



Mia Lappalainen

# Verkkokaupan viestintäkeinojen kehittäminen rintaliivien palautusten vähentämiseksi

Case: Lovanna Lingerie

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Vestonmi (AMK)

Vaatetusalan tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

02.11.2021

## Tiivistelmä

Tekijä(t):	Mia Lappalainen
Otsikko:	Verkkokaupan viestintäkeinojen kehittäminen rintaliivien palautusten vähentämiseksi
Sivumäärä:	58 sivua + 1 liitettä
Aika:	02.11.2021
Tutkinto:	Vestonomi (AMK)
Tutkinto-ohjelma:	Vaatetusalan tutkinto-ohjelma
Suuntautumisvaihtoehto:	-
Ohjaaja(t):	Lehtori, KM, Ülle Liesvirta
	Suunnittelija, Maria Kinnunen

---

Työn tavoitteena oli tutkia, kuinka verkkokaupan rintaliivioso-oppaita saataisiin paranneltua niin, että palautukset väärän kokoisten rintaliivien takia vähentyisivät. Lisäksi työssä selvitettiin kuluttajien mielipiteitä siitä, mitä ohjeita he tarvitsisivat oikean kokoisten rintaliivien löytämiseksi. Tutkimus toteutettiin tapaustutkimuksena. Tutkimusongelman ratkaisuun käytettiin kirjallisia lähteitä, havainnointia sekä kyselytutkimusta.

Kyselytutkimus jaettiin opinnäytetyön tekijän ja toimeksiantajayrityksen sosiaalisessa mediassa, Instagramissa. Kyselyllä selvitettiin kuluttajien kokemuksia rintaliivien ostamisesta internetistä ja mielipiteitä liittyen rintaliivien ohjeisiin verkkokaupassa. Kyselytutkimus vahvisti rintaliivioso-oppaan tärkeyden rintaliivien ostossa.

Tuloksista ilmeni eri viestintäkeinojen auttavan kuluttajaa löytämään oikean koon. Erityisesti mittataulukoiden, tuotteen tietojen ja tuotekuvien merkitys korostui. Tämän opinnäytetyön myötä toimeksiantajayritys sai tietoa siitä, kuinka kehittää verkkokaupan rintaliivioso-opasta, jotta palautuksia pystyttäisiin vähentämään.

Tutkimuksen tulosten pohjalta yritys sai käsityksen verkkokaupan rintaliivioso-oppaiden vahvuuksista ja kehittämiskohteista sekä näiden pohjalta yritys voi tehdä konkreettisia muutoksia verkkosivuilleen vähentääkseen palautuksia.

Avainsanat: Verkkokauppa, rintaliivit, istuvuus, palautukset.

## Abstract

Author(s): Mia Lappalainen  
Title: Developing webshop communication methods to reduce bra returns  
Number of Pages: 58 pages + 1 appendices  
Date: 02.11.2021

Degree: Bachelor of Culture and Arts  
Degree Programme: Fashion and clothing  
Specialisation option: -  
Instructor(s): Ülle Liesvirta, Lecturer, M. Ed.  
Maria Kinnunen, Designer

---

The aim of this thesis was to investigate how to develop an online store's bra buying guide to reduce returns from buying the wrong size bra and to get customers opinions on what instructions they need to find the correct size bra online. The research method of this thesis was case study. Data was gathered from literary sources, observations and through a consumer survey.

The survey was distributed to the author's followers and Lovanna Lingerie's customers through a social media channel (Instagram). The aim of the survey was to investigate customers' experiences about buying bras online and their opinions about bra buying guides on the internet. The results confirmed the importance of the bra buying guide in buying the right size bra.

The study results showed that different means of communication will help customers to find the correct size bra for them. Especially size charts, product information and product pictures will help the most. From this thesis Lovanna Lingerie got information about how to develop their online store's bra buying guide to reduce returns.

Based on the findings the company got an understanding about the strengths and key development areas of their bra buying guide. On the basis of the results the company can make changes to their online store to decrease returns.

Keywords: Online store, bra, fit, returns

## Sisällys

<b>1</b>	<b>Johdanto</b>	6
<b>2</b>	<b>Tutkimuksen lähtökohdat</b>	7
2.1	Yhteistyöyrityksen esittely	7
2.2	Tutkimusongelma	7
2.3	Aiheen rajaus	8
2.4	Tutkimusmenetelmät ja aineistonkeruu	9
<b>3</b>	<b>Rintaliivien teoria</b>	10
3.1	Rintaliivien historia lyhyesti	10
3.2	Rintaliivimallit	15
3.3	Rintaliivien rakenteet	16
3.4	Rintaliivien koot	18
3.5	Rintaliivien istuvuuteen vaikuttavat tekijät	19
3.5.1	Rinnan malli	19
3.5.2	Rintojen muoto	21
3.5.3	Rintakehän muoto	22
3.5.4	Vartalotyytit	24
3.5.5	Ikä	26
3.5.6	Muut istuvuuteen vaikuttavat tekijät	28
3.6	Sopivien rintaliivien valinta	28
3.7	Väärän kokoisten rintaliivien käytön haittavaikutuksia	30
<b>4</b>	<b>Kyselytutkimus</b>	32
4.1	Kyselyn lähtökohdat	32
4.2	Kyselyn vastausten analysointi	32
4.3	Ikä	33
4.4	Kuluttajan omat rintaliivit	34
4.5	Rintaliivien ostaminen netistä	37
4.6	Lovannan rintaliivit ja opas	41
<b>5</b>	<b>Yhteenveto</b>	48
<b>6</b>	<b>Pohdinta</b>	48
	<b>Lähteet</b>	51
	<b>Kuvalähteet</b>	54



**Liitteet**

## 1 Johdanto

Ajan saatossa rintaliivit ovat kehittyneet erittäin monimutkaiseksi vaatteeksi, joka tukee rintoja (Shin 2015, n.d.). Valituilla rintaliiveillä voi olla valtava vaikutus elämän eri osa-alueisiin. Epämukavat rintaliivit vaikuttavat itsevarmuuteen, terveyteen ja sosiaaliseen elämään. (What a good and comfortable bra? n.d.) Rintaliivien ostaminen netistä voi tuntua monesta kummalliselta ja oudolta ajatukselta. Syinä voi olla, että tuotetta ei voi sovittaa tai että vain asiantuntija osaa löytää oikean koon. Jotkut naiset saattavat kokea oikean kokoisten rintaliivien löytämisen vaikeaksi, sillä he luulevat, etteivät tiedä rintaliivien kokotaulukoista tarpeeksi. (Mervi 2017.)

Opinnäytetyössä kehitetään Lovanna Lingerie rintaliivioso-oppaan sisältöä. Tässä tapaustutkimuksessa käsitellään rintaliiveihin liittyvää teoriaa, jotta saadaan tietoa, mitä elementtejä tulisi huomioida rintaliivioso-oppaan sisällön määrittämisessä. Tässä opinnäytetyössä rintaliivioso-oppaalla tarkoitetaan kaikkea verkkokaupasta löytyvää tietoa, joka auttaa oikean kokoisten rintaliivien valinnassa. Työn tavoitteena on tutkia, kuinka verkkokaupan rintaliivioso-oppaita saataisiin paranneltua niin, että palautukset väärän kokoisten rintaliivien takia vähentyisivät. Lisäksi halutaan saada kuluttajien mielipiteitä siitä, mitä ohjeita he tarvitsisivat oikean kokoisten rintaliivien löytämiseksi. Tutkimukseen haetaan aineistoa kyselytutkimuksella, jonka kysymykset liittyvät kuluttajan omiin rintaliiveihin, rintaliivien ostamiseen internetistä sekä oikean koon löytämiseen. Kyselyn tavoitteena on saada laajaa tietoa kuluttajien kokemuksista ja mielipiteistä liittyen rintaliivien ohjeisiin. Tämä opinnäytetyö käsittelee vain rintaliivejä, sillä alusvaatteet tuoteryhmänä olisi ollut liian laaja tähän työhön. Opinnäytetyössä ei luoda uutta rintaliivioso-opasta, vaan tarkoituksena on ainoastaan kehittää oppaan sisältöä.

Tämä opinnäytetyö koostuu viidestä pääluvusta, joista ensimmäinen on opinnäytetyön johdanto. Toisessa luvussa esitellään toimeksiantajayritys, tutkimuskysymys sekä muodostetaan tutkimuksen teoreettinen viitekehys. Seuraava pääluke syventyy rintaliiveihin liittyvään teoriaan. Tässä luvussa selvitetään, mitkä asiat vaikuttavat rintaliivien istuvuuteen ja miten oikean kokoisten rintaliivien pitäisi istua sekä selvitetään, miten väärän kokoiset rintaliivit vaikuttavat elämään. Neljännessä luvussa perehdytään ja analysoidaan kyselytutkimusta. Lopuksi esitetään yhteenveto tutkimuksesta ja arvioidaan työn luotettavuutta.

## 2 Tutkimuksen lähtökohdat

### 2.1 Yhteistyöyrityksen esittely

Tutkimuksen yhteistyöyrityksenä toimiva Lovanna Lingerie on suomalaisen Mercatus oy:n tuotemerkki. Lovanna Lingerie lisäksi Mercatusen toimintaan kuuluu eurooppalaisten tekstiilialan brändien maahantuontia. Mercatus on perustettu vuonna 1993, ja se toimii Kuopiossa. (Lovanna Lingerie 2021.)

Lovanna Lingerie arvoihin kuuluvat hyvinvointi, vastuullisuus ja estetiikka. Heidän tuotteitaan ovat kaarituelliset rintaliivit, bralette-rintaliivit, alushousut ja olo- sekä yöasut. Tuotteissa käytetään Öko-Tex Standard 100 -luokan 2 vaatimukset täyttäviä materiaaleja, jotta varmistetaan ihokontaktissa olevien tuotteiden turvallisuus ja myrkyttömyys. Mukavuus ja istuvuus ovat myös tärkeitä Lovanna Lingerielle. Tuotteet on suunniteltu pehmeiksi ja tukeviksi. Lisäksi kokovalikoimassa on myös huomioitu isommat koot. (Lovanna Lingerie 2021.)

Brändin alusasut on suunniteltu Suomessa ja valmistettu Euroopassa, pääosin Latviassa. Tuotteissa käytettyihin materiaaleihin kiinnitetään erityistä huomiota, sillä Lovanna Lingerie haluaa pitää toiminnastaan aiheutuvan ympäristökuorman mahdollisimman pienenä. Materiaalit on valittu suosien luomu-, selluloosa- ja kierrätyskuituja. Näillä valinnoilla Lovanna Lingerie saa vähennettyä tuotannon päästöjä ja toimittua ekologisemmin. (Lovanna Lingerie 2021.)

Verkkokauppa on Lovanna Lingerie ainoa oma myyntikanava, kivijalkamyymälää yrityksellä ei ole. He myyvät verkkokaupassaan vain oman brändin tuotteita. Lovanna Lingerie tuotteiden jälleenmyyjä ovat mm. Helsingissä Funky Lady ja Nudge, Oulussa Kure Store ja Hämeenlinnassa Alusasuliike Siro. Netissä toimivia jälleenmyyjä ovat mm. Ivalo.com, alusasuliike.fi ja niinsun.fi. (Lovanna Lingerie 2021.)

### 2.2 Tutkimusongelma

Tämä opinnäytetyö on tehty Lovanna Lingerielle toimeksiantona ja se liittyy Lovanna Lingerie rintaliiviesto-oppaan kehittämiseen. Rintaliivien ostaminen internetistä voi olla hankalaa, sillä kuluttajalle sopivan oikean koon ja mallin löytäminen voi olla haasteellista. Lovanna Lingerie verkkokaupan rintaliiviesto-oppaan tulisi olla niin

kattava, että oppaasta löytyisi kaikki tarpeellinen tieto kuluttajalle rintaliivien oikean koon valintaan ja ostoon. Tutkimuksessa lähdetään ensin selvittämään rintaliiveihin liittyvää teoriaa, jonka jälkeen etsitään vastausta varsinaiseen tutkimuskysymykseen: Miten verkkosivujen rintaliivioso-oppaasta saisi kehitettyä niin kattavan, että asiakkaat osaisivat heti ensimmäisellä kerralla ostaa oikean koon?

Tutkimuksen tavoitteena on tunnistaa rintaliivioso-oppaaseen liittyvät kehitysideat ja löytää keinoja, joilla yritys pystyy oman toiminnan avulla vaikuttamaan palautusten määrään. Tutkimuksella selvitetään, mitä seikkoja pitää ottaa huomioon rintaliivejä ostaessa sekä kuluttajien mielipiteitä nettisivuilla olevista ohjeistuksista rintaliivien ostoon. Työn lopputuloksena Lovanna Lingerie saa tietoa ja kehittämisehdotuksia, kuinka parantaa oman verkkokaupan rintaliivioso-opasta.

### 2.3 Aiheen rajaus

Opinnäytetyö rajattiin käsittelemään vain rintaliivejä, sillä alusvaatteet tuoteryhmänä on liian laaja tähän opinnäytetyöhön. Työn aiheeksi valittiin verkkokaupan rintaliivioso-opaan kehittäminen palautusten vähentämiseksi, sillä tämä aihe on merkittävässä roolissa yhteistyöyrityksessä. Tarkemmassa tarkastelussa ovat Lovanna Lingerie omat rintaliivimallit: push up-, kaariteton bralette- sekä bandeau-rintaliivit (Kuva 1), sillä yhteistyöyrityksessä on myynnissä vain näitä tuotteita. Aihe rajautui Lovanna Lingerie omaan verkkokauppaan ja sen tuotteisiin, jotta saataisiin käsitys millaisia ohjeita Lovanna Lingerie asiakkaat kaipaavat rintaliivien ostoon. Tutkimukseen ei oteta myymäläpalautuksia, sillä Lovanna Lingeriellä ei ole kivijalkaliikettä. Opinnäytetyössä pyritään kehittämään Lovanna Lingerie rintaliivioso-opaan sisältöä. Varsinaista opasta työssä ei luoda.

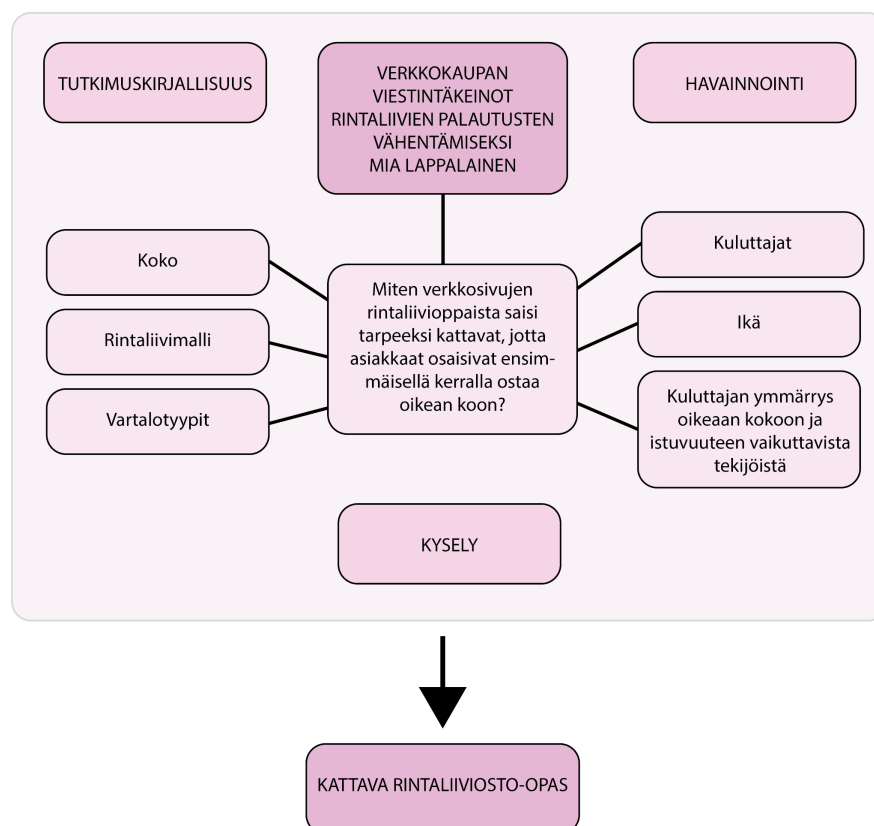


Kuva 1. Lovanna Lingerie Rintaliivimallit (Lovanna Lingerie verkkosivut 2021)

## 2.4 Tutkimusmenetelmät ja aineistonkeruu

Opinnäytetyön tutkimusstrategiaksi valittiin case- eli tapaustutkimus, koska tutkimuskysymyksen ratkaisemiseen tarvitaan syvällistä tietoa valikoidusta aiheesta eli rintaliiviesto-oppaan kehittämisestä palautusten vähentämiseksi. Menetelmällisesti case-tutkimus on lähinnä laadullista tutkimusta. (Kananen 2013, 31.) Tapaustutkimus antaa syvällisen ja kokonaisvaltaisen käsityksen rajatusta aiheesta (Kananen 2013, 28). Tapaustutkimukselle on luonteenomaista ongelmien monisyisyys, joten tutkimusongelmaa ei voida ratkaista vain yhdellä tiedonkeruumenetelmällä, vaan menetelmiä tarvitaan useita, kuten kirjalliset lähteet, havainnointi, haastattelut ja raportit (Kananen 2013, 31, 56–57).

Tutkimuksen alussa perehdyttiin tutkimuksen lähtökohtiin ja tavoitteisiin, jonka avulla valittiin tutkimusmenetelmät, joita tutkimuksessa käytettiin. Aineistona on käytetty dokumentaarista aineistoa, kuten työhön liittyvää kirjallisuutta ja verkkoartikkeleita. Kirjallisilla aineistoilla luotiin tutkimuksen teoreettinen viitekehys (Kuvio 1) ja kyselyllä kerättiin tietoa kuluttajilta.



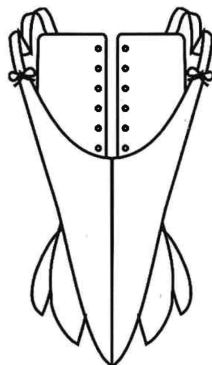
Kuvio 1. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys.

Kyselytutkimuksessa selvitetään, mitä kuluttajat ajattelevat sekä sillä voidaan kerätä laajaa tutkimusaineistoa (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2009, 195; Sarajärvi & Tuomi 2009, 72). Kysely aineistonkeruumenetelmänä on tehokas, sillä se vie vähemmän tutkijan aikaa (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2009, 195). Kyselytutkimuksessa sovelletaan tilastollisia menettelytapoja, mutta se on kuitenkin suurimmaksi osaksi määrällistä tutkimusta (Vehkalahti 2008, 13). Tässä tutkimuksessa hyödynnettiin verkkokyselyä ja se toteutettiin Google Forms -verkkoalustalla. Kysely jaettiin tutkijan oman sosiaalisen median seuraajille sekä toimeksiantajayrityksen sosiaalisen median seuraajille, jotta saataisiin mahdollisimman laaja otanta. Kyselyn avulla kartoitettiin naisten tietämystä omaan kuppikokoonsa sekä selvitettiin rintaliivien ostamista netistä. Lisäksi selvitettiin kuluttajien mielipiteitä siitä, mitä tietoa he tarvitsisivat rintaliivioppaisiin. Kyselyn avulla hahmoteltiin hyvän rintaliivisto-oppaan sisältöä.

