen/3304972> (Luettu 17.4.2016)

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2015. Lihavuuden yleisyys Suomessa. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. <<https://www.thl.fi/fi/tutkimus-ja-asiantuntijatyo/hankkeet-ja-ohjelmat/kansallinen-lihavuusohjelma-20122015/lihavuus-lukuina/lihavuuden-yleisyys-suomessa>> (Luettu 9.12.2015)

Vilkkä, Hanna & Airaksinen Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Tammi

Vine, Sara 2015. The world's only catwalk with wobbly bits. Daily mail. <<http://www.dailymail.co.uk/femail/article-3233102/The-world-s-catwalk-wobbly-bits-super-skinny-models-fly-London-Fashion-Week-Sarah-Vine-gets-row-seat-UK-Plus-Size-Fashion-Week.html>> (Luettu 9.12.2015)

Haastattelut:

Hirvonen, Sari 2015b. Yrityksen omistaja. Excuse My BonBon. Haastattelu sähköpostitse. 5.11.2015

Hirvonen, Sari 2015c. Yrityksen omistaja. Excuse My BonBon. Haastattelu puhelimitse. 3.11.2015

Hirvonen, Sari 2015d. Yrityksen omistaja. Excuse My BonBon. Haastattelu sähköpostitse. 26.11.2015

Kuvalähteet:

Kuvio 1. Excuse My Bonbon 2015. BonBon -nainen.
<<http://www.excusemybonbon.com/look/>> (Luettu 9.12.2015)

Kuvio 31 Excuse My BonBon 2015. Excuse my BonBon kaikki tuotteet.
<<http://kauppa.excusemybonbon.com/>> (Luettu 23.3.2016)

Kuvio 62 Vaatteet ja haasteet 2006. Malliston suunnittelun ja valmistuksen prosessi.
Muokattu Anttilan (1993) mallista.

Kyselylomake

Olen tekemässä Metropolian AMK:n vaatetusalan opinnäytetyönä mallistoa Excuse My BonBonille, joka tarjoaa vaatteita kurvikkaille naisille koosta 40 – 54. Tarvitsisin mielipiteitä vaatteiden haasteista ja ongelmista, mistä ostatte vaatteenne ja mistä haette inspiraatiota pukeutumiseenne. Lopussa on vielä mielipidekysely yhteistyöyritykseni jo olemassa olevista tuotteista.

Kyselyyn vastaamiseen menee aikaa noin 10 min. Kaikki vastaukset käsitellään nimettömänä.

Taustaa

1. Minkä ikäinen olet?

20 – 25	36 – 40
26 – 30	41 – 50
31 – 35	yli 50

2. Mitä vaatekokoa käytät tällä hetkellä?

(Minkä kokoisen vaatteen olet viimeksi ostanut kaupasta?)

40 – 42	52 – 54
44 – 46	yli 56
48 – 50	

Ostotottumuksista:

3a. Mistä yleensä ostat vaatteitasi? (pakollinen kysymys)

- ketjumuymälöistä
- kivijalkamyymälöistä tai putiikeista
- nettikaupoista
- kirpputoreilta
- Teen itse / teetän
- Muu, Mikä?

b. Minkä nimisistä paikoista ostat vaatteita edellä mainituista vaihtoehdoista? (Pakollinen kysymys)

4. Mitä tuotemerkkejä suosit?

5. Mitä värejä suosit pukeutumisessasi? Valitse enintään neljä

- Valkoinen
- Keltainen
- Oranssi
- Punainen
- Turkoosi
- Vihreä
- Sininen
- Pinkki
- Lila
- Harmaa
- Musta

6. Miten paljon käytät kuviollisia vaatteita? (pakollinen kysymys)

- Melkein kaikki vaatteeni ovat kuviollisia
- Yli puolet vaatteistani ovat kuviollisia
- Puolet vaatteistani ovat kuviollisia
- Alle puolet vaatteistani ovat kuviollisia
- En omista kuviollisia vaatteita
- En omista yhtään kuviollista vaatetta, mutta haluaisin löytää minulle sopivia kuviollisia vaatteita

7. Vaikuttaako materiaali ostospäätökseesi? (pakollinen kysymys)

- Kyllä
- Ei
- Joskus

8. Mikä on yleisin syy, miksi joku vaate on jäänyt ostamatta?

- Materiaali
- Istuvuus
- Malli
- Väri
- Koko
- Muu, Mikä?

Inspiraatiot pukeutumisessa

9a. Mistä saat inspiraatiota pukeutumiseesi?

- Instagram
- Pinterest

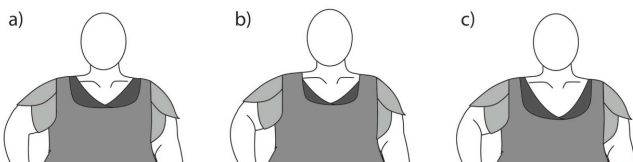
- Facebook
- Blogit
- Muoti-, mainos-, aikakauslehdet
- Myymälöistä ja nettikaupoista
- Messut
- Muu, mikä?

b. Ketä tai mitä seuraat näistä edellä mainituista paikoista tai sivustoista?