### 3 Rintaliivien teoria

#### 3.1 Rintaliivien historia lyhyesti

Rintaliivit, sellaisena kuin nykypäivänä ne tiedämme, ovat olleet keskuudessamme noin sata vuotta. Ensimmäinen versio korsetista tuli noin 1400-luvulla. Se oli tehty joko metallista, nahasta tai vahvasta kankaasta. Korsetti oli aina nyöritetty tiukasti ja sen alla pidettiin lyhyttä paitaa, jotta välttyttiin hiertymiltä (Kuvio 2). Korsetilla oli myös erilaisia siluetteja kulloisenkin muodin mukaisesti. Korsetti painoi rintoja yläreunan yläpuolelle, mikä loi nuorentavan ja täydentävän ulkomuodon. (Johnson 2005, 1.) Vuonna 1816 ilmestyi korsetti nimeltään *divorce corset*, joka eritteli rinnat toisistaan (Barbier & Boucher 2004, 30).



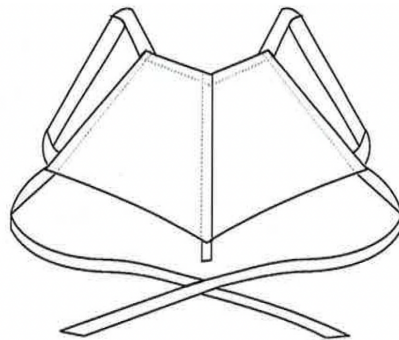
Kuvio 2. 1600-luvun historiallinen korsetti (Johnson 2005, 1).

Naisten vartaloa oli ajateltu pitkään heikoksi ja lisätuen ajateltiin olevan välttämätöntä (Barbier & Boucher 2004, 21). Korsetti kontrolloi ja määritti naisen muotoja, sillä vahvat tukiluut ommeltiin korsettiin pituussuunnassa, jotka viimeistään muokkasivat kehoa. Monet lääkärit olivat korsetteja vastaan, koska huomattiin nyörytysten aiheuttavan vaurioita, kuten epämuodostumia rintakehässä sekä heikentynyttä kykyä kantaa terveitä lapsia, sillä korsetti painoi genitaalialuetta. (Johnson 2005, 1-2.)

Vuonna 1889 ranskalainen korsetintekijä Herminie Cadolle keksi kaksiosaisen korsetin nimeltään *Le bien-être*. Vaatteen alaosa oli korsetti, ja yläosassa oli kupit ja olkaimet antamassa tukea rinnoille. Myöhemmin myytiin erikseen yläosaa, joka oli nimeltään *Soutien-gorge*. Cadollea pidetään useimmiten nykyajan rintaliivien "todellisena keksijänä". (Bra history n.d.)

Monia vuosia ennen ompelukoneita parhaat alusvaatteet tekivät luostarit ja orpokodit. Ranskan direktorion ja ensimmäisen valtakunnan aikana ensimmäiset alusvaateliikkeet tulivat Pariisiin ja tiettyihin kyliin. Kuitenkin vasta vuoden 1860 jälkeen alusvaateteollisuus alkoi kasvaa Ranskassa, minkä seurauksena alusvaateliikkeitä alkoi tulla enemmän Pariisiin ja maakuntiin. Alusvaatteet suunniteltiin Pariisissa ja maakuntien valmistajat tuottivat ne. (Barbier & Boucher 2004, 201.)

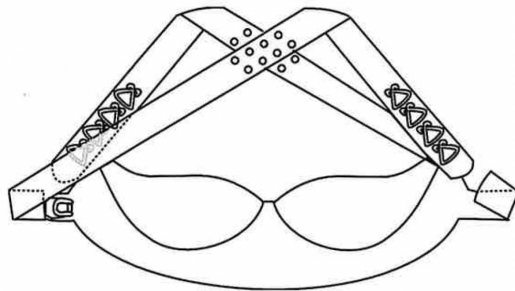
On väitelty, kuka oikeasti keksi ensimmäiset rintaliivit, rintoja tukevan vaateen, jossa on molemmille rinnoille omat kupit. Yhden tarinan mukaan Mary Phelps-Jacobs keksi ensimmäiset rintaliivit eli "brassieren" vuonna 1913 Amerikassa. *Brassiere* oli tehty kahdesta nenäliinasta ja nauhasta (kuvio 3).



Kuvio 3. Phelps-Jacobsin kehittelemät rintaliivit (Johnson 2005, 3).

Joissain tarinoissa kerrotaan myös, että Phelps-Jacobsin sisäkkö olisi ommellut rintaliivit. Phelps-Jacobs sai patentin rintaliiveilleen vuonna 1914 ja niiden nimeksi tuli "Caresse Crosby". Tuote oli kevyt ja se litisti rintoja, mutta siinä ei ollut erillisiä kuppeja. Innostus ja rintaliivien myynti olivat vähäistä, joten Phelps-Jacobs myi rintaliivien oikeudet 1 500 dollarilla Warnersille. Paria vuotta myöhemmin alkuperäinen investointi oli 15 miljoonan arvoinen. (Johnson 2005, 2–3.)

Mary Phelps-Jacobsin rintaliivimalli ei kuitenkaan ollut ensimmäinen, mutta ensimmäinen laajasti tunnettu. Johnson (2005), kertoo, että Hoag Levis selvittää kirjassaan *American Sex Machines* rintaliivien historiaa hyödyntäen Amerikan patenttivirastoa apunaan. Levisin mukaan nainen nimeltä Marie Tucek patentoi ensimmäiset oikeat rintaliivit vuonna 1893. Tämä "rintojen tukija", niin kuin Tucek niitä kutsui, näytti todella samalta kuin nykypäivän rintaliivit (Kuvio 4). Tuote sisälsi erilliset kupit rinnoille sekä olkaimet ja hakaset. (Johnson 2005, 3.)



Kuvio 4. Tucekin kehittelemät rintaliivit (Johnson 2005, 3).

Vuoden 1918 jälkeen rintojen litistäminen tuli tärkeäksi osaksi muotia ja näytti siltä, että kaikki ohuet alusvaatteet saivat nimekseen "brassiere". Venäläinen korsetintekijä Ida Rosenthal oli rintojenlitistystrendiä vastaan ja kehitti miehensä avulla naisten rintaliivejä eteenpäin. Rosenthalin työtehtävänä oli kerätä naisia eri ryhmiin perustuen rintojen kokoon eli kuppikoittain. Hän myös kehitti eri rintaliivit eri elämän osa-alueille teinistä raskauteen. (Johnson 2005, 4.)

1930-luvulla Formfit keksi kuppikoot ja loi small-, medium- ja full size-kokoiset rintaliivit. Varhaisen A-D-järjestelmän loi S.H. Camp and Company, ja se oli vielä S-XL-kokoihin perustuva, eikä sillä ollut mitään tekemistä rintojen tilavuuden kanssa. Myöhemmin 1930-luvulla keksittiin myös säädettävät olkaimet. Tänä aikana puolet kaikista



rintaliivipatenteista oli naisten hallussa. Naisilla oli tärkeä rooli rintaliiviteollisuuden alkuvuosina, vaikka heidät jätettiin tuolloin ulkopuolelle muista toimialoista ja ammateista. (Bra history n.d.) Myös 1930-luvulla kemisti suunnitteli Dunlop Tire Corporationin kanssa menetelmän muuttaa lateksin elastiseksi langaksi. Lanka neulottiin tai kudottiin ja lopulta siitä tuli pesunkestävä Lastex-kangas. Korsettien ja rintaliivien osia vaihdettiin elastaaniseen versioon. (Johnson 2005, 5.)

Vuonna 1935 Warners esitteli neljä kuppikokoa, A-, B-, C- ja D-kupit. Heidän rintaliiveissään otettiin huomioon rinnan tilavuus. Sama systeemi on edelleen käytössä. (Johnson 2005, 4.) Valmistajat yrittivät kunnioittaa vartaloiden erilaisuutta tarjoamalla laajan valikoiman kokoja (Barbier & Boucher 2004, 21). Kuitenkin vasta 1950-luvulla Iso-Britannia seurasi amerikkalaista standardia. Näinä aikoina sana "Bra" tuli käytäntöön ja sana "Brassiere" hylättiin (Johnson 2005, 4).

Sodan aikana rintaliivit tehtiin minimalistisilla kankailla. Nämä rintaliivit olivat helppohoitoisia, ja ne olivat tehty broche-kankaasta, puuvillasatiinista tai drill-kankaasta. Kangas oli usein vaalean puuterin väristä. Materiaaleja oli todella rajallisesti ja tuotteet oli parasta tilata jo ennen tarvetta. 1950-luvun saapuessa teknologiset uudet muutokset näkyivät myös tekstiilituotteiden kehityksessä. Frederick's of Hollywood aloitti toimintansa samoihin aikoihin ja se on saavuttanut hyvin ansaitun paikkansa historiassa. Frederick on suunnitellut monet mallit, joita näemme vielä tänäkin päivänä, kuten ensimmäiset push up-rintaliivit, jotka tulivat vuonna 1948. (Johnson 2005, 6–7.)

Vielä 1960-luvun alussa rintaliivit tehtiin kudotuista kankaista, joten jos rinnan massa ei riittänyt täyttämään koko kuppia, kuppi jäi kuopalle. Pian kuitenkin valmistajat kiinnittivät todella ohuen kerroksen vaahtomuovia päällikankaaseen, joka piti kuppeja muodossaan. Tämä antoi rinnoille huomattavan terävän ja sileän muodon. Topatut rintaliivit tulivat todella nopeasti suosituiksi. (Johnson 2005, 8.) Melkein yhdessä yössä elastomeerit muuttivat rintaliivien materiaaleja. Vanhat rintaliivien takaosat ja olkaimet korvattiin Courtauld Spanzel- tai Dupont Lycra fitting -nimisillä materiaaleilla. Ylivenyneet kumielastaanit, jotka aiheuttivat rintaliivien pidon menettämisen, olivat poissa ikuisesti. Samaan aikaan rintaliivejä alettiin tuottamaan uudesta materiaalista

nylonista, joka teki rintaliiveistä kevyemmät, kauniimmat ja helpommin pestävät. (Johnson 2005, 7–8.)

Vuonna 1967 Rudi Gernreich patentoi ”No-bra” -rintaliivit, jotka olivat kevyet, yksinkertaiset ja tehty läpinäkyvästä joustavasta materiaalista. Tästä Warners sai idean kehittää läpinäkyvästä materiaalista olevan bodyn. ”Ei rintaliivejä” -konsepti asettui 1960-luvun naisten keskuuteen. (Johnson 2005, 8.)

Wonderbra-rintaliivit julkaistiin vuonna 1968 ja samalla luvattiin, että koko ”34 näyttäisi koolta 36 ja koko 36 näyttäisi ”WOW”. Vallankumouksellinen kaarituellinen rintaliivi oli pakollinen V-kaula-aukollisten mekkojen kanssa. Yhdet tämän päivän suosituimmat rintaliivit, saumattomat push-up-liivit, esitteli ensi kertaa Frederick's of Hollywood vuonna 1971. (Johnson 2005, 9.)

1970-luvulla saumattomia alusvaatteita pidettiin, jotta saataisiin luonnollinen ilme, kuin rintaliivejä ei olisi ollenkaan päällä. Valmistajat alkoivat olla enemmän seikkailunhaluisia, ja rintaliiveissä alkoi näkyä pieniä kuoseja. Luonnolliset ihon sävyiset rintaliivit olivat myös haluttuja, vaikka valmistajilla olikin hieman hankaluuksia saada oikeaa ihon sävyä. Vuosikymmenen lopulla paljetti- ja neonväriset bandeau-rintaliivit tulivat suosituksi villitykseksi discopiireissä. Samaan aikaan pienet ranskalaiset pitsirintaliivi- sekä alushousumallit toivat erotiikan ja eksoottisuuden tyyliä alusvaatteisiin. 1980-luvulla suurin osa valmistajista jäljitteli jo ranskalaista tyyliä. (Johnson 2005, 9.)

1980-luvulla naisista tuli todella itsetietoisia ja he alkoivat kuntoilemaan. Televisiosarjat vaikuttivat ihmisiin ja eroottisista alusvaatteista tuli symboli naiselliselle puolelle maskuliinisten pukujen alla. Aluspaitoja käytettiin usein päällipukeutumisessa. (Johnson 2005, 10.)

### 3.2 Rintaliivimallit

Rintaliivimalleja on paljon erilaisia. Kuviossa 5 on lueteltu osa rintaliivimalleista.



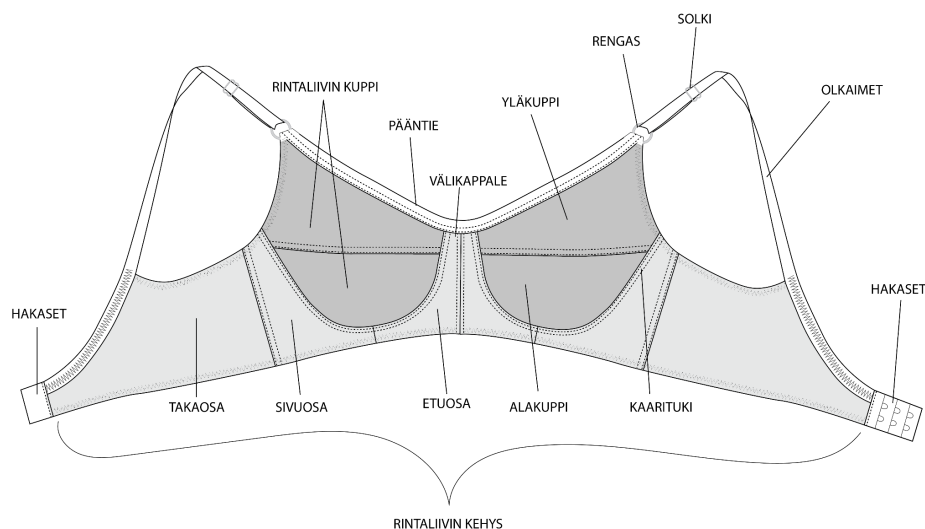
Kuvio 5. Eri rintaliivimalleja (Barnet 2018, mukailtu Lappalainen 2021).

Full cup-rintaliivit peittävät melkein kokonaan rinnan massan (Johnson 2005, 25).  $\frac{3}{4}$  cup-rintaliiveissä on taas matalampi leikkaus, joka tarjoaa syvemmän dekolteen. Tätä rintaliivityyppiä nähdään push up-malleissa. (Big girls bra n.d.) Balcony-rintaliivien leikkaus on samankaltainen kuin demi cup-rintaliiveissä, jossa rintaliivit peittävät noin puolet rinnan massasta nännien yläpuolelta (Big girls bra n.d; Johnson 2005, 25). Monissa tämän mallisissa rintaliiveissä on toppaukset ja rintoja nostattava ominaisuus (Big girls bra n.d). T-paita-rintaliivien kupit ovat saumattomat tai muotoonprässätyt, jotta rintaliivit eivät näy paidan alta. Nämä rintaliivit ovat pyöreän ja luonnollisen muotoiset, ja ne ovat suosittu perustarvike jokaisen naisen vaatekaapissa. Push up-rintaliivit nostavat rintoja ylemmäs ja työntävät rintoja enemmän yhteen luoden runsaan ja pyöreän dekolteen. Näissä rintaliiveissä on usein toppaukset alakupissa ja kupin sivuosassa, jotta saadaan haluttu muhkea vaikutelma. Push up-rintaliiveissä saattaa olla myös irrotettavat toppaukset. Olkaimettomat rintaliivit on suunniteltu käytettäväksi ilma olkaimia. Näissä rintaliiveissä on usein silikonikaistale pitämässä rintaliivejä

paikallaan ja antamassa tukea. Olkaimettomissa rintaliiveissä on usein mukana irrotettavat olkaimet, joten rintaliivejä voi käyttää monin eri tavoin. Kolmiorintaliiveissä rintaliivien kupit ovat kolmion muotoiset ja niissä ei usein ole kaaritukia. Nämä rintaliivit sopivat parhaiten pienirintaisille naisille. Pienentävät rintaliivit on suunniteltu pienentävän rintojen kokoa. Tämän malliset rintaliivit usein puristavat ja uudelleen muokkaavat rintoja, jotta rinnat saadaan näyttämään pienemmiltä. (Big girls bra n.d.) Urheilurintaliivit vähentävät rintojen liikkumista, joten ne ovat hyvät urheillessa ja ne ovat usein tehty kosteutta siirtävästä kankaasta (Big girls bra n.d; Powell 2016, 185).

### 3.3 Rintaliivien rakenteet

Rintaliivien ensisijainen funktio on tukea ja peittää rintoja (Johnson 2005, 24). Rintaliivit koostuvat monista osista (Kuvio 6), joita ovat: rintaliivin kupit, välikappale, kehys, olkaimet ja lisätarvikkeet.



Kuvio 6. Rintaliivien rakenteet (Lappalainen 2020).

Rintaliivin kupit (*cup*) ovat rintaliivien osa, joka tukee rintoja. Kupit voidaan suunnitella yhdestä tai useammasta osasta. Kuppeihin voi olla kiinnitetty kaaritet tai ei. Lisäkangas alakupissa tuo enemmän tukea. (Johnson 2005, 13.)

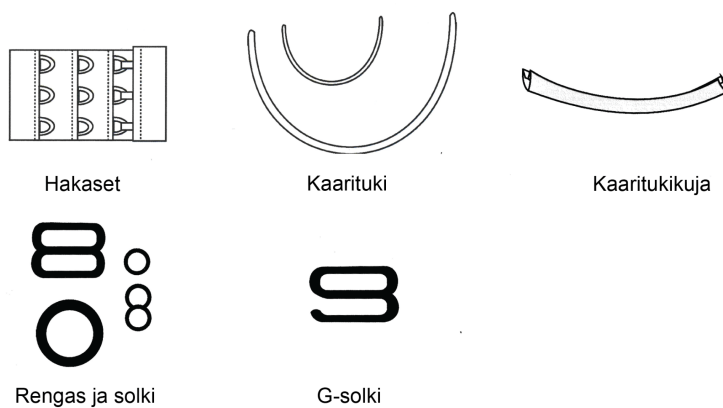
Rintojen välistä aluetta kutsutaan välikappaleeksi (*bridge*), joka näyttää vähän kolmiolta. Ideaalitulanteessa välikappaleen pitäisi olla kiinni rintakehässä. Joissain rintaliiveissä välikappale voi olla myös osana kuppeja, jolloin erillistä välikappaletta ei

ole. Isorintaisilla naisilla saattaa olla todella vähän tilaa rintojen välissä, joten välikappaleelle ei ole tilaa. (Johnson 2005, 13.)

Rintaliivin kehys menee käyttäjän rintakehän ympäri ja siihen ommellaan rintaliivin kupit. Rintaliivin kehys voi olla yhdestä tai useammasta kappaleesta tehty ja sen sivuille voidaan laittaa tukiluut antamaan tukea. Jotkut rintaliivien kehukset on yhdistetty kupprien kanssa, joten kehystä ei välttämättä edes näe, esimerkiksi jotkut urheilurintaliivit. (Johnson 2005, 13.)

Olkaimet voivat olla joko elastaanista tai kankaasta valmistettu rintaliivin osa, joka menee hartioden yli. Olkaimet voivat olla joko kapeat tai leveät riippuen rintojen koosta. Jos olkaimet ovat säädettävät, niissä on jonkinlainen rengas ja liukusäädin. Usein ajatellaan, että olkaimet ovat rintaliivien ensisijainen tukielementti, mutta olkainten käyttö näin on haitallista. (Johnson 2005, 14.) Rintaliivin takaosa vaikuttaa siihen, kuinka hyvin rintaliivit tukevat. Painijanselkä ja U-selkä tuovat eniten tukea rintaliiveihin (Shin 2015, 19).

Lisätarvikkeet ovat kaikki muut osat mitä tarvitaan rintaliivien valmistamiseen paitsi kankaat (Kuvio 7). Rintaliivien lisätarvikkeita ovat muun muassa: olkainten soljet ja renkaat, hakaset, kaarituet. (Johnson 2005, 14.)



Kuvio 7. Rintaliivien lisätarvikkeita (Johnson 2005, 22-23).

### 3.4 Rintaliivien koot

Moni luulee tietävänsä oman kokonsa, sillä on käyttänyt tiettyä kokoa aina. Naiskehot ovat kuitenkin monimuotoisia ja ikä, raskaus ja painon vaihtelut vaikuttavat rintojen rakenteeseen ja kokoon. (Haaksluoto 2019.) Teknisesti rintaliivit tehdään niin, että rintaliivin ympäryksen pienentyessä kuppikoko kasvaa. Monille tulee yllätyksenä, kun valitaan pienempi ympäryys, mutta kuppikoko kasvaa kahdella tai kolmella koolla. (Holm 2010.)

Rintaliivien kokojärjestelmä perustuu kahdesta osasta, jotka ovat rinnanympäryys ja kuppikoko. Esimerkiksi koossa 75B, 75 on rinnanympäryys ja B on kuppikoko. Suomessa rintaliivien rinnanympäryys menee aina viiden senttimetrin välein eli 65, 70, 75. Rinnanympäryys mitataan suoraan rinnan alta ulos hengittäessä ja saadulla mitalla valitaan, mihin rinnanympäryyteen päädytään. Kuppikoko määräytyy rinnanympäryksen ja rinnankorkeimman kohdan mitan erosta (Kuvio 8). Muitakin kuppikoon mittausmenetelmiä käytetään, kuten rinnankorkeimman kohdan ympäryksen ja rinnanyläpuolen ympäryksen erolla. Valmismittataulukoiden vartalon mitat muuttuvat maittain, joten rintaliivien koot myös vaihtelevat, kuten esimerkiksi 75B-kuppikoko Aasiassa on Amerikassa 74A. (Shin 2015, 4.)

Ympärysmitta rinnan alta (mitta 1)	Liivien ympäryys EU	Liivien ympäryys UK	Vaatekoko	Vaatekoko EU	Erotus (mitta 2)	Kuppikoko EU
58-62	60	28	XXXS	32	11	AA
63-67	65	30	XXS	34	13	A
68-72	70	32	XS	36	15	B
73-77	75	34	S	38	17	C
78-82	80	36	M	40	19	D
83-87	85	38	L	42	21	E
88-92	90	40	XL	44	23	F
93-97	95	42	XXL	46	25	G
98-102	100	44	3XL	48	27	H
103-107	105	46	4XL	50	29	I
108-112	110	48	5XL	52	31	J
113-117	115	50	6XL	54	33	K
118-122	120	52	7XL	56		

Kuvio 8. Rintaliivien kokotaulukko ja mittapisteet (Alusasuliike Siro n.d).

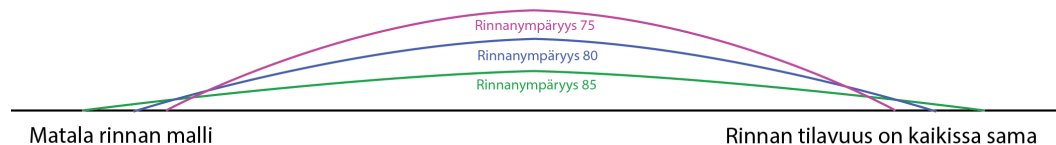
### 3.5 Rintaliivien istuvuuteen vaikuttavat tekijät

Rintaliivien istuvuuteen vaikuttavat monet tekijät, kuten rinnan malli, jossa tarkastellaan rintojen korkeuden suhdetta rinnan pohjan leveyteen. Rintojen muotoon taas vaikuttavat monet asiat, kuten ikä, paino ja geenit. Rintakehän muodolla on iso merkitys siihen, kuinka rinnat asettuvat rintakehälle. Lisäksi istuvuuteen vaikuttavia tekijöitä ovat hartioiden leveys, rintojen eli välikappaleen leveys, rintojen tarvitsema tuki sekä vartalomallit.

#### 3.5.1 Rinnan malli

Kolme yleisintä rinnan mallia, jotka on esitetty Bra-makers Manualissa, ovat: kumpumainen (*mound*), matala rinta (*low contour*) ja korkea rinta (*projected*). Tällä ei ole mitään tekemistä rintojen muodon kanssa (Johnson 2011, 12). Suurin osa rintaliiviyrityksistä seuraa kumpumaista rinnan mallia. Tässä rintamallissa kaarituen halkaisija on suhteessa alakupin syvyyteen (pituus nännistä kaaritukeen), eli kun alakupin syvyys suurenee, rinnan pohjan halkaisija suurenee myös. Tätä rintamallia näkee B- ja C-kupeissa. (Johnson 2011, 12.)

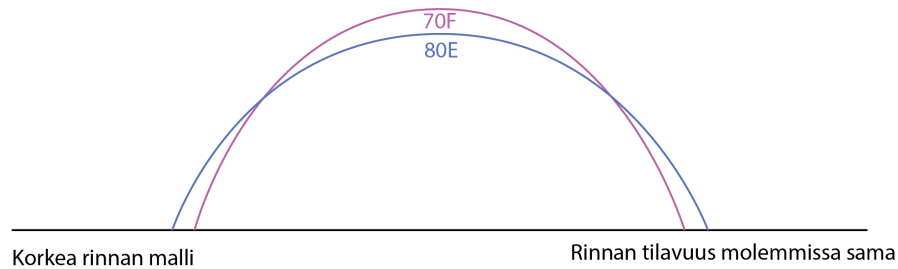
Matalassa rinnan mallissa kaarituen halkaisija on isompi kuin miltä rinnoista voisi olettaa. Tätä rintamallia nähdään AAA-, AA-, A- ja joillain B-kupeilla. Kun alakupin syvyys pysyy samana eli rinnan massa on sama, mutta rinnanympäryys, rintojen väli, olkainten sijoitus ja kaarituki muuttuu, täytyy rinnan pohjan halkaisijan suurentua (Kuvio 8). (Johnson 2011, 13.)



Kuvio 8. Matala rinnan malli (Johansson 2011, 13, ulkoasua mukailtu Lappalainen 2021).

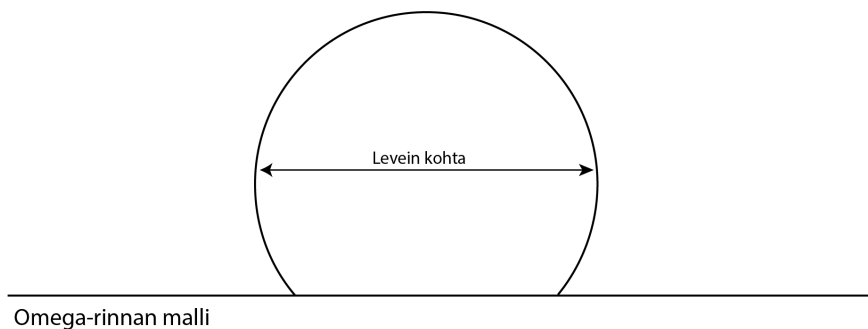
Korkeassa rinnan mallissa rinnan pohjan halkaisija on pienempi kuin rinta antaisi ymmärtää. Rinnan ollessa korkea luulisi myös, että rinta olisi leveämpi rinnan pohjasta, mutta näin ei kuitenkaan ole. Tätä rintamallia nähdään E:stä isommilla kupeilla. Esimerkiksi 70F:llä on sama rinnan tilavuus kuin 80 E:llä, mutta 70F:ssä on pienempi

kaarituki, sillä mitä isompi rinnanympäryys sitä laajemmalle alueelle rinta sijoittuu. Eli jos rinnan pohjan halkaisija suurenee, täytyy rinnan “korkeuden” madaltua (Kuvio 9). (Johnson 2011, 13.)



Kuvio 9. Korkea rinnan malli eri kuppikoissa (Johnson 2011, 13, ulkoasua mukailtu Lappalainen 2021).

Suurin osa rinnoista kuuluu joihinkin näistä kolmesta ryhmästä, mutta on vielä yksi tärkeä variaatio, joka aiheuttaa loputtomasti istuvuusongelmia. Tämä variaatio on nimeltään omega-rinnan malli (Kuvio 10), jonka nimi on tullut omega-merkistä. Tässä mallissa rinnan pohjan halkaisija on pienempi kuin rinta antaa olettaa. Eli oikeastaan itse rinta on isompi kuin rinnan pohjan halkaisija. Omega-rinnan mallia löytyy kaikista kolmesta jo mainituista rinnanmalleista, mutta kuitenkin eniten korkeasta rinnan mallista.



Kuvio 10. Omega-rinnan malli (Johnson 2011, 13. ulkoasua mukailtu Lappalainen 2021).

Tämä rinnan malli on yleisin henkilöillä, joilla on pieni ympäryys ja isot rinnat. Jos tässä tilanteessa käytetään rinnan leveimmän kohdan kokoista kaaritukea, ei kaarituki tule istumaan oikein rintakehällä, jonka seurauksena kuppi jää väljäksi. (Johnson 2011, 13.)



Ongelma ilmenee, kun löytää istuvat kupit, mutta rintaliivin ympäryys on liian iso. Nämä naiset käyttävät usein joustavasta kankaasta valmistettuja kuppeja, joissa on oikean kokoinen kaarituki ja jonka materiaali antaa tarpeeksi periksi rintojen peittämiseen. Joustava materiaali ei tarjoa kuitenkaan niin paljon tukea. (Johnson 2011, 74.)

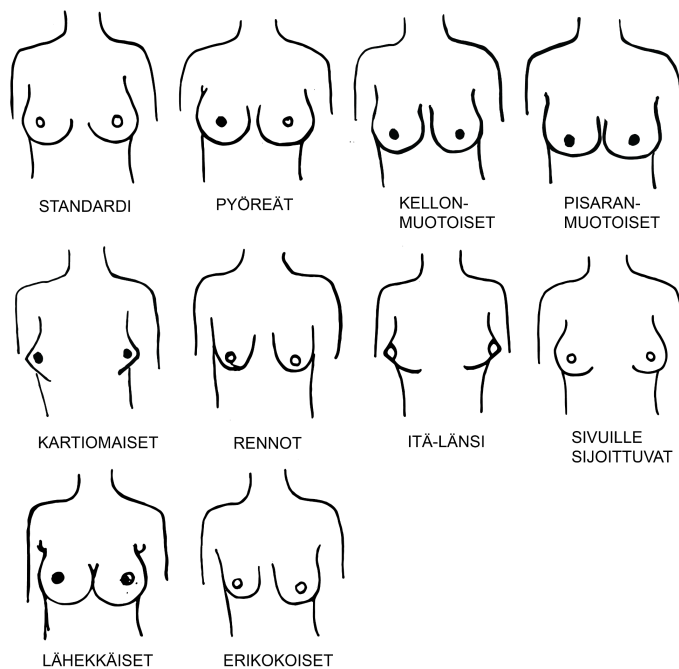
### 3.5.2 Rintojen muoto

Naisten rinnat voivat olla hyvin eri muotoiset ja kokoiset (Eske 2020). Kenelläkään ei ole ihan täysin samannäköisiä rintoja (Johnson 2019). Henkilön geenit, ikä, paino ja hormonit voivat vaikuttaa rintojen muotoon ja kokoon (Eske 2020). Kuitenkin geneeillä on isoin vaikutus, kuten myös rintojen tiheydellä, koolla ja sidekudoksella (Johnson 2019). Paino vaikuttaa rintojen muotoon, sillä maitorauhasia ympäröi rasva antaa rinnoille niiden pyöreän muodon. Tästä syystä saattaa huomata eroja rintojenmuodossa painon vaihdellessa. (Eske 2020; Johnson 2019.) Estrogeeni kiihdyttää rintarauhasen kasvua, joten rinnat saattavat turvota ennen kuukautisia. Tämä on seurausta kohonneista estrogeenitasoista. (Eske 2020.) Raskaudessa hormonivaihtelut ja imetys voivat turvottaa rintoja (Johnson 2019). Rintojen pitäisi palautua niiden normaaliin kokoon rintaruokinnan loputtua (Eske 2020). Iän myötä rinnat alkavat mennä alaspäin ja rinnanmuoto saattaa muuttua pidemmäksi, sillä ikääntyminen vaikuttaa ihon elastisuuteen sekä ajan kuluessa keho tuottaa vähemmän lisääntymishormoneja ja vähentää estrogeenitasoja (Johnson 2019; Eske 2020). Vähentyneet estrogeenitasot pienentävät rintarauhasia ja rauhasiin liittyviä sidekudoksia (Eske 2020).

Joillakin naisilla on rinnoissaan monen rinnanmuodon ominaisuuksia eikä sen takia voi kuulua vain yhteen kategoriaan (Johnson 2019). Rinnanmuotoja ovat esimerkiksi: standardit, pyöreät, kellonmuotoiset, pisarat, kartiomaiset, rennot, itä-länsi, sivuille sijoittuvat, lähekkäiset ja erikokoiset rinnat.

Standardirinnat ovat pyöreät ja täyteläiset, joissa nännit ovat hieman terävät. On sanottu, että tämä on yleisin rinnanmuoto, joten valmistajat suunnittelevat rintaliivit tälle rinnan muodolle. (Johnson 2019.) Pyöreät rinnat ovat tasaisesti täyteläiset ylhäältä ja alhaalta. Kellonmuotoisia rintoja on normaalisti suurempirintaisilla henkilöillä. Nämä rinnat ovat kapeat ylhäältä, mutta täyteläisemmät alhaalta. Pisaranmuotoiset rinnat ovat samantapaiset kuin kellonmuotoiset. Kuitenkin pisaramuotoiset ovat kauttaaltaan

pyöreämmät ja ovat vain hieman täyteläisemmät alhaalta kuin ylhäältä. Kartiomaiset rinnat ovat kartion muotoiset. Rinnan yläosa kallistuu kohti nännejä, jotka osoittavat ulospäin. Tätä muotoa nähdään usein pienirintaisilla. Rennot rinnat pyrkivät löysän tai ohuen rintakudoksen takia usein olemaan rennot tai pitkänomaiset. Tässä rintatyypissä nännit ovat usein alempana sekä saattavat osoittaa ulospäin. Itä-länsirinnat ovat täyteläiset ylhäältä ja alhaalta, mutta nännit osoittavat ulospäin. Sivuille sijoittuvat rinnat ovat samantyyppiset kuin itä-länsirinnat. Sivuille sijoittuvien rintojen erona on kuitenkin se, että rinnat hakeutuvat pois päin rintakehän keskeltä jättäen rintojen väliin tilaa, mutta pitäen nännit melko keskellä. Lähekkäisissä rinnoissa ei ole melkein yhtään tai ollenkaan tilaa rintojen välissä. Rinnat istuvat keskellä rintakehää jättäen isomman tilan rintojen ja kainalon väliin. Epäsymmetriset rinnat ovat erikokoiset tai erimuotoiset. Useimmilla henkilöillä rinnat ovat epäsymmetriset. Tutkijat Emoryn lääketieteellisestä yliopistosta dokumentoivat 87 naisen rintojen muotoja. Tutkimus osoitti, että 62 %:lla tutkituista henkilöistä vasen rinta oli isompi. (Eske 2020.)

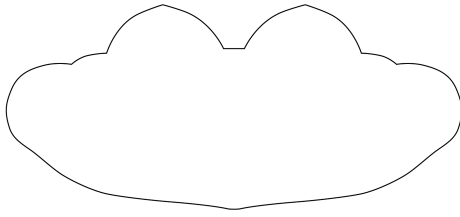


Kuvio 11. Erilaisia rintojen muotoja (Lappalainen 2021).

### 3.5.3 Rintakehän muoto

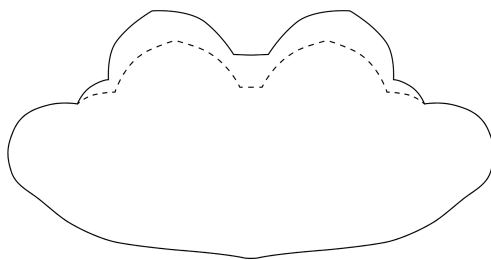
Rintakehän muodolla on iso merkitys siihen, kuinka hyvin rintaliivit istuvat. Suurimmalla osalla naisista rintakehä on hieman kaareva eli ovaali. Tässä “normaalissa”

rintakehässä (Kuvio 12) rinnat osoittavat suoraan eteenpäin. (Johnson 2011, 62.)



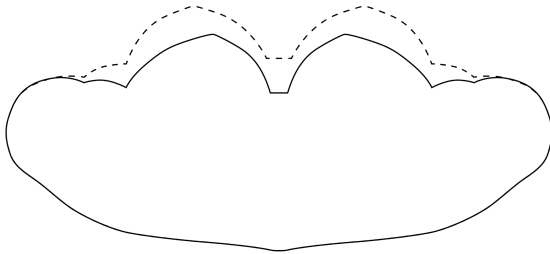
Kuvio 12. Normaali rintakehä (Johnson 2011, 62, mukailtu Lappalainen 2021).

Toisessa rintakehätyypissä rintalasta on ulkoneva, tätä tyyppiä kutsutaan ulkonevaksi rintakehäksi (*pigeon chest*). Ulkonevassa (Kuvio 13) rintakehässä rinnat osoittavat ulospäin. Koska ovaali rintakehä on yleisin, rintaliivit tehdään heidän rintakehälleen. Ovaalille rintakehälle tarkoitetut rintaliivit aiheuttavat istuvuusongelmia ulkonevan rintakehän omistajalle. Ongelmia on neljä: Rintaliivin korkein kohta (nännien kohta) on kauempana sivuilla kuin mitä ulkonevan rintakehän rinnat olisivat. Tämä johtuu kankaan venymisestä ulkonevan rintakehän muotoon, joten rintaliivien korkeinta kohtaa pitää siirtää keskemmälle. (Fasanella 2006.) Toiseksi, rintojen väli on usein leveämpi, joten valmisrintaliivien välikappale on liian kapea tälle rintakehätyypille. Kolmanneksi, kun rintakehä on todella ulkoneva, saattavat olkaimet ja yläkuppi aiheuttaa hankausta kainaloihin. (Johnson 2011, 62–63.) Neljänneksi, rintaliivejä käytettäessä rinnat saattavat näyttävät pienemmiltä ja leveämmiltä, koska rintaliivit työntävät rintoja erilleen. Ihmisillä, joilla on ulkoneva rintakehä, saattaa olla harvinainen sairaus nimeltään Marfanin oireyhtymä. (Fasanella 2006.)



Kuvio 13. Ulkoneva rintakehä (Johnson 2011, 63, mukailtu Lappalainen 2021).

Kolmannessa rintakehätyypissä ongelma on vastakohtainen ulkonevalle rintakehätyypille. Tässä rintakehätyypissä rintakehä painuu sisäänpäin. Tätä rintakehätyyppiä kutsutaan siseneväksi rintakehäksi (“hollow chest”), mutta lääketieteellisesti sitä kutsutaan termillä *pectus excavatum*. Sisenevässä rintakehässä (Kuvio 14) rinnat osoittavat sisäänpäin ja välikappale saattaa olla pienempi tai samanlevyinen kuin ovaalissa rintakehässä. Näistä kahdesta rintakehän muodosta sisenevä rintakehä on vaikeampi kaavoittaa. Ongelma on, että jos rintaliivit jätetään normaaliin korkeuteen, rintaliivien välikappale ei tule melkein ikinä istumaan rintakehään. Kankaan on mahdotonta taipua sisäänpäin ilman apua, joten tähän auttavat kaaritetut, jotka voidaan taivuttaa uudelleen mukavuuden saavuttamiseksi. (Johnson 2011, 64.)



Kuvio 14. Sisenevä rintakehä (Johnson 2011, 64, mukailtu Lappalainen 2021).