Mittasuhteet

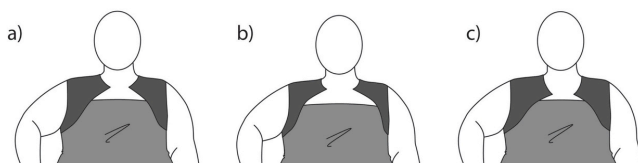
Valitse alla olevista vaihtoehdoista se, joka miellyttää sinua eniten.

10. Pääntie 1



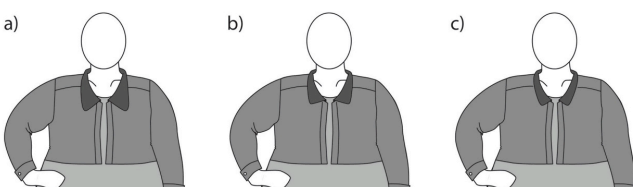
- a
- b
- c

11. Pääntie 2



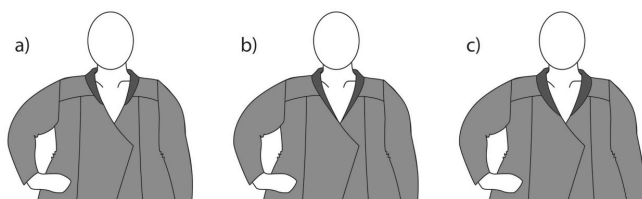
- a
- b
- c

12. Kaulus 1



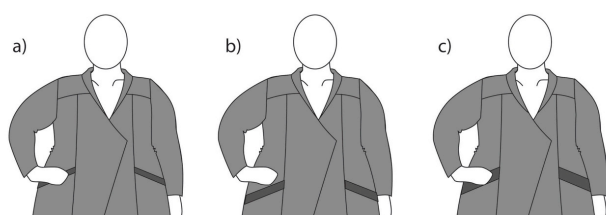
- a
- b
- c

13. Kaulus 2



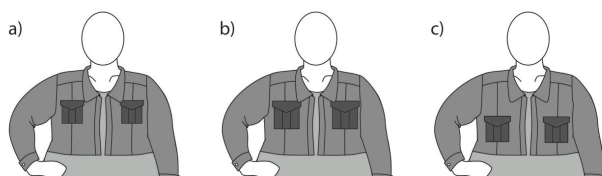
- a
- b
- c

14. Taskut 1



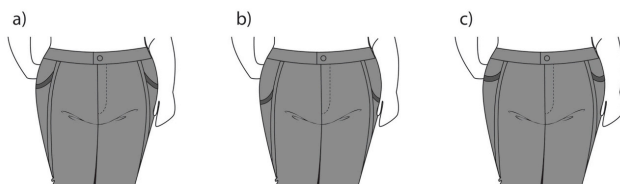
- a
- b
- c

15. Taskut 2



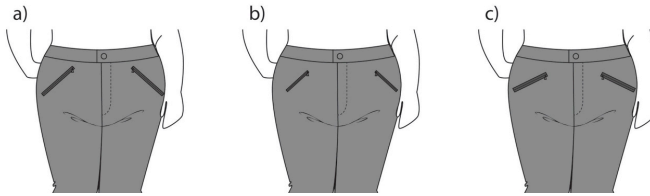
- a
- b
- c

16. Taskut 3



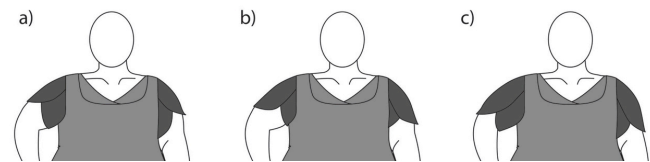
- a
- b
- c

17. Taskut 4



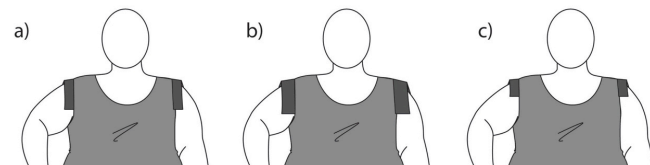
- a
- b
- c

18. Hiha 1



- a
- b
- c

19. Hiha 2



- a
- b
- c

Mielipidekysely

Ennen kuin vastaat alla oleviin mielipidekysymyksiin, käy tutustumassa Excuse My BonBon valikoimaan alla olevasta linkistä.