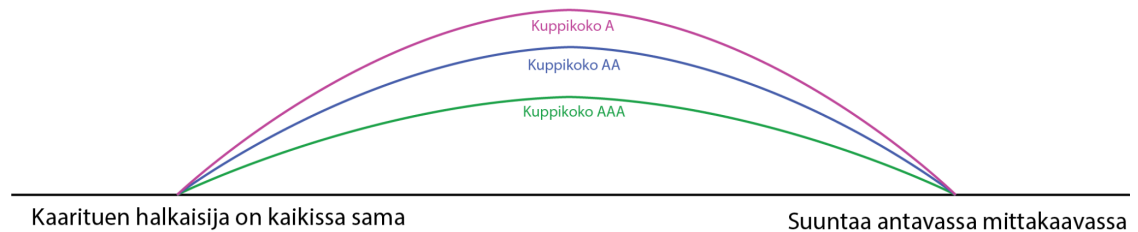
#### 3.5.4 Vartalotyypit

Bra maker-manuaalissa on jaettu rintaliivien käyttäjät viiteen eri ryhmään. Yleensä kaikki kuuluvat johonkin ryhmään, mutta joskus henkilö saattaa olla ryhmien välissä, jolloin molempien ryhmien peruseriaatteet kuuluvat hänelle. Viisi ryhmää ovat: sopusuhtainen, pieni ympäryys ja pienet kupit, pieni ympäryys ja isot kupit, iso ympäryys ja pienet kupit sekä iso ympäryys ja isot kupit. Sopusuhtaisessa vartalotyypissä kuppi on tasapainossa ympäryksen kanssa. Normaalisti tämä sisältää 70-75 B- ja C-kupit. Valmisrintaliivit on suunniteltu tälle ryhmälle ja näitä kokoja löytyy jokaiselta brändiltä. Tähän ryhmään kuuluvilla ei ole paljoa ylimääräistä rintakehän ympärillä eikä melkein koskaan tasaista kohtaa (*flat spot*) rintojen alla. (Johnson 2011, 66.)

Vaateteollisuudessa pieni ympäryys ja pienet kupit -ryhmää kutsutaan nimellä “petites”. Heidän on vaikea löytää rintaliivejä, koska moni suunnittelija ei valmista “oikeita”

rintaliivejä heille. Oletus on, että he eivät tarvitse tukea tai että sirot henkilöt haluaisivat vain topattuja rintaliivejä, mitkä eivät pidä paikkaansa. Sirot henkilöt ovat usein kokoa 65-85 A ja AA. Painovoima ja ikääntyminen vaikuttavat ihan yhtä lailla pieniin rintoihin. (Johnson 2011, 15–16.)

Pienirintaisten kuppikoot menevät eri lailla kuin ”normaaleissa” ko’oissa. AA- ja AAA-kupit seuraavat A-kupeissa käytettäviä kaaritukia eli esimerkiksi 70A-, 70AA- ja 70AAA-kupeissa on kaikissa sama kaarituki. Kuitenkaan nämä kupit eivät ole samankokoiset, vain kaarituen halkaisija on sama, mutta alakupin syvyys on eri. Alakupin syvyys pienenee, kun kuppikoko pienenee, mutta kaarituen halkaisija pysyy samana. Kuviossa 15 näkyvät A-, AA- ja AAA-kuppien syvyydet samalla kaarituen halkaisijalla. (Johnson 2011, 17.)



Kuvio 15. Pienien kokojen tilavuuden muutos (Johnson 2011, 17, mukailtu Lappalainen 2021).

Suurin ongelma siroilla naisilla on se, että rinnat ovat liian isot kaaritukiin, eli rinnan pohjan halkaisija on suurempi kuin kaarituen halkaisija, joten kaarituki tulee rinnan päälle. On yleistä, että henkilö, jolla on 75A-kuppikoko, tarvitsisi oikeasti 38-kokoisen kaarituen, mutta rintaliivien valmistajien taulukoiden mukaan 75A-kokoisessa rintaliivissä on 32-kokoinen kaarituki. Kaarituet ovat numeroitu B-kupille amerikkalaisten kokojen mukaan, joten 34-kokoista kaaritukea käytetään 34B (75B) -kokoisissa rintaliiveissä. (Natasha 2018.) Tällaisella naisella rinnan pohjan halkaisija on paljon suurempi kuin minkä kokoista kaaritukea valmistajat käyttävät. Suurin osa valmistajista ei ole varautunut käyttämään isompaa kaaritukea kuin mitä standardit näyttävät. Toinen istuvuusongelma on sillan/välikappaleen leveys. Valmiin kokotaulukon mukaan pienirintaisten olisi normaali välikappaleen leveys, mutta on huomattu, että joskus heillä voi olla jopa paljon suurempi. Siroilla henkilöillä ei ole

myöskään paljota ylimääräistä luiden ympärillä, joten rintaliivin ympäryys ei voi olla liian napakka. (Johnson 2011, 67.)

Pieni ympäryys ja isot kupit tarvitsevat paljon tukea, joka on aina ongelma. Rintaliivin ympäryksen materiaalin pitää olla tarpeeksi napakkaa, jotta se tukee kuppeja. Tässä tyypissä on aika yleistä pieni rintojen väli tai sen puute, eli rintaliivien löytäminen pienellä välikappaleella voi olla haastavaa. Näillä henkilöillä on usein myös ”kolo” käden/kainalon alapuolella, joten tällaisissa tilanteissa kaavaa pitäisi muuttaa. Jotkut rintaliivien tekijät kiristävät kangasta tuosta kohdasta luullen, että se auttaa tukemaan rintoja, mutta tämä ei pidä paikkaansa. Kaarituksen koko näillä henkilöillä on usein pienempi kuin valmistajat siitä tekevät (mitä valmisvaatekokotaulukot näyttävät) ainakin omega-rinnan mallissa. (Johnson 2011, 67–68.)

Suuren ympäryyden ja pienet kupit omaava henkilö käyttää kokoja 90-110 A, B ja C. Rintojen pienennysleikkauksessa ollut henkilö kuuluu usein tähän ryhmään. Näissä tapauksissa leikkaus poistaa ylimääräisen massan, mutta se ei muuta rinnan pohjan halkaisijaa. Näille henkilöille ei tehdä rintaliivejä. Valmistajat olettavat, että 90 rinnan ympäryydellä on vähintään C-kuppi. Usein näillä henkilöillä on tasainen kohta (*flat spot*) rintojen alla ja heillä saattaa myös olla mahaa, jonka seurauksena rinnat putoavat sivuille ja nännien suunta muuttuu. Näillä henkilöillä on sama ongelma välikappaleen kanssa kuin edellisellä ryhmällä. (Johnson 2011, 68.)

Ison ympäryyden ja isot kupit omaavalla henkilöllä on joko 90 C -kuppikoko tai isompi. Heillä on paljon massaa, jota pitää tukea, mutta myös paljon ylimääräistä luiden ympärillä. Heillä on usein mahaa, joten heillä on samat haasteet kuin isolla ympäryksellä ja pienillä kupeilla. Haastavaa näille henkilöille on löytää tarpeeksi tukevat kupit ja rintaliivin ympäryys, sillä hikoileminen voi myös olla ongelma. Yksi yleinen piirre tässä ryhmässä on sillan/välikappaleen puute, joten välikappaleen saaminen rintakehään kiinni voi olla iso ongelma. Ommeltu sivukappale kupeissa (kiinni kaarituissa sivuilta) voisi auttaa tukemaan ja kantamaan raskaita rintoja. (Johnson 2005, 24.)

### 3.5.5 Ikä

Rinnoilla on oma elinkaarensa, joka alkaa nuoruudesta ja päättyy vaihdevuosien jälkeen. Aikaisemmin kappaleessa 3 käytiin pikaisesti läpi rinnoille tapahtuvia

muutoksia eri tilanteissa, mutta tässä kappaleessa perehdytään tarkemmin rintojen elinkaareen. Nuoruudessa ensimmäinen muutos, joka rinnoille tapahtuu, on niiden kasvaminen. Rinnat alkavat kasvaa noin 8-13 ikävuosina murrosiän alkaessa. Rintojen kehitys alkaa nännien koon kasvulla, jonka jälkeen itse rinnat kasvavat. Koko murrosiän ajan rinnat kasvavat, kunnes 18-20 ikävuoden jälkeen kasvu pysähtyy. Rintojen koko kuitenkin saattavat muuttua myöhemmin elämässä. Täyteläisimmillään rinnat ovat tyypillisesti varhaisaikuisuudessa noin 20-30-vuotiaana, sillä tässä iässä rinnoissa on enemmän sidekudosta kuin rasvaa. (Kiviniemi 2016.)

lästä riippumatta rinnat kokevat melkoisen muutoksen raskauden aikana. Tänä aikana rinnat voivat kasvaa jopa kolminkertaisiksi ja olla arat ja tiiviit. Ensimmäisen kolmanneksen aikana monilla naisilla rinnat kasvavat huomattavasti, mutta ei ole epätavallistakaan, että rinnat kasvavat koko raskauden ajan. Jos nainen ei imetä, rinnat saattavat palautua samanlaisiksi kuin ne olivat ennen raskautta. On kuitenkin yleistä huomata muutoksia rinnoissa. Muutoksia, joita voi tapahtua ovat esimerkiksi: rintojen pienentyminen, täyteläisyyden vähentyminen tai rintojen muodon muutos pisaraisemmaksi. Imettäessä rinnoissa tapahtuu lisää muutoksia. Rinnat saattavat tiivistyä entisestään ja kasvaa imetyksessä vielä jopa yhden koon. Imetyksen jälkeen rinnat menettävät tänä aikana olleen tiiviin rakenteensa ja täyteläisyytensä. Rintojen kudokset ovat venyneet, sillä painavia rintoja kannatellakseen rintojen lihakset ja sidekudokset ovat joutuneet tekemään töitä. Joillakin naisilla rinnat palautuvat aikaisempiin mittoihinsa, mutta on myös tyypillistä, että rinnat alkavat roikkumaan enemmän imetyksen jälkeen. (Kiviniemi 2016.)

Lapsettomille naisille tapahtuu rintojen muutoksia vasta 40 ikävuoden tienoilla, mutta nämä samat muutokset koskevat myös raskaana olleita naisia. Rinnat alkavat vähitellen roikkua, mutta tämä on luonnollista, sillä iän karttuessa ihon elastisuus vähenee. Rintojen koostumus muuttuu rasvaisemmaksi, joten niiden tuntu on vähemmän tiivis verrattuna naisen ollessa nuorempi. Rinnat voivat tuntua myös aroilta. Vaihdevuosien jälkeen rintojen arkuus voi loppua ja rintojen koko kasvaa. Syitä rintojen kasvuun on monia, kuten esimerkiksi painon vaihtelu, nesteiden lisääntyminen ja hormonivaihtelut (Kiviniemi 2016.)

### 3.5.6 Muut istuvuuteen vaikuttavat tekijät

Olkapäiden leveys vaikuttaa olkainten sijaintiin ja siihen, pysyvätkö ne ylhäällä koko päivän (Johnson 2011, 19–20). Kapeilla ja viistoilla olkapäillä on aina ongelmia olkainten kanssa elleivät olkaimet ole enemmän takaa keskellä. Nämä henkilöt voisivat käyttää myös halter-tyyppistä ratkaisua tai olkaimia, jotka menevät takaa ristiin. (Johnson 2011, 19–20.) Leveäharteisilla sekä suorilla olkapäillä ei todennäköisesti ole ongelmia olkainten kanssa, elleivät olkaimet ole lähempänä toisiaan, jolloin ne saattavat tuntua käyttäjistä kuristavilta. Hartioilla, jotka ovat näiden kahden hartiatyyppin välistä, on ongelmia olkainten kanssa vain, jos olkaimet ovat kauempana toisistaan tai jos rintaliivien kehys on liian iso. (Johnson 2011, 19–20.)

Ideaalitulanteessa olkainten pitäisi asettua selkärangan ja olkapään puoleen väliin (Johnson 2005, 132).

Välikappaleen leveyden standardimitta on päätetty jo 1940-luvulla, kun naiset palasivat sodasta. Silloin saatiin tarpeeksi tietoa, jotta voitiin tehdä rintaliiveille standardi kokotaulukko, ja tätä järjestelmää käytämme osaksi nykypäivänäkin. Yksi näistä mitoista oli välikappaleen leveys, joka kaikissa B-kupeissa on 25 mm. (Johnson 2011, 20.)

Rintoja, jotka ovat samalla korkeudella riippuen käyttääkö rintaliivejä vai ei, on pidetty itsestään kannattelevina rintoina. Kaiken ikäisillä naisilla voi olla itsestään kannattelevat rinnat. Rinnan roikkumisen aste riippuu siitä, kuinka paljon täyteläisyyttä ilmenee. Mitä enemmän roikkuvuutta on, sitä enemmän tukea rintaliivien pitää antaa, jotta täyteläisyyttä saadaan. (Johnson 2011, 19.)

### 3.6 Sopivien rintaliivien valinta

Epätodennäköistä on, että henkilö pärjäisi koko elämänsä ajan vain yhdellä koolla (Holm 2010). Seitsemän kymmenestä naisesta käyttää väärän kokoisia rintaliivejä. Vaikuttaa siltä, että kaikki eivät tiedä, mitä on hyvä istuvuus tai miltä se näyttää ja tuntuu. (Johnson 2005, 24.) Monet ajattelevat, että vuosia sitten mitatut rintaliivit sopivat edelleen, ja rintaliivit hankitaan sen perusteella. Vartalo muuttuu vuosien kuluessa, joten olisi hyvä tarkistuttaa oma koko ennen uusien liivien ostamista. (Koskela & Kukkonen 2020.) Suomalaisnaisten suurin virhe on ostaa liian suurella ympäryydellä ja liian pienillä kupeilla varustetut rintaliivit (Kuntsi 2017). Pelkkä koko ei



kuitenkaan kerro, ovatko rintaliivit sopivat. Kaikki vartalot ovat erilaisia, joten eri liivit istuvat eri ihmisten päällä hyvin eri tavoin. (Koskea & Kukkonen 2020.)

Jos ei malta odottaa kotiin päästyään rintaliivien riisumista, saattavat rintaliivit olla vääränkokoiset. Rintaliivien istuessa oikein ei niitä pitäisi edes huomata. Oikean kokoisia ja mallisia rintaliivejä ei tarvitse parannella päivän aikana. (Koskela & Kukkonen 2020.) Hyvä istuvuus on yhdistelmä tukea, peittävyyttä ja mukavuutta (Johnson 2005, 24).

Enemmän tukea tarvitaan, jos povi ei pysty tukemaan itseään (Kuntsi 2017). Jotkut isorintaiset naiset tarvitsevat enemmän tukea kuin normaalit hyvin istuvat rintaliivit voivat antaa (Johnson 2005, 183). Horisontaalisuoma kupeissa tarjoaa myös hyvän tuen (Johnson 2005, 79). Kupin materiaalin pitäisi olla tarpeeksi vakaa pitämään rinnat kuppien sisällä ja tukea rintoja mukavasti jokapäiväisissä askareissa (Johnson 2005, 25). Rintojen liikkumista ei voi kuitenkaan täysin estää edes urheiluliiveillä, mutta nämä liivit vähentävät rintojen heilumista (Kuntsi 2017). Mukavuustekijä on aina henkilökohtainen päätös ja mikään määrä suostuttelua ei vakuuta asiakasta, että rintaliivit ovat mukavat (Johnson 2005, 25). Kankaiden ja pitsin on oltava pehmeää, sillä ne ovat lähimpänä vartaloa ja intiimissä kontaktissa kehon kanssa (Barbier & Boucher 2004, 9).

Rintaliivien kehys on suunniteltu kantamaan kupprien painon, joten rintaliivit, jotka kohoavat takaa ylöspäin eivät ole tarpeeksi tukevat kannattelemaan edessä olevien rintojen painoa (Johnson 2005, 27, 130). Rintaliivien kehys on rintaliivien ensisijainen tukielementti, jonka pitäisi istua tarpeeksi tiukasti, jotta se ei liu'u ympäri rintakehää. Kuitenkin liian tiukka rintaliivin ympäryys alkaa sattumaan, sillä kaaritetut alkavat painautua kylkiluihin. (Johnson 2005, 27, 130.) Jos pystyy pistämään rintaliivit takaperin ja kääntämään ne oikein päin, ovat rintaliivit liian löysät. Tässä tilanteessa suositellaan ostamaan kokoa pienemmän ympäryksen tai laittamaan hakaset tiukemmalle. (Johnson 2005, 27.) Ideaalissa koossa rintaliivin ympäryksessä ei ole ryppyjä ja joustavassa kankaassa on jännitettä rintojen tukemiseen. Rintaliivin ympäryksen taka-alareunan pitäisi olla samalla tasolla kaaritetun alareunan kanssa. (Johnson 2005, 130.)

Välikkappaleen tulisi olla kiinni rintakehässä eikä siinä pitäisi olla horisontaalisia ryppyjä. Rintojen pitäisi olla kuppien sisällä kokonaan, eikä rinnan massaa pitäisi jäädä ulkopuolelle. Rintakudosta ei pitäisi pullistua ulos rintaliivien sivuilta tai alapuolelta. Oikean kokoisissa rintaliiveissä asiakkaan laittaessa hartiat taakse rintakudosta ei pitäisi pullistua rintaliivien yläpuolelle eikä kumartuessa pitäisi joutua asettelemaan rintaliivejä tai rintoja uudelleen. (Johnson 2005, 26.)

Kaarituen pitäisi kerätä koko rinta eikä sen pitäisi jäädä rintakudoksen päälle (Kuntsi 2017). Kaarituki, joka painaa rintakudosta on liian pieni, kun taas kaarituki, joka painaa kainaloa saattaa olla liian pitkä tai liian iso (Johnson 2005, 27). Kaarituki erottele rinnat toisistaan paremmin, ja jotkut naiset haluavat ehdottomasti sen antaman eritellyn muodon. Osa naisista kuitenkin kokee kaaritukien painavan palleaa istuessa, kun taas toiset kokevat kaarituettomien rintaliivien leveän kuminauhan painavan. (Kuntsi 2017.)

Kun rintaliivien ympäritys on liian iso, olkaimet ovat kauempana toisistaan. Tämä tarkoittaa sitä, että olkaimet eivät tule olemaan hartioiden keskellä vaan ne ovat enemmän olkapäiden reunoilla. (What a good and comfortable bra? n.d.) Mikä tahansa tyyli onkaan, olkainten pitäisi aina olla tasaisesti ihoa vasten, ilman kääntelyä tai kierteitä. Olkainten ei pitäisi ikinä jättää ihoon jälkeä ja niiden pitäisi kantaa vain vähäistä painoa. Olkaimet, jotka kantavat liikaa painoa kaivautuvat olkapäihin, joka saattaa vaikuttaa haitallisesti myös käsien verenkiertoon. (Johnson 2005, 128.) Topatut olkaimet ovat todella hyvät sellaiselle, joka on käyttänyt vuosia vääränkokoisia rintaliivejä ja jonka olkapäissä on kuopat (Johnson 2005, 85).

### 3.7 Väärän kokoisten rintaliivien käytön haittavaikutuksia

Oikean kokoiset rintaliivit voivat nostaa mielialaa ja saada tuntemaan itsensä itsevarmaksi, mutta väärän kokoiset rintaliivit voivat aiheuttaa epämukavuutta koko päiväksi ja aiheuttaa ajan kuluessa monia ongelmia, kuten kroonista kipua. (Asmita 2020.) Hyvin istuvat rintaliivit eivät ole turhamaisuutta, vaan ne ovat tärkeä osa henkilökohtaista terveyttä (Johnson 2005, 24). On tärkeää sovittaa itsensä aika ajoin, sillä hormonivaihtelut, painon nousu ja lasku sekä muut lääketieteelliset syyt voivat aiheuttaa rintojen koon muutoksia. Seuraavaksi esitellään huonosti istuvien rintaliivien käytön seurauksia, joita ovat muun muassa: rintojen ja selän kipu, rintojen roikkuminen, niska- ja hartiakipu sekä huono ryhti. (Asmita 2020.)

Käyttäessä paria kokoa liian pieniä rintaliivejä, saattaa tuntea kipua rinnoissa. Jos selässä ja kylkiluissa tuntuu kipua rintaliivien käytön seurauksesta, tulisi kokeilla jotain uutta. Kiropraktikoilla on useita asiakkaita, joilla on särkyä kylkiluissa ja keskiselän kipua huonosti istuvien rintaliivien takia. (Asmita 2020.)

Rintojen terveyden tutkijan Joanna Wakefield-Scurrin mukaan väärät rintaliivit, jotka eivät tarjoa tarpeeksi tukea rinnoille, voivat aiheuttaa ihovaurioita, jotka usein nähdään raskausarpina. Raskausarvet ja rintojen roikkuminen on normaalia, mutta kun se tapahtuu lyhyessä ajassa, se voi olla huonosti istuvien rintaliivien merkki. Rintojen ihovauriot voivat johtua rintojen ihon liiallisesta venymisestä, josta se ei enää palaudu. Väärän kokoisissa rintaliiveissä voi myös kokea rintojen liiallista heilumista. Oikeankokoisten rintaliivien pitäisi pitää rinnat paikoillaan arjen askareissa. (Asmita 2020.)

Kun suuririntaiset naiset käyttävät tiukkoja rintaliivejä, se voi aiheuttaa olkapäiden hankaumia, kipua selkään, kaulaan, hartioihin ja rintoihin. Suuririntaisille naisille suunnitelluissa rintaliiveissä on usein paksummat olkaimet jakaen rintojen painon tasaisesti koko olkapäälle ehkäisten hankauksia ja painaumia. Tämä olkapäiden kipu voi levitä niskan alueelle, mikä taas voi aiheuttaa ongelmia varsinkin istuessa pitkiä aikoja koneella. (Asmita 2020.)

Kipu selässä, rinnoissa, niskassa ja olkapäissä voivat olla syitä siihen, miksi ryhti huononee. Huono ryhti voi aiheuttaa muita ongelmia, kuten leukojen kiristymistä. Tämä voi aiheuttaa kasvojen lihasten kiristymisen, jonka seurauksena voi ilmentyä päänsärkyä ja leuan kipua. Huono ryhti aiheuttaa myös hengenahdistusta, sillä keuhkoihin ei pääse tarpeeksi ilmaa. (Asmita 2020.)

## 4 Kyselytutkimus

### 4.1 Kyselyn lähtökohdat

Kyselytutkimuksen avulla kartoitettiin kuluttajien tietämystä omasta koosta, rintaliivien ostamista netistä sekä kuluttajien tarvetta rintaliiviesto-oppaaseen. Kyselyn avulla saatiin hyvää tietoa kuluttajien näkemyksistä, mitä tietoja hyvään rintaliiviesto-oppaaseen tarvitaan. Teoreettisen viitekehyksen sekä kyselytutkimuksen avulla toimeksiantajayritys voi uudistaa verkkosivuillaan olevaa rintaliiviesto-opasta, jotta voitaisiin ehkäistä verkkosivuilta tulevia palautuksia. Kyselytutkimus toteutettiin Google Forms -alustan sähköisen kyselylomakkeen avulla. Kysely jaettiin opinnäytetyöntekijän ja toimeksiantajayrityksen sosiaalisessa mediassa, Instagramissa. Opinnäytetyöntekijä jakoi kyselyn kolme kertaa ja toimeksiantajayritys yhden kerran. Kysely tavoitti noin 3 600 henkilöä. Kysely oli avoinna yhdeksän päivää (30.09-8.10.2021), ja siihen vastasi yhteensä 76 henkilöä. Kyselyssä hyödynnettiin eri kysymystyyppisiä mahdollisimman kokonaisvaltaisen tiedon saamiseksi. Alusta alkaen kysely suunniteltiin täysin anonymiksi, ja vastaaja otti kantaa vapaaehtoisesti kyselyyn. Ikää kysyttiin vastaajilta sen takia, sillä ikä on yksi istuvuustekijä rintaliivien oikean koon löytämisessä. Ikä ei anna syytä olettaa, että vastaaja tunnistaisi itseään kyselystä.

Kyselyyn pyrittiin saamaan vastauksia sekä Lovanna Lingerien asiakaskunnasta, että brändin asiakaskunnan ulkopuolisilta henkilöiltä. Näiltä kohderyhmän ulkopuolisilta henkilöiltä tiedusteltiin rintaliivien yleisiin osuuksiin eli omaan kokoon, netistä ostamiseen liittyviä kysymyksiä sekä sisältöehdotuksia rintaliiviesto-oppaaseen. Kysely ei vaatinut tietämystä toimeksiantajayrityksen tuotteista, joten kaikkia vastauksia pystyttiin hyödyntämään kyselyssä.

### 4.2 Kyselyn vastausten analysointi

Kyselylomakkeessa (Liite 1) oli yhteensä 12 kysymystä, jotka sisälsivät monivalintakysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä. Kysely suunniteltiin mahdollisimman lyhyeksi käyttäjäystävällisyyden takia sekä pyrittiin minimoimaan kyselyn kesken jättäviä vastauksia. Kyselyyn käytettiin Google Forms -alustaa, jota käytettiin sen helppokäyttöisyyden ja selkeyden takia.

Kysely on jaettu neljään osuuteen, joiden tulokset esitellään erillisissä alaluvuissa. Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin vastaajien ikää. Toinen osio (kysymykset 2.-4.) käsitteli vastaajien rintaliivikokoja ja heillä olemassa olevia rintaliivejä. Kyselyn kolmannessa osassa (kysymykset 5.-10.) kysyttiin rintaliivien ostamisesta netistä. Kysymyksiin 7.-10. pyydettiin vastaamaan vain, jos vastaaja oli ostanut rintaliivejä netistä. Kysymyksissä 11. ja 12. keskityttiin Lovanna Lingerie -brändiin: ovatko vastaajat ostaneet brändin rintaliivejä ja mitkä seikat auttaisivat rintaliivien ostamiseen netistä. Kysymyksiin 4, 6 ja 11 eivät vastanneet kaikki kyselyyn osallistuneet sekä netistä ostaneet henkilöt eivät kaikki vastanneet kysymyksiin 7.-10. Viimeinen kysymys oli muotoiltu huonosti, joten siitä johtuen kaikki vastaajat eivät vastanneet kaikkiin väittämiin.

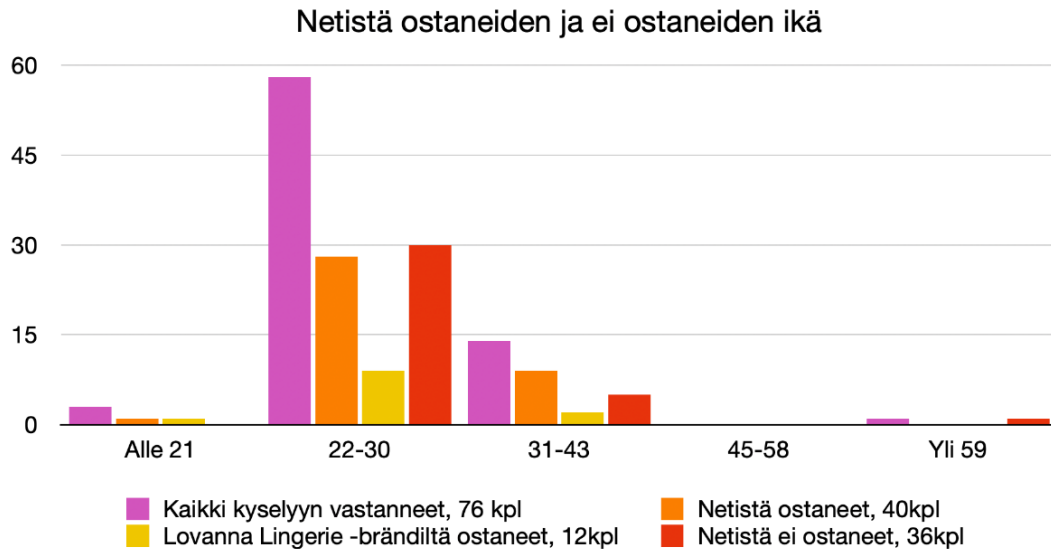
### 4.3 Ikä

Ensimmäiseksi kyselyssä kysyttiin vastaajan ikää, johon vastasivat kaikki kyselyyn osallistuneet (Kuvio 16). Tämä kysymys oli jaoteltu viiteen eri kategoriaan, jotka ovat: alle 21-vuotiaat, 22–30-vuotiaat, 31–43-vuotiaat, 45–58-vuotiaat ja yli 59-vuotiaat. Kyselyn jälkeen huomattiin, että ikävuosi 44 oli jätetty kokonaan pois kyselystä, eikä näin ollen voida tietää, olisiko kukaan ollut tämän ikäinen. Vastaajat, jotka vastasivat olevansa 31-43-vuotiaita, heistä joku on voinut laittaa itsensä tähän kategoriaan, sillä ei ole löytänyt parempaa vaihtoehtoa.

Alla olevaan diagrammiin on merkattu kaikki kyselyyn vastanneet, ne ovat diagrammissa pinkillä. Tämän jälkeen vastaukset jaettiin netistä ostaneisiin, joita oli 40 kappaletta ja ne on merkitty oranssilla ja netistä ei-ostaneisiin vastaajiin, joita oli 36 kappaletta ja ne on merkitty punaisella. Netistä ostaneista on vielä poimittu Lovanna Lingerien ostajat erikseen, joita oli 12 kappaletta ja ne on merkitty keltaisella.

Suurin osa kyselyyn vastanneista (76 %) oli ikäryhmässä 22–30-vuotiaat. Toiseksi eniten vastaajia oli ikäryhmässä 31–43-vuotiaat, joita oli 18 % ja kolmanneksi eniten vastaajia oli alle 21-vuotiaissa, joita oli 4 %. Pienin osuus vastaajista, 1 %, oli yli 59-vuotiaita. Netistä ostaneita (Kuvio 16) oli eniten ikäryhmässä 22–30, joita oli 70 %. Toiseksi eniten oli ikäryhmässä 32–43, joita oli 23 %. Alle 21-vuotiaita oli ostanut 8 %. Näistä netistä ostaneista vastaajista Lovanna Lingerien rintaliivejä ostaneita (Kuvio 16) oli eniten ikäryhmässä 22–30-vuotiaat, joita oli 75 %, toiseksi eniten 16 % oli

ikäryhmässä 31–43-vuotiaat ja ikäryhmässä alle 21-vuotiaat oli 8 % Kyselyyn vastanneesta ikäryhmästä yli 59-vuotiaat eivät ole ostaneet rintaliivejä internetistä. Einternetistä ostaneita (Kuvio 16) oli eniten ikäryhmässä 22–30-vuotiaat, joita oli 83 %. Toiseksi eniten oli ryhmässä 31–43, joita oli 14 % ja vähiten oli ikäryhmässä yli 59-vuotiaat, joita oli 3 %. Vastanneista kukaan ei kuulunut ikäryhmään 45–58-vuotiaat.



Kuvio 16. Vastausjakaumat kysymykseen 1.

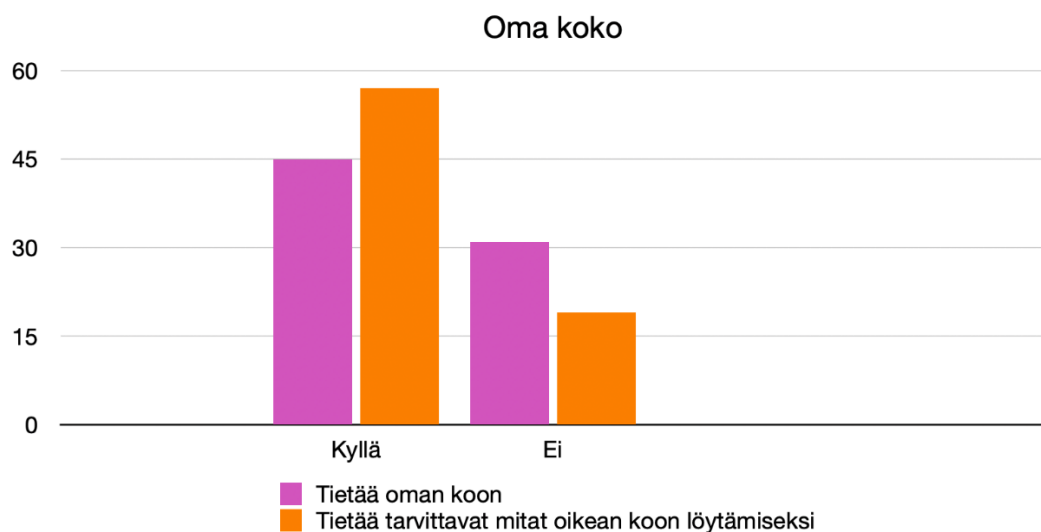
Täysin paikkaansa pitävää ikätietoa tämä kysely ei anna, sillä kyselyn otanta oli aika pieni sekä kysely ei saavuttanut kaikkia ikäryhmiä, sillä se jaettiin vain sosiaalisessa mediassa. Kyselyyn vastanneiden suurin ikäryhmä, 22–30-vuotiaat, voi selittyä osaksi sillä, että opinnäytetyöntekijän oma seuraajakunta on suurimmaksi osaksi tässä ikäryhmässä. Toisaalta Lovanna Lingerie -brändiltä ostaneiden suurin ikäryhmä oli myös 22–30-vuotiaat, joista suurin osa vastasi kyselyyn toimeksiantajayrityksen sosiaalisen median kanavan kautta.

#### 4.4 Kuluttajan omat rintaliivit

Kyselyn toisessa osassa selvitettiin vastaajien rintaliivikokoa ja luuleeko vastaaja tietävänsä oman kokonsa ja tietävätkö he, mitä mittoja tarvitaan oikean kokoisten rintaliivien löytämiseen. Toisessa kysymyksessä kysyttiin, kokeeko vastaaja tietävänsä oman kokonsa ja kolmannessa kysymyksessä kysyttiin, tietääkö vastaaja, mitä mittoja tarvitaan oikean koon löytämiseen. Molempiin kysymyksiin pystyi vastaamaan joko

kyllä tai ei. Nämä kysymykset yhdistettiin yhdeksi diagrammiksi, joka näkyy alla. Näihin kysymyksiin vastasivat kaikki kyselyyn osallistuneet.

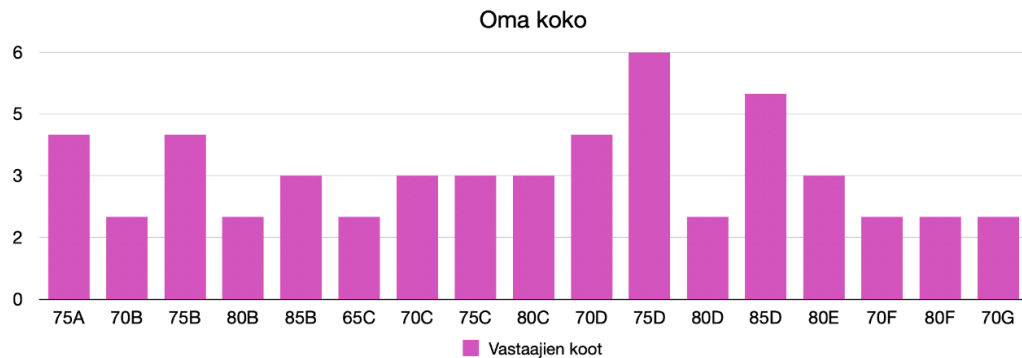
Kaikista vastanneista isompi osa tiesi oman kokonsa (Kuvio 17), joita oli 59 %. Kaikista vastanneista omasta koostaan ei ollut varma 41 %. Diagrammin toisessa sarakkeessa suurempi osa 75 % vastaajista tiesi tarvittavat mitat oikean koon löytämiseen, kun taas heitä, jotka eivät tieneet oli 25 %. Kysymyksistä saatujen vastausten perusteella voidaan päätellä, että suurempi osa vastaajista tietää tarvittavat mitat oikean koon löytämiseen, mutta oma koko on ehkä muuttunut ajan kuluessa, tai ei vain ole käynyt sovittamassa oikeaa kokoa hetkeen.



Kuvio 17. Vastausjakaumat kysymyksiin 2. ja 3.

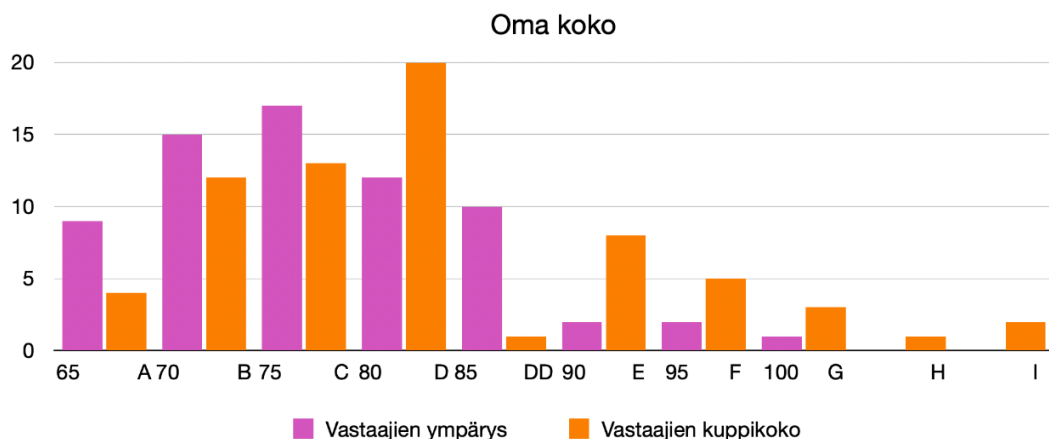
Neljännessä kysymyksessä kysyttiin vastaajien rintaliivikokoa (Kuvio 18), johon vastasi 75 henkilöä. Tässä kysymyksessä vastaukset hajaantuivat laajalti. Eri kokoja tuli yhteensä 34 kappaletta. Vastaajista 3 henkilöä ei tiennyt omaa kokoaan. 11 henkilöä vastaajista vastasi useamman koon kuin vain yhden, ja nämä koot olivat keskenään rinnakkaiskoot. Rintaliivikokojen rinnakkaiskoot tarkoittavat sitä kokoa, jossa kupin tilavuus ja kaarituki ovat samat, mutta rintaliivin ympärysmitta muuttuu. Esimerkiksi jos ympärysmitta pienenee, täytyy kupin aakkosten mennä eteenpäin esimerkiksi B:stä C:hen. (Lumi Lingerie 2019.)

Diagrammista jätettiin pois kaikki yhden vastauksen saaneet koot, joita oli 17 kappaletta. Eri ympärysmittoja oli 65 ympäryksestä 100 ympäryyteen ja kuppikokoja A:sta I:hin. Kaikkien vastanneiden kesken yleisin koko oli 75D, joita oli 8 %, toiseksi yleisin koko oli 85D, joita oli 7 % ja kolmanneksi yleisimmät koot olivat 75A, 75B ja 70D, joita oli kutakin 5 %.



Kuvio 18. Vastausjakauma kysymykseen 4.