<http://kauppa.excusemybonbon.com/>

20. mieltä olet tarjolla olevista tuotteista? (Pakollinen kysymys)

Arvioi ainoastaan mallin ja muodon perusteella

	Pidin kaikista tuoteryhmän vaatteista	Pidin puolesta tuoteryhmän vaatteista	Pidin yhdestä tuoteryhmän vaatteista	En pitänyt mistään vaatteista tästä tuoteryhmästä	En osaa sanoa
Mekot ja tunikat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hameet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leggingsit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Takit, ponchot ja keepit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puserot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Mitä olet mieltä tuotteiden väreistä?

- Tuotteet ovat kivan värisiä
- Tuotteet ovat liian samanvärisiä
- Tuotteet saisi olla muissakin väreissä
- En osaa sanoa

22. Mitä värejä yrityksen pitäisi tarjota seuraavassa sesongissa?

- Valkoinen
- Keltainen
- Oranssi
- Punainen
- Turkoosi
- Vihreä
- Sininen
- Pinkki
- Lila
- Harmaa
- Musta
- Kuviollisia / monivärisiä

23a. Mikä yrityksen tarjoamista vaatteista kiinnostaa eniten?

b. Miksi?

24a. Mikä yrityksen tarjoamista vaatteista kiinnostaa vähiten?

b. Miksi?

25. Mitä vaatteita toivoisit merkiltä jatkossa? (valitse enintään viisi)

- Farkut
- leggingsit
- shortsit
- hameet

- mekot
- tunikat
- takit
- puseroita
- muu, mikä?

26. Minkä tyylisiä vaatteita toivoisit merkiltä jatkossa? (pakollinen kysymys) (valitse enintään kaksi)

- Nuorekkaita
- Muodikkaita
- Klassisia
- Huomiota herättäviä
- Värikkäitä
- Särmikkäitä
- Naisellisia

27. Vapaa sanaa tuotteista. Max. 250 merkkiä.

Sähköposti keskustelu Sari Hirvosen kanssa

1. Milloin yritys on perustettu?

Yritys on perustettu huhtikuussa 2014 ja verkkokauppa lanseerattu huhtikuussa 2015.

2. Mikä on yrityksen tarina?

Voit käyttää seuraavaa tekstiä -> "Excuse My BonBon uhkuu itsevarmaa elämästä nauttimisen filosofiaa. Excuse My BonBon ei pyytele anteeksi, vaan elää elämäänsä täysillä herkutellen. Tämän brändin tuotteissa on asennetta yhtä paljon kuin sen käyttäjässä.

Kuka on päättänyt, että langanlaiha nainen on aikamme kauneusihanne? Kun kysyy ihmisiltä heidän naisihannettaan, niin vastauksia on monia, mutta harva liittyy kokoon. Joten heitetään ontot käsitykset sikseen ja keskitytään elämästä nauttimiseen. Excuse My BonBon on brändi, joka keskittyy hyvään (bon) ja järkyttää maailmaa pistämällä julkisesti suklaakonvehdin suuhunsa (bonbon) ja nauraa vielä päälle niin sydämellisesti ettei siihen voi kuin rakastua. Excuse My BonBon voisi muotoutua asennetta kuvaavaksi lentäväksi lauseeksi. Kun sattuu tekemään jotain hullunkurista, voi sen kuitata suloisesti hymyillen ja sanoa "Excuse My BonBon" ja vastapuoli tietää, että niin ilo kuin itsetuntokin ovat tässä naisessa kohdallaan. Kurvikasta vartaloa eivät langanlaihat voi saada luonnostaan vaikka haluaisivatkin, mutta heitä emme voi auttaa kuin sanomalla: "Milkshake a day helps the lovehandles stay!" Excuse My BonBon.

3. Montako työntekijää yrityksellä on tällä hetkellä?

Yrityksessä on tasan yksi työntekijä eli minä, mutta toimin yhteistyössä eri sidosryhmien kanssa, joten "tiimin" koko vaihtelee koko ajan.

4. Missä tuotteet valmistetaan?

Tuotteet valmistetaan Suomessa, Virossa ja Portugalissa.

5. Kuka suunnittelee tuotteet?

Minä.

6. Missä tapahtuu tuotteiden kaavoitus ja sarjonta?

Kaavoitus ja sarjonta sekä mallikappaleiden ompelu tapahtuu Suomessa.

7. Missä tuotteita markkinoidaan?

Facebookissa, Instagramissa, Pinterestissä sekä erilaisten medioiden (mm. lehdet) että suoramyyntitapahtumien kautta.

8. Millaisen vastaanoton tuotteet ovat saaneet?

Tuotteet ovat saaneet todella positiivisen vastaanoton, joten ilmeisesti jotain uutta kurvikkaiden naisten muotiin on kaivattu.

9. Onko malliston tuotteet suunniteltu tietyille vartalotyypille? Jos kyllä niin millaiselle vartalotyypille?

Vaatteet on suunniteltu kurvikkaalle naistyyppille, mutta eiväthän kaikki kurvikkaatkaan omaa samanlaista vartaloa, joten tuotteissa on yritetty ajatella erilaisia vaihtoehtoja (rintava, pieni yläosa suurempi alaosa jne.).