Alla olevassa diagrammissa (Kuvio 19) vertailtiin pelkkiä rintaliivin ympäryksiä ja kuppikokoja erikseen. Diagrammiin on sijoitettu sinisellä vastaajien rintaliivien ympäryksen ja vihreällä vastaajien kuppikoot. Verrattaessa pelkkiä ympäryksiä keskenään yleisin ympäryys oli 75 (25 %). Tämän jälkeen tulivat 70-ympäryys (22 %) ja 80-ympäryys (18 %). Verrattaessa pelkkiä kuppikokoja keskenään yleisin kuppikoko oli D (29 %). Toiseksi ja kolmanneksi yleisimmät kuppikoot olivat C (19 %) ja B (17 %).



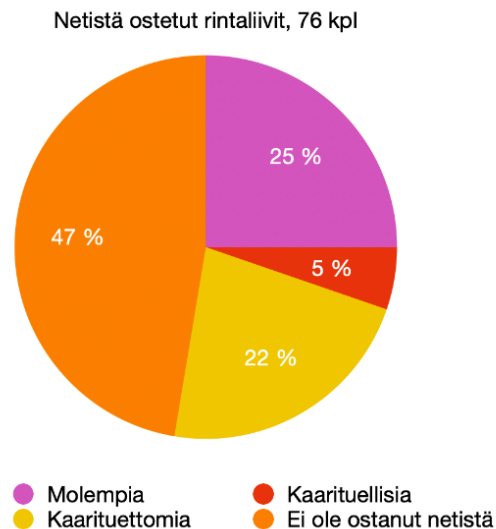
Kuvio 19. Vastausjakauma kysymykseen 4.



#### 4.5 Rintaliivien ostaminen netistä

Tässä kappaleessa käsitellään rintaliivien ostamista netistä. Kyselyn tällä osiolla selvitettiin vastaajien netistä ostamisen syitä ja tiesivätkö he kyseisen brändin entuudestaan, ja miltä brändiltä he ovat ostaneet. Osion avulla pyrittiin myös selvittämään, katsovatko vastaajat ohjeita rintaliivien ostoon.

Viidennessä kysymyksessä kysyttiin rintaliivien ostamisesta netistä (Kuvio 20). Melkein puolet, 47 % vastaajista, ei ole ostanut rintaliivejä netistä. Kaarituellisia ja kaarituettomia rintaliivejä eli molempia ovat ostaneet 25 %. Pelkkiä kaarituettomia rintaliivejä taas vastaajista on ostanut 22 % ja pelkkiä kaarituellisia rintaliivejä netistä on ostanut 5 %. Tähän diagrammiin on laskettu myös urheilurintaliivejä ostaneet vastaajat.

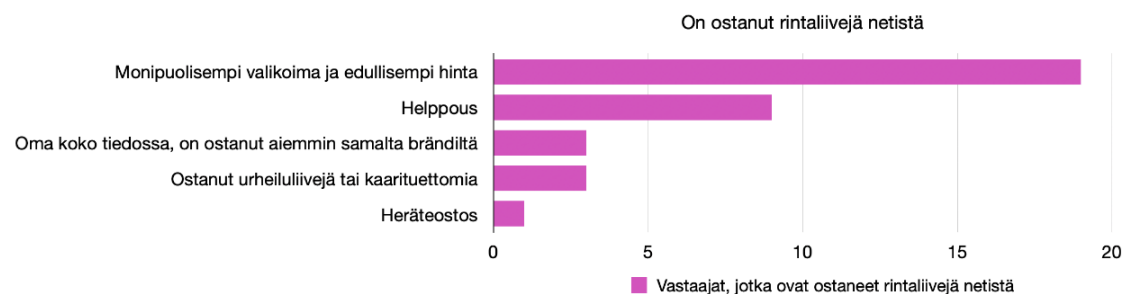


Kuvio 20. Vastausjakauma kysymykseen 5.

Kysymyksestä saatujen vastauksien perusteella vastaajat eivät uskalla ostaa ainakaan kaarituellisia rintaliivejä netistä. Vastauksista voidaan olettaa, että naisten mielestä kaarituellisia rintaliivejä on hankalampi ostaa internetistä kuin kaarituettomia.

Kuudennessa kysymyksessä selvitettiin, miksi vastaajat ovat ostaneet tai eivät ole ostaneet rintaliivejä netistä. Tämä kysymys oli avoin kysymys ja sillä haluttiin saada syvällisempää tietämystä asiasta. Tähän kysymykseen tuli laajalti vastauksia yhteensä 72 kappaletta, jotka on koottu eri kategorioihin. Netistä ostaneet ja netistä ei-ostaneet on jaettu erillisille diagrammeille.

Netistä ostaneiden avoimet vastaukset jaettiin viiteen eri kategoriaan (Kuvio 21), jotka ovat: monipuolinen valikoima ja edullinen hinta, helppous, oman koko tiedossa / on ostanut aiemmin samalta brändiltä, ostanut vain kaarituettomia tai urheiluliivejä ja heräteostos. Suurin osa netistä ostaneista, 54 %, sanoi netistä ostamisen syyksi monipuolisemman valikoiman ja edullisemman hinnan. Näistä vastaajista kaksi sanoi netistä löytyvän paremmin ekologisia vaihtoehtoja. Toiseksi eniten sanottiin netistä ostamisen syyksi sen helppous (26 %). Kolmanneksi eniten sanottiin netistä ostamisen syyksi se, että tietää oman kokonsa ja on ostanut vain kaarituettomia ja urheilurintaliivejä. Näitä vastaajia oli kumpaakin 9 %. Yksi vastasi, että ostaa heräteostoksena. Netistä ostaneista kolme vastaajaa ei vastannut avoimeen kysymykseen.

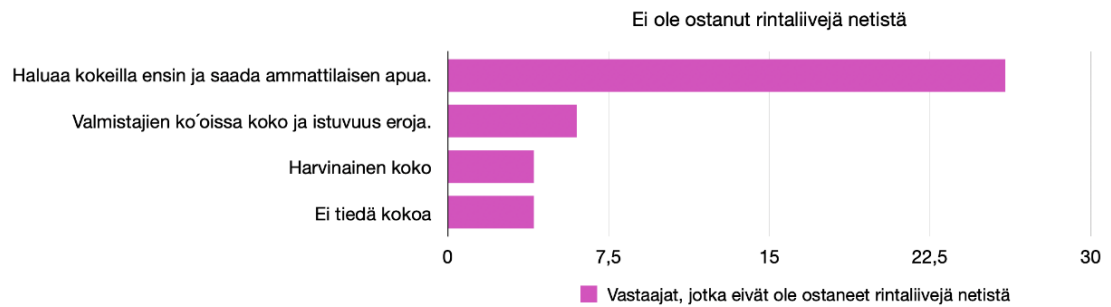


Kuvio 21. Vastausjakauma kysymykseen 6.

Tästä voidaan päätellä, että kuluttajien mielestä netistä on helppo ostaa tuotteita ja heidän mielestään verkkokaupoissa on monipuolisempi tarjonta ja edullisemmat hinnat. Tämä voi johtua osaksi siitä, että ostamisen pystyy tekemään omasta kodistaan, eikä tarvitse lähteä minnekään. Netistä voi myös tilata sellaisia tuotteita, joita esimerkiksi suomalaisissa kivijalkamyymälöissä ei ole. Eikä kivijalkamyymälöillä välttämättä ole tarpeeksi isoja varastoja erikoisimmille ko'oilte.

Netistä ei-ostaneet jaettiin neljään eri kategoriaan (Kuvio 22), jotka ovat: haluaa kokeilla ensin ja saada ammattilaisen apua, valmistajien ko'oisissa koko ja istuvuus eroja, harvinainen koko ja ei tiedä omaa kokoaan. Suurin osa, jotka eivät ole ostaneet rintaliivejä netistä (70 %) haluavat kokeilla rintaliivejä liikkeessä ja saada ammattilaisen apua. Näistä vastaajista kolme vastasi myös toiseksi eniten ääniä saaneeseen kategoriaan, joka on valmistajien ko'oisissa on koko ja istuvuus eroja, näitä vastauksia oli 16 %. Kolmanneksi eniten sanottiin syyksi joko eivät tiedä omaa kokoaan tai on harvinainen koko, joten he eivät löydä omaa kokoaan verkkokaupasta. Näitä

vastauksia tuli kumpaakin 10 %. Netistä ei ostaneista yksi ei vastannut avoimeen kysymykseen.

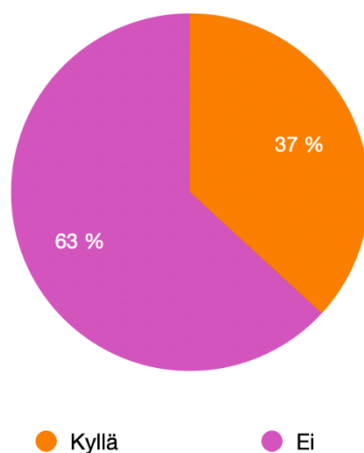


Kuvio 22. Vastausjakauma kysymykseen 6.

Diagrammista voidaan päätellä, että oikean koon löytäminen voi olla haastavaa, ja rintaliivien koot ja istuvuus vaihtelevat eri valmistajilla. Vastaaajat ehkä siis kokevat netistä ostamisen hankalaksi sen palautusten takia.

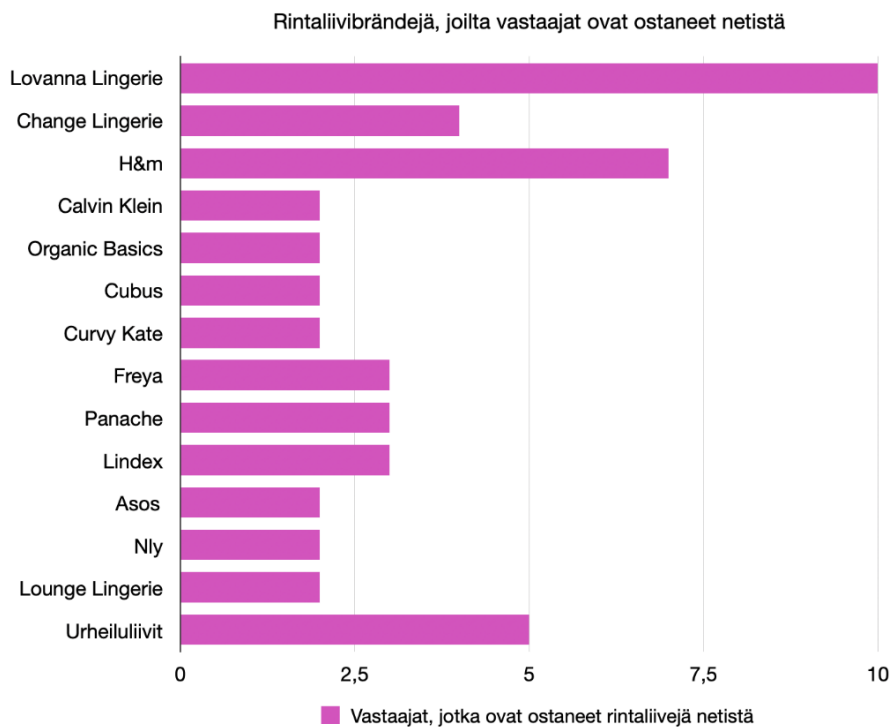
Netistä ostaneilta vastaajilta kysyttiin vielä neljä lisäkysymystä liittyen netistä ostettuihin rintaliiveihin. Seitsemännessä kysymyksessä tiedusteltiin, tiesivätkö netistä ostaneet vastaajat kyseisen brändin entuudestaan (Kuvio 23). Kysymykseen pystyi vastaamaan joko kyllä tai ei. Tähän kysymykseen vastasi 38 vastaajaa. Suurin osa netistä ostaneista, 63 %, ei ollut ostanut aiemmin samalta bändiltä. Netistä ostaneista taas 37 % oli ostanut aiemmin samalta brändiltä. Kysymyksestä voidaan päätellä, että netistä ostaneiden mielestä ei ole niinkään tärkeää ostaa samalta brändiltä vaan he voivat ostaa myös heille tuntemattomalta brändiltä, joiden rintaliivejä he eivät ole kokeilleet.

Oliko brändi entuudestaan tuttu, jolta ostit rintaliivit, 38 kpl



Kuvio 23. Vastausjakauma kysymykseen 7.

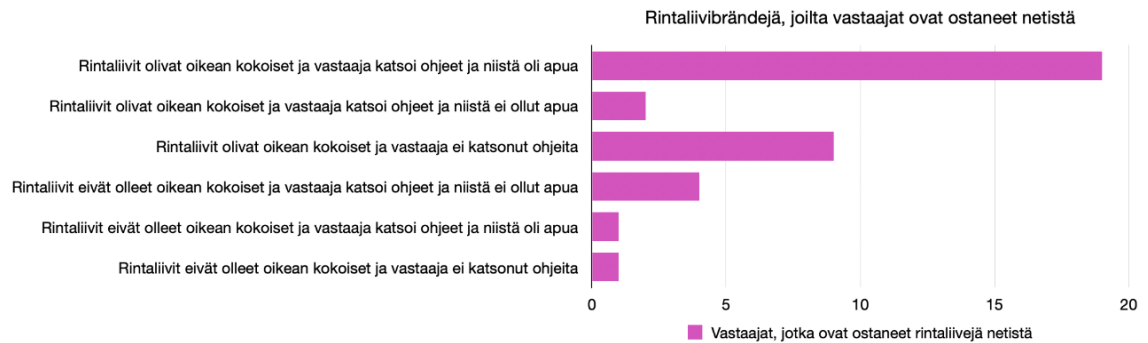
Kahdeksannessa kysymyksessä selvitettiin, minkä brändien rintaliivejä vastanneet ovat ostaneet, jotta voidaan tarkastella kyseisten brändien rintaliiviosto-oppaita. Tähän kysymykseen saatiin laajasti vastauksia. Useampi vastaaja sanoi enemmän kuin yhden brändin. Kuviosta 24 on karsittu pois kaikki brändit, joihin tuli vain yksi vastaus. Urheiluliivejä ostaneet vastaajat yhdistettiin yhdeksi kategoriaksi, sillä tässä opinnäytetyössä emme keskity niihin. On myös ymmärrettävää, että suurin osa vastaajista (20 %) on ostanut Lovanna Lingerien rintaliivejä, sillä kysely jaettiin heidän sosiaalisessa mediassaan. Toiseksi eniten, 14 %, vastaajat ovat ostaneet H&M-verkkokaupasta ja kolmanneksi eniten eri merkkien urheiluliivejä 10 %. Neljänneksi eniten 8 % vastaajat ovat ostaneet Change-brändiltä ja muita brändejä vastaajat ovat ostaneet joko 4 % tai 6 %.



Kuvio 24. Vastausjakauma kysymykseen 8.

Kahdessa seuraavassa kysymyksessä tiedusteltiin, olivatko ostetut rintaliivit oikean kokoiset ja katsoiko vastaaja ohjeita rintaliivien ostoon (Kuvio 25). Nämä kysymykset yhdistettiin yhdeksi diagrammiksi, jotta kysymyksiä olisi helpompi tarkastella. Kaikista netistä ostaneista kaksi ei vastannut näihin kysymyksiin. Vastauksia näihin kahteen kysymykseen tuli kumpaankin 36.

Vastaajista 83 % vastasi rintaliivien olleen oikean kokoiset, kun taas 17 % vastaajista vastasi rintaliivien olleen väärän kokoiset. Kaikista netistä ostaneista 28 % ei katsonut ollenkaan ohjeita rintaliivien ostoon, kun taas 72 % katsoi ohjeita. Ohjeita katsoneista 77 % oli sitä mieltä, että ohjeista oli apua, kun taas 23 % vastaajista oli sitä mieltä, että ohjeista ei ollut apua.



Kuvio 25. Vastausjakauma kysymyksiin 9. ja 10.

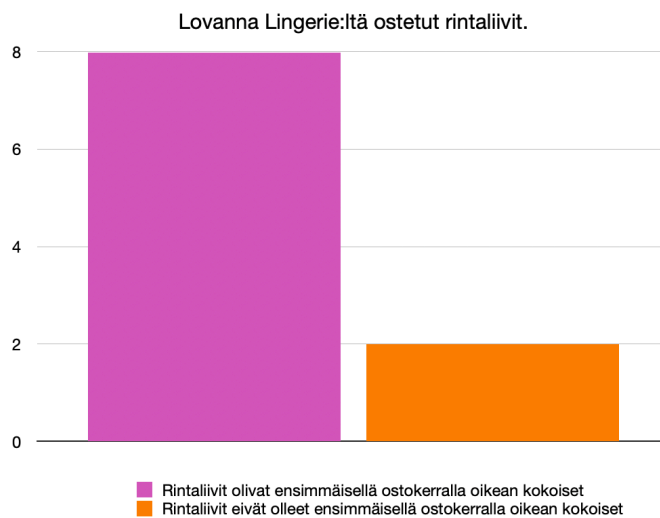
Oikean kokoisten rintaliivien ostaneet jaettiin vielä kolmeen kategoriaan. Näistä eniten 53 % vastauksia sai kategoria ”vastaaja katsoi ohjeita rintaliivien ostoon ja niistä oli apua”. Toiseksi eniten vastauksia sai ”vastaaja ei katsonut ohjeita rintaliivien ostoon”, joka keräsi 25 % vastauksista. Vain 6 % vastaajista sanoi katsoneen ohjeita, mutta niistä ei ollut apua.

Väärän kokoisten rintaliivien ostaneet jaettiin samaan kolmeen kategoriaan. Eniten ääniä 11 % sai ”vastaaja katsoi ohjeita rintaliivien ostoon, mutta niistä ei ollut apua”. Viimeiset kaksi kategoriaa kummatkin saivat 3 % äänistä, jotka ovat: *vastaaja katsoi ohjeita koon valintaan ja niistä oli apua* ja *vastaaja ei katsonut ohjeita*. Yllä olevasta diagrammista voidaan päätellä, että jos vastaaja katsoo ohjeita niin niistä todennäköisemmin on apua rintaliivien ostamiseen.

#### 4.6 Lovannan rintaliivit ja opas

Seuraavassa osiossa tiedusteltiin enemmän vastaajien ostoista Lovanna Lingerielle. Yhdenteentoista kysymykseen (Kuvio 26) toivottiin kaikkien osallistuneiden vastaukset, joita tuli yhteensä 75 kappaletta, eli 1 ihminen jätti vastaamatta. Vastaajista 81 % ei ole ostanut Lovanna Lingerien verkkokaupasta rintaliivejä. Tämä saattaa osittain johtua

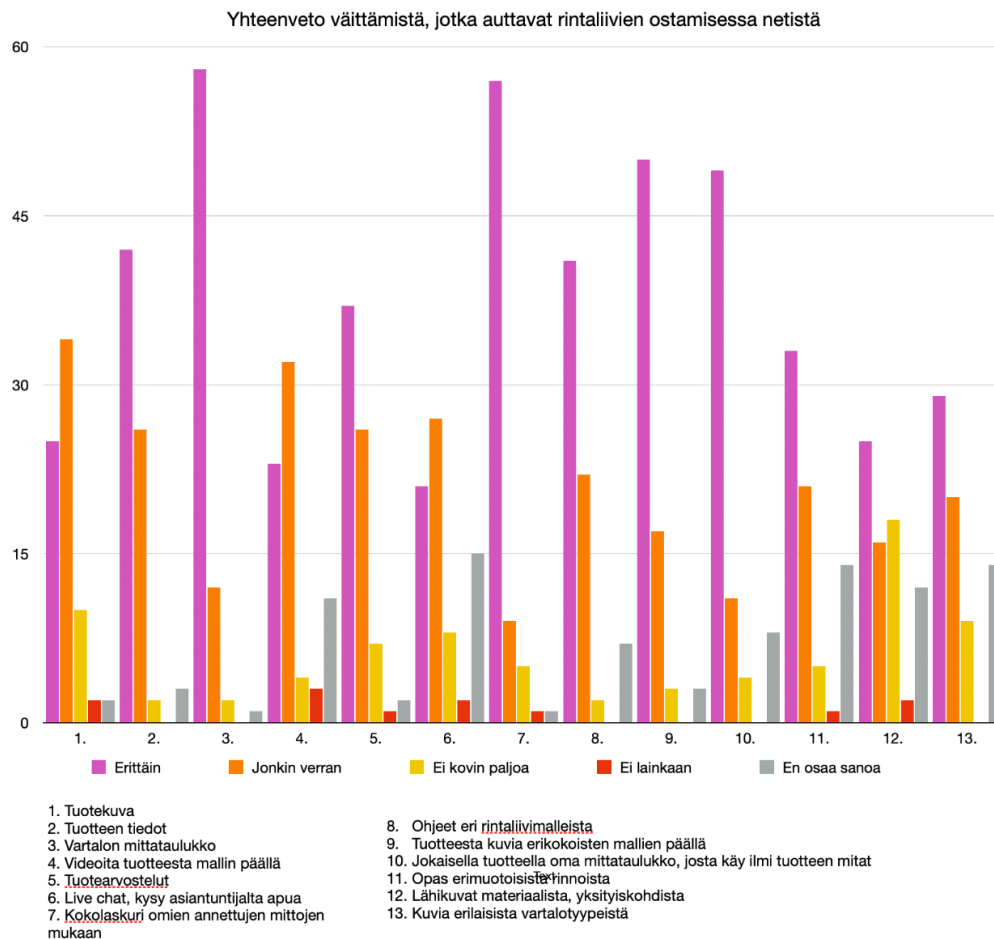
siitä, että opinnäytetyöntekijä jakoi kyselyn omassa sosiaalisessa mediassaan. Keskityn tässä kappaleessa kuitenkin vain Lovanna Lingerie -brändiltä ostaneisiin vastaajiin. Lovanna Lingerie-brändiltä ostaneita oli 10 kappaletta, joista heti ensimmäisellä kerralla löysi oikean koon 80 %. Näistä vastaajista 90 % sanoi katsoneensa ohjeita koon valintaan ja niistä oli apu, kun taas 10 % vastaajista sanoi katsoneensa ohjeita koon valintaan, mutta niistä ei ollut apua. 20 % vastaajista taas ei löytänyt oikeaa kokoa heti. Näistä vastaajista toinen sanoi katsoneensa ohjeita koon valintaan ja niistä olleen apua ja toinen sanoi, että ei katsonut ohjeita koon valintaan. Tästä voidaan päätellä, että Lovanna Lingerie:n rintaliiviesto-opas on kysymysten perusteella tarpeeksi kattava, jotta asiakkaat osaavat valita oikean koon.



Kuvio 26. Vastausjakauma kysymykseen 11.

Viimeisessä kysymyksessä selvitettiin vastaajien mielipidettä, mitkä asiat auttaisivat rintaliivien ostamisessa netissä. Tämä kysymys koostui väittämistä, joihin vastaajat vastasivat järjestysasteikolla 1-5 sen mukaan, pitivätkö he kyseistä väittämää tärkeänä vai ei. Väittämiin pystyi myös vastaamaan "en osaa sanoa", jos vastaaja ei tiennyt vastausta tai ei halunnut vastata kyseiseen väittämään. Nämä vastaukset ovat mukana alla olevassa diagrammissa ja ne otetaan huomioon kokonaistulokseen, sillä niistä saatavasta tiedosta voidaan tulkita väittämien asettelua ja keinojen tunnettavuutta vastaajien keskuudessa. Vastauksista saadaan hyödyllistä tietoa, mitä rintaliivioppaiden pitäisi sisältää, jotta asiakas osaisi ostaa oikean koon.

Kaikkien väittämien on tarkoitus auttaa yritystä selvittämään, mitä kaikkea hyvään rintaliivivasto-oppaaseen kuuluu. Tähän kysymykseen pyydettiin vastaamaan kaikkia kyselyyn osallistuneita, jotta saataisiin mahdollisimman laaja käsitys aiheesta. Myös ne henkilöt, jotka eivät tiedä Lovanna Lingerietä, osaavat vastata tähän kysymykseen. Vastauksia tuli yhteensä 74, joten kaksi henkilöä ei vastannut viimeiseen kysymykseen.

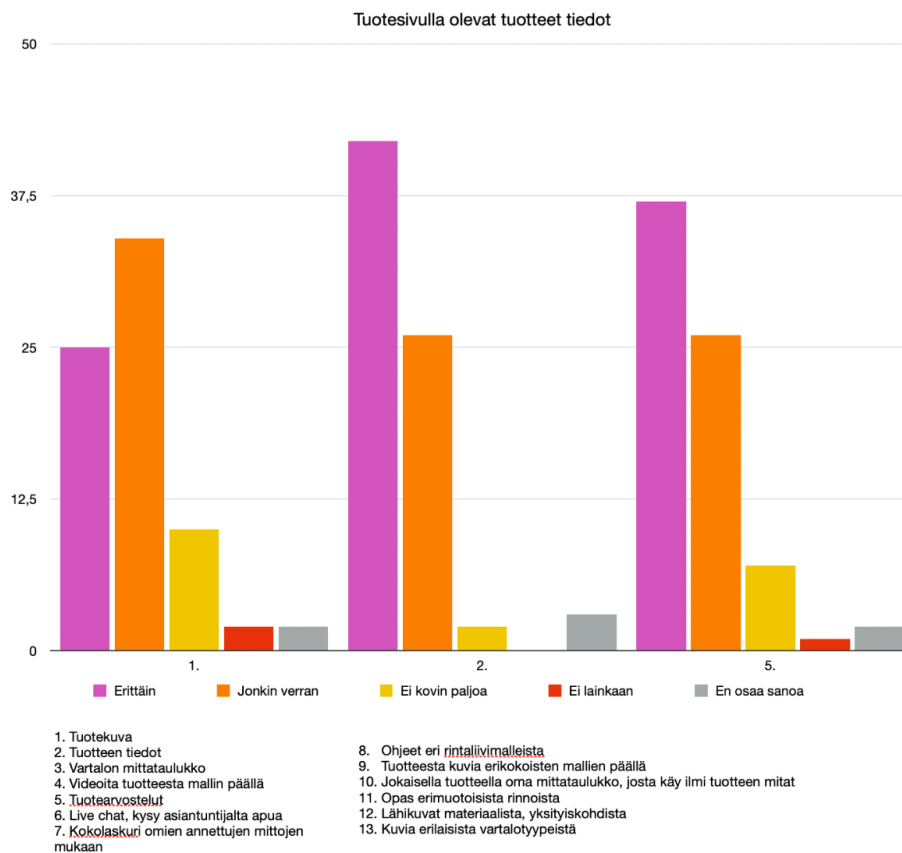


Kuvio 27. Yhteenveto kysymykseen 12.

Yllä olevasta yhteenvedosta nähdään (Kuvio 27), että vastaajien mielestä tärkeimpiä ohjeita oikean koon löytämiseen ovat väittämät 3, 7, 9 ja 10. Näissä väittämässä oli myös vähän “ei osaa sanoa” -vastauksia, joten nämä keinot ovat olleet vastaajille tuttuja. Väittämien 2, 5, 8, ja 11 kohdalla hajontaa on jo enemmän, mutta silti huomattavasti enemmän vastauksia ovat saaneet erittäin- ja jonkin verran vaihtoehdot. Väitteiden 1, 4, 6 ja 12 ja 13 kohdalla hajonta kasvoi entisestään ja väittämässä 1, 4 ja 6 jonkin verran -vaihtoehto on noussut kärkeen. Vaihtoehtoissa 12 ja 13 erittäin-

vaihtoehto on vielä kärjessä, mutta vastausten jakautuminen on myös suurinta. Eos-vastausten määrä on suurimmillaan vastauksissa väittämässä 6, 12 ja 13. Tästä voidaan päätellä, että nämä keinot eivät ole olleet vastaajille niin tunnettuja tai he eivät osaa arvioida onko niistä ollut hyötyä vai ei. Väittämien runsauden vuoksi tulokset on jaettu neljään diagrammiin, jotka on järjestetty aihealueittain, jotta väittämiä voidaan tarkastella vielä syvällisemmin. Alla olevassa diagrammissa on ensimmäinen neljästä diagrammista, johon on valittu väittämät 1, 2 ja 5.

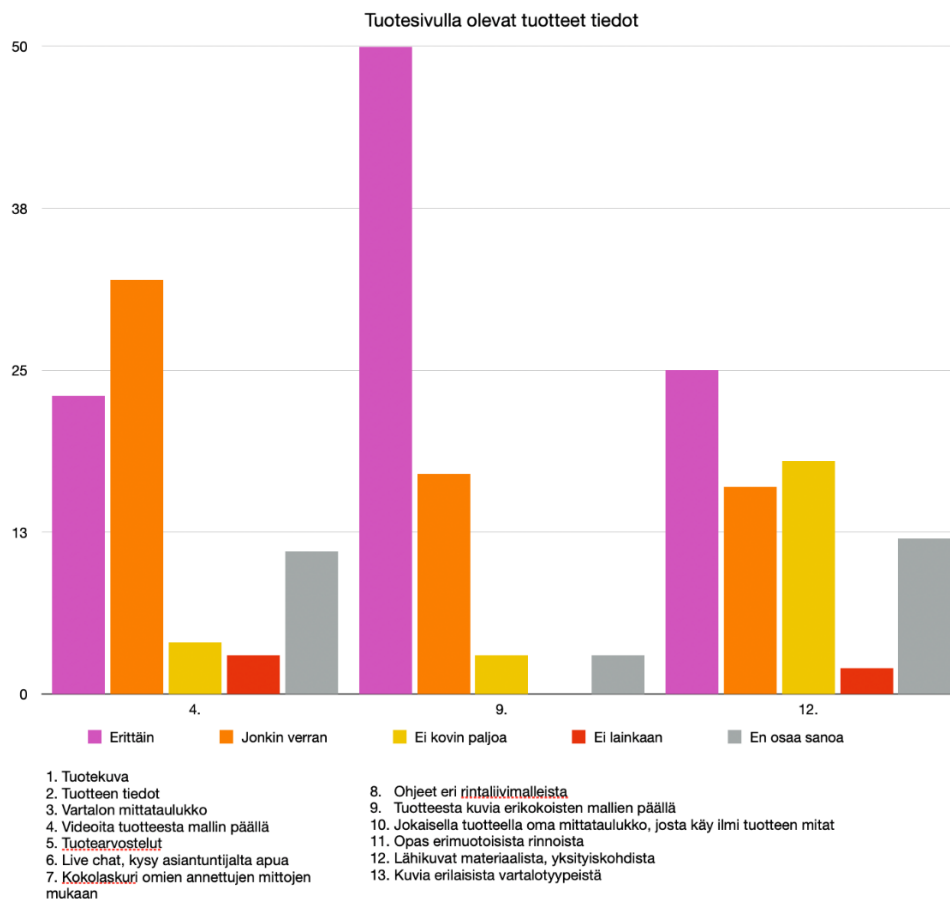
Ensin tarkastelussa on tuotesivulla olevia kohtia (Kuvio 28), jotka ovat tuotekuva, tuotetiedot ja tuotearvostelut. Tuotekuvaa piti jokseenkin tärkeänä noin puolet (47 %), erittäin tärkeänä 34 % ja ei kovin tärkeänä 14 %. Tuotekuvaa tärkeämpi vastaajien mielestä oli tuotetiedot. Tuotetietoja piti erittäin tärkeänä 58 %, jokseenkin tärkeänä 36 % ja ei kovin tärkeänä 3 %. Toiseksi tärkeimmäksi vastaajat sanoivat tuotearvostelut, joista erittäin tärkeiksi sitä sanoi 51 %, jokseenkin tärkeäksi 36 % ja ei kovin tärkeäksi 10 %. Tulosten perusteella vastaajat pitävät tärkeämpänä verbaalista informaatiota ja muilta kuluttajilta tullutta palautetta kuin kuvia tuotteesta.



Kuvio 28. Vastausjakauma väitteisiin 1, 2 ja 5.



Seuraavassa diagrammissa (Kuvio 29) jatkuu tuotesivuilla oleva informaatio tuotteesta. Videoita tuotteesta mallin päällä piti erittäin tärkeänä 32 % vastaajista, jokseenkin tärkeänä 44 % ja ei kovin tärkeänä 5 % vastaajista. Tärkeimpänä vastaajat pitivät väittämää *“tuotteesta kuvia erikokoisten mallien päällä”*, jota erittäin tärkeänä piti 68 % vastaajista, jokseenkin tärkeänä 23 % ja ei kovin tärkeänä 4 % vastaajista. Tulokset osoittavat, että vastaajat pitivät tärkeämpänä nähdä tuotteesta kuvia erikokoisten mallien päällä kuin normaalia tuotekuvaa. Tämä on ihan järkeenkäypää, sillä kaikki naiset ovat erikokoisia, joten voi olla vaikea kuvitella, miltä tuote näyttäisi itsensä päällä, jos on eri kokoinen. Enemmän hajontaa sai väite 12, jota erittäin tärkeänä piti 34 %, jokseenkin tärkeänä 22 % ja ei kovin tärkeänä 24 %.

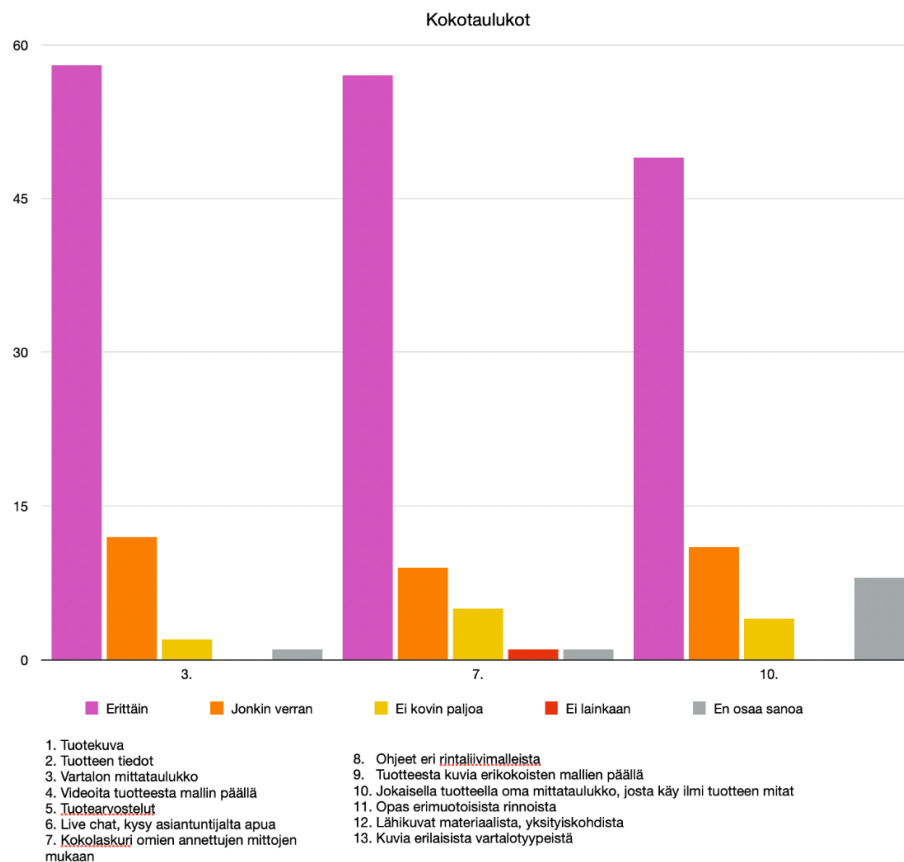


Kuvio 29. Vastausjakauma väitteisiin 4, 9 ja 12.

Näistä kuudesta väittämästä (kuvio 28 ja 29), jotka liittyvät yksittäisen tuotteen tietoihin, suosituimmiksi väittämiksi osoittautuivat tuotteen tiedot ja tuotteesta kuvia erikokoisten mallien päällä. Väitteet 4 ja 12 saivat eos-vastauksia enemmän kuin mitkään muut kuudesta väittämästä. Videoita tuotteista mallin päällä sai eos-vastauksia 15 % kun

taas lähikuvat materiaalista ja yksityiskohdista sai eos-vastauksia 16 %. Tästä voi päätellä, että videomateriaali ei ole niin tunnettua vastaajien keskuudessa ja lähikuvat materiaaleista ja yksityiskohdista ei välttämättä tuo ainakaan tietoa liittyen rintaliivin kokoon, mutta voi auttaa kankaiden kuvaamisessa.

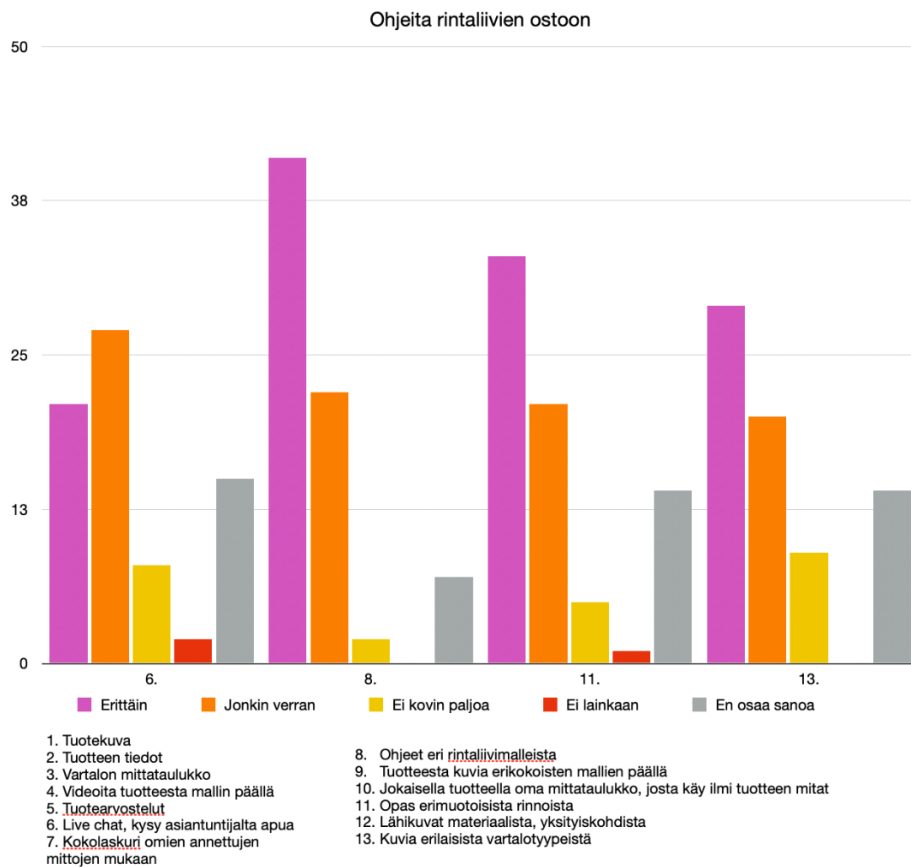
Kaikki kokotaulukoihin liittyvät väittämät (Kuvio 30) ovat vastaajien mielestä hyvin tärkeitä. Nämä kolme väittämää olivat myös luvun johdannossa olevassa yhteenvedossa yksiä tärkeimpinä pidettyjä väittämiä. Tämän kategorian tärkeimmäksi väittämäksi nousi väittämä 3, jota pidettiin erittäin tärkeänä 79 %, jokseenkin tärkeänä 16 % ja ei kovin tärkeänä 3 %. Kokolaskuria pidettiin erittäin tärkeänä 78 %, jokseenkin tärkeänä 12 % ja ei kovin tärkeänä 7 %. Vastaajista, joiden mielestä erittäin tärkeää on, että jokaisella tuotteella on oma mittataulukko, pitivät tärkeänä 67 % vastaajista, jokseenkin tärkeänä pidettiin 12 % ja ei kovin tärkeänä 5 % vastaajista. Tämä väittämä sai myös eniten eos-vastauksia, joita oli 11 % vastaajista. Kymmenennestä kysymyksestä huomasii, että vastaajat eivät ole kokeneet samanlaista aikaisemmin, sillä eos-vastaukset olivat korkeammat.



Kuvio 30. Vastausjakauma väitteisiin 3, 7 ja 10.

Neljänteen kategoriaan on valittu erilaisia ohjeita rintaliivien ostoon sekä live-chat, joka ei oikein sopinut mihinkään kategoriaan. Tämän kategorian kaikissa neljässä väittämässä vastaukset ovat jakautuneet enemmän. Live-chat-väittäjä sai eniten eos-vastauksia, joita oli kaiken kaikkiaan 21 %. Tämä kertoo siitä, että vastaajat eivät ole kokeneet live-chatin hyötyjä tai he eivät tiedä siitä tarpeeksi. Live-chat oli myös vastaajien mielestä yksi kaikkien väittämien tarpeettomin väittäjä. Live-chat oli vastaajien mielestä erittäin tärkeä 29 % osalle, jokseenkin tärkeä 37 % ja ei kovinkaan tärkeä 11 %.

Seuraavaksi tarkastellaan eri ohjeita, joista tärkeimmäksi vastaajien mielestä nousi ohjeet eri rintaliivimalleista. Vastaajat pitivät tätä väittämää erittäin tärkeänä 57 %, jokseenkin tärkeänä 31 %, ei kovinkaan tärkeänä 3 %. Vastaajien mielestä opas eri rinnan muodoista oli erittäin tärkeä 45 %, jokseenkin tärkeä 28 %) ja ei niin tärkeä 8 %. Vastaajat pitivät viimeistä väittämää ”*kuvia erilaisista vartalotyypeistä*” erittäin tärkeänä 40 %, jokseenkin tärkeänä 28 % ja ei kovinkaan tärkeänä 13 %.



Kuvio 31. Vastausjakauma väitteisiin 6, 8, 11 ja 13.

Kyselyn tästä osuudesta voidaan päätellä, että tuotesivuilla oleva informaatio ja kokotaulukot ovat vastaajien mielestä tärkeimpiä osia oikean kokoisten rintaliivien valinnassa. Tässä kategoriassa eos-vastauksia oli eniten, joten vastaajat eivät ole ehkä edes katsoneet ohjeita aikaisemmin rintaliivien ostoon, joten he eivät osanneet vastata väittämiin. Aikaisemmin kyselyssä kävi ilmi, että 28 % rintaliivejä netistä ostaneista ei edes katsonut ohjeita rintaliivien ostoon ennen ostotapahtumaa.

## **5 Yhteenveto**

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, kuinka rintaliiviesto-oppaita saataisiin parannettua niin, että kuluttajat osaisivat ensimmäisellä ostokerralla valita oikean koon ja sen seurauksena palautusten määrä saataisiin alhaisemmaksi. Tutkimusongelman ratkaisuun käytettiin kirjallisia lähteitä teoriana, havainnointia sekä kyselytutkimusta. Näitä aihealueita lähestyttiin rintaliiviesto-oppaiden kehittämisen näkökulmasta, sillä toimeksiantajayritys halusi vähentää verkkokaupasta syntyneitä palautuksia. Teoreettisen viitekehyksen pohjalta muodostettiin kyselytutkimus, joka jaettiin opinnäytetyön tekijän ja toimeksiantajayrityksen sosiaalisessa mediassa, Instagramissa. Kysely koostui neljästä eri osuudesta, jotka sisälsivät monivalintakysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä. Kyselyllä selvitettiin kuluttajien kokemuksia omista rintaliiveistä ja mielipiteitä liittyen rintaliivien ohjeisiin verkkokaupassa. Kyselytutkimus vahvistaa rintaliivien ohjeiden tärkeyden rintaliivien ostoon. Tuloksista ilmeni useiden eri viestintäkeinojen käyttämisen verkkokaupassa auttavan kuluttajaa löytämään itselleen oikean koon. Eri viestintäkeinojen hyödyllisyyttä pystyttiin vertailemaan annettujen vastausten perusteella. Erityisesti mittataulukoiden, tuotteen tietojen ja tuotekuvien merkitys korostui. Verkkosivuille toivottiin kuvia erikokoisten mallien päällä, jotta kuluttaja näkee, miten tuote istuu eri kokoisille naisille. Tämän opinnäytetyön myötä toimeksiantajayritys saa informaatiota, kuinka kehittää verkkokaupan rintaliiviesto-opasta, jotta palautuksia pystyttäisiin vähentämään.

## **6 Pohdinta**

Tutkimus toteutettiin tapaustutkimuksena, jossa syvennyttiin yhteen tapaukseen käyttäen useita eri menetelmiä. Käyttämällä eri menetelmiä vahvistettiin tutkimuksen perusteellista ymmärtämistä sekä taattiin tutkimuksen luotettavuus. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli saada mahdollisimman syvälinen ymmärrys, kuinka

verkkokaupan rintaliiviosto-opasta saataisiin paranneltua niin, että rintaliivien palautukset väärän koon takia vähentyisivät sekä saada kuluttajien mielipiteitä, mitä ohjeita he tarvitsisivat oikean kokoisten rintaliivien löytämiseen. Opinnäytetyö rajattiin käsittelemään vain rintaliivejä, sillä alusvaatteet tuoteryhmänä olisi ollut liian laaja tähän opinnäytetyöhön. Teoreettisen viitekehyksen aihealueet valittiin siten, että toimeksiantajayritys saisi mahdollisimman hyvät työkalut verkkokaupan rintaliiviosto-oppaan kehittämiseen ja siten saisi vähennettyä palautusten määrää.

Vastaavanlaista opinnäytetyötä liittyen rintaliiveihin ei ole tehty aikaisemmin, joten käytössä ei ollut aiempaa tutkimustietoa, minkä takia kyselyn suunnittelussa ja analysoinnissa hyödynnettiin teoreettista viitekehystä. Kyselyn avulla onnistuttiin mittaamaan tutkittavaa aihetta laajasti ja vastaamaan tavoitteiden mukaisesti tutkimuskysymykseen. Kyselyn tuloksista selvisi kuluttajien menettelytapoja liittyen internetistä ostamiseen sekä heidän mielipiteitään siitä, mitkä ohjeet auttavat rintaliivien ostossa netistä. Tulokset vahvistavat myös verkkokaupan viestintäkeinojen tärkeyden verkkokaupan palautusten vähentämiseksi. Teoreettisen viitekehyksen pohjalta huomattiin, mitä kaikkea rintaliivien istuvuudessa pitää ottaa huomioon ja tämän takia kyselyn viimeinen kysymys antaakin kattavasti tietoa siitä, kuinka laaja rintaliiviosto-oppaan pitäisi olla.

Kysely oli pääosin onnistunut. Kyselyyn vastasi 76 henkilöä. Tämä otanta riitti niihin kyselyn osioihin, joihin kaikki vastaajat pystyivät vastaamaan. Enemmän vastaajia olisi kuitenkin toivottu Lovanna Lingerien asiakaskunnasta, jotta näihin kysymyksiin oltaisiin saatu enemmän vastauksia ja näin kyselyn luotettavuutta olisi pystytty parantaa. Tulosten luotettavuutta olisi parantanut myös kysymysten parempi sanallinen ohjeistus ja vastausvaihtoehtojen pidempi pohdinta. Kysymysten jälkeen olisi voinut laittaa avoimen vaihtoehdon, johon vastaajat olisivat voineet vastata, jos mikään muista vaihtoehdoista ei sopinut. Kysymyksiä 1 ja 12 olisi pitänyt pohtia kauemmin, jotta näiden kysymysten virheet olisi huomattu, kuten tulosten analysoinnissakin todettiin. Kysymykset 7, 9 ja 10 olisi pitänyt muokata niin, että kun netistä ostettuja brändejä on useampi kuin yksi, niin vastaaja pystyisi valitsemaan jokaiselle brändille oman vastauksen. Tämä olisi antanut enemmän tietoa muiden brändien rintaliiviosto-oppaista, ja näin heidän verkkosivujen oppaita olisi voitu analysoida tarkemmin. Tulosten laajempaa käyttöä varten tutkimuksessa olisi voitu hyödyntää lisäksi esimerkiksi kilpailevien yritysten verkkosivujen analysointia. Tämä olisi kuitenkin

kasvattanut tutkimuksen laajuutta ja työmäärää. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys sekä kyselytutkimus vastasivat tutkimuskysymykseen. Opinnäytetyö täyttää aukon tutkimuskentällä, sillä samankaltaista tutkimusta ei olla tehty aikaisemmin Suomessa. Tämän lisäksi aikaisempaa suomenkielistä tutkimusaineistoa löytyy vielä vähän.

Tämä opinnäytetyö antaa tietoja yritykselle kuluttajien ostokäyttäytymisestä netissä ja mitä ohjeita kuluttajat pitävät tärkeänä ostaessa rintaliivejä. Tutkimuksen tulosten avulla yritys saa käsityksen verkkokaupan rintaliivioso-oppaan vahvuuksista ja kehittämiskohteista, sekä tämän pohjalta Lovanna Lingerie voi tehdä konkreettisia korjauksia verkkosivuilleen vähentääkseen palautuksia. Toimeksiantajayritys voi tehdä jatkotutkimusta tehtyjen muutosten toimivuudesta. Tutkimuksen teoreettiseen viitekehukseen oli saatavilla vain muutamia kirjallisia lähteitä, joten työn luotettavuus on riippuvainen näistä aineistoista. Koska tutkimus toteutettiin tapaustutkimuksena, saatuja tuloksia ei voida laajasti yleistää koskemaan muita yrityksiä, mutta tuloksista on eniten apua tapausyrityksen kaltaisille yrityksille. Sovellettaessa vastauksia toiseen yritykseen on huomioitava erityisesti seuraavat asiat: yrityksessä olevat tuotteet ja yrityksen kohderyhmä. Tutkimuksen tuloksia voivat myös hyödyntää vaatetusalan opiskelijat ja aloittelevat yrittäjät, jotka haluavat enemmän tietoa rintaliivien teoriasta ja kuinka oikean kokoisten rintaliivien tulisi istua.

Jatkotutkimuksena voitaisiin perehtyä analysoimaan kilpailijoiden verkkosivujen rintaliivioso-oppaita ja verrata niitä toimeksiantajayrityksen oppaaseen. Kiinnostavaa olisi myös perehtyä tarkemmin työssä esiteltyihin rintaliivien istuvuus tekijöihin ja tutkia huonosti istuvien rintaliivien vaikutusta. Teoreettisen viitekehysten ja kyselyn pohjalta voitaisiin miettiä tuotekehitysideoita. Tämän lisäksi kiinnostavaa olisi tutkia tuotannon ja suunnittelun näkökulmasta, millaisilla muutoksilla näillä alueilla voitaisiin vaikuttaa palautusten määrään.

## Lähteet

- Asmita, S. 2020. 5 side effects of wearing the wrong bra size that could be harmful for health. Are you wearing the right one? Women Working. Saatavissa: <https://her.womenworking.com/consequences-of-wearing-wrong-bra-size-right-cup-size-back-neck-shoulder-pain>. Viitattu 20.9.2021.
- Barbier, M & Boucher, S. 2004. The Story of Lingerie. New York: Parkstone Press USA.
- Bra history. N.d. Fandom. Saatavissa: [https://bustyresources.fandom.com/wiki/Bra\\_history](https://bustyresources.fandom.com/wiki/Bra_history). Viitattu 06.10.2021.
- Big Girls Bra. N.d. Glossary. Saatavissa: <http://www.biggerbras.com/advice/glossary/>. Viitattu 29.10.2021.
- Eske, J. 2020. What to know about breast shapes. Medical News Today. Saatavissa: <https://www.medicalnewstoday.com/articles/breast-shapes#factors>. Viitattu 07.10.2021.
- Fasanella, K. 2006. A question of thoracic shaping. Fashion-Incubator. Saatavissa: [https://fashion-incubator.com/a\\_question\\_of\\_thoracic\\_shaping/](https://fashion-incubator.com/a_question_of_thoracic_shaping/). Viitattu 27.9.2021.
- Haaksluoto, M. 2019. Ihastuttava alusvaatetrendi hurmasi naiset - rintojen luonnollinen muoto saa nyt näkyä. Iltalehti. Saatavissa: <https://www.iltalehti.fi/muoti/a/697632de-de9e-40f2-8cb0-a9e8019c6f09>. Viitattu 20.9.2021.
- Hirsjärvi, S & Remes, P & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Holm, M. 2010. Moni nainen kulkee kehoissa rintaliiveissä. Yle. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-5649252>. Viitattu 20.9.2021.
- Johnson, B. 2011. The bra-makers manual 2. Ruotsi: B,wear.
- Johnson, B. 2005. The bra-makers manual. Ruotsi: B,wear.

Johnson, M. 2019. What are the most common breast shapes? Healthline. Saatavissa: <https://www.healthline.com/health/breast-shapes#Your-breasts-are-unique>. Viitattu 07.10.2021.

Kananen, J. 2013. Case-tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kiviniemi, A. 2016. Näin rinnat muuttuvat elämän aikana. Iltalehti. Saatavissa: <https://www.iltalehti.fi/pinnalla/a/2016100322408627>. Viitattu 09.10.2021.

Koskela, A & Kukkonen, M. 2020. Yksi merkki voi paljastaa, että käytät vääränkokoisia rintaliivejä - näin ostat hyvät rintsikat arkeen ja urheiluun. Kotiliesi. Saatavissa: <https://kotiliesi.fi/i ihmiset-ja-ilmiot/muoti-kauneus/nama-vinkit-jokainen-rintaliiveja-kayttava-haluaa-tietaa-liiviekspertti-kertoo-miten-ostat-hyvät-rintsikat-arkeen-ja-urheiluun/>. Viitattu 20.9.2021.

Kuntsi, M. 2017. Aikuisen naisen rintaliivit: näin vältät kaksoistissit ja vaikutelman sipulipusseista. Kotiliesi. Saatavissa: <https://kotiliesi.fi/i ihmiset-ja-ilmiot/muoti-kauneus/aikuisen-naisen-rintaliivit-nain-valtat-kaksoistissit-ja-vaikutelman-sipulipussista/>. Viitattu 20.9.2021.

Lovanna Lingerie. 2021. Lovanna Lingerien verkkosivut. Saatavissa: <https://lovanna-lingerie.com/>. Viitattu 22.3.2021.

Lumi Lingerie. 2019. Mitä tarkoittaa rintaliivin rinnakkaiskoko. Saatavissa: <https://www.lumingerie.fi/mita-tarkoittaa-rintaliivin-rinnakkaiskoko>. Viitattu 19.10.2021.

Mervi. 2017. Rintaliivikoulu, osa 4. Miten ostan rintaliivit netistä? Kupista asiaa. Saatavissa: <http://kupista-asiaa.blogspot.com/2017/03/rintaliivikoulu-osa-4-miten-ostan.html>. Viitattu 21.10.2021.

Natasha. 2018. Underwire theory: how to find the correct underwire for your size. The Bra Makery. Saatavissa: <http://www.bramakingblog.com/tag/underwire-sizing/>. Viitattu 26.10.2021.



Powell, P. 2016. Lingerie Design. A Complete Course. Lontoo: Laurence King Publishing.

Sarajärvi, A & Tuomi, J. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisältöanalyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Shin, K. 2015. Patternmaking for underwear design. Englanti: Amazon.

Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Want a good and comfortable bra? 12 things you should know. N.d. Evas intimates. Saatavissa: <https://www.evasintimates.com/blog/comfortable-bras/>. Viitattu 16.10.2021.

## Kuvalähteet

Alusvaateliike Siro. 2021. Alusvaateliike Siron verkkosivut. Saatavissa:

<https://www.alusasuliike.fi/i/kokotaulukot/38/>. Viitattu 1.11.2021.

Barnet, L. 2018. Intladventures. Saatavissa: <http://www.intladventures.com/the-beginners-guide-to-guide-to-bra-styles>. Viitattu 1.11.2021.

Lovanna Lingerie. 2021. Lovanna Lingerien verkkosivut. Saatavissa: <https://lovanna-lingerie.com/en/products/glow-bralette-black>. Viitattu 1.11.2021.

Lovanna Lingerie. 2021. Lovanna Lingerien verkkosivut. Saatavissa: <https://lovanna-lingerie.com/en/collections/rintaliivit/products/eve-wireless-bandeau>. Viitattu 1.11.2021.

Lovanna Lingerie. 2021. Lovanna Lingerien verkkosivut. Saatavissa: <https://lovanna-lingerie.com/en/collections/rintaliivit/products/eve-push-up>. Viitattu 1.11.2021.

## Liitteet

### Kyselylomake

Rintaliivien ostaminen netistä.

## Kysely rintaliivien ostamisesta netistä.

Olen vaatetusalan opiskelija Metropolia ammattikorkeakoulusta. Teen opinnäytetyöni kuluttajakyselyn Lovanna Lingerielle verkkokaupan palautusten välttämiseksi. Kaikki vastaukset ovat anonymoituja ja käsittelen antamianne tietoja vain tutkimuksessa. Kyselyyn voi vastata 8.10 asti.  
Kiitos osallistumisesta!

Illoisin terveisin,  
Mia L

### 1. Minkä ikäinen olet?

- alle 21
- 22-30
- 31-43
- 45-58
- yli 59

### 2. Koetko tietäväsi oman rintaliivikokosi?

- Kyllä
- En ole varma

### 3. Koetko tietäväsi, mitä mittoja tarvitaan oikean koon löytämiseksi?

- Kyllä
- En

4. Minkä kokoisia rintaliivejä käytät? (kuppikokoina esim. 75B)

Short-answer text  
.....

5. Oletko ostanut netistä?

- Kaarituellisia
- Kaarituettomia
- Molempia
- En ole ostanut rintaliivejä netistä

6. miksi olet/ et ole ostanut rintaliivejä netistä?

Long-answer text  
.....

Jos et ole ostanut rintaliivejä netistä, kysymyksiin 7.-10. ei tarvitse vastata.

Description (optional)

7. Jos olet ostanut rintaliivejä netistä, tiesitkö kyseisen brändin koon entuudestaan? (oletko käyttänyt aiemmin saman brändin rintaliivejä)

- Kyllä
- Ei

8. Jos olet ostanut rintaliivejä netistä, minkä brändien liivejä olet ostanut?

Short-answer text  
.....

9. Ovatko internetistä ostamasi rintaliivit yleensä oikean kokoiset?

- Kyllä
- Ei

10. Valitse seuraavista

- Katsoin ohjeita koon valintaan ja niistä oli apua
- Katsoin ohjeita koon valintaan ja niistä ei ollut apua
- En katsonut ohjeita koon valintaan

11. Oletko ostanut Lovanna Lingerien kaarellisia rintaliivejä tai braletteja netistä, löysitkö heti ensimmäisellä kerralla oikean koon?

- Kyllä
- En
- En ole ostanut Lovanna Lingerien rintaliivejä.

## 12. Mitkä seuraavista auttaisivat oikean koon löytämisen rintaliivejä ostaessa netistä?

	ei lainkaan	ei kovin paljoa	en osaa sanoa	jonkin verran	erittäin
Tuotekuva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuotteen tiedot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vartalon mittat...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videoita tuotte...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuotearvostelut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Live chat, kysy ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kokolaskuri om...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjeet eri rintali...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuotteesta kuvi...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jokaisella tuott...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opas eri muoto...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lähikuvat mate...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuvia erilaisista...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>