

---

**IKÄIHMISTEN TRIKOOVAATEMALLISTON  
SUUNNITTELU TOIMITUSVIIKOITTAIN FINNWEAR  
-TUOTEMERKILLE**

**HAMK**  
HÄMEEN AMMATTIKORKEAKOULU

Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Muotoilu

Visamäki, kevät 2013

Johanna Isotalo

---

VISAMÄKI  
Muotoilu  
Vaatetus

---

<b>Tekijä</b>	Johanna Isotalo	<b>Vuosi</b> 2013
<b>Työn nimi</b>	Ikäihmisten trikoovaatemalliston suunnittelu toimitusviikoittain Finnwear-tuotemerkille	

---

## TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyö valmistettiin yhteistyössä Nanso Group Oy:n Finnwear-tuotemerkin kanssa. Työn tavoitteena oli suunnitella trikoovaatemallisto kevät/kesä 2014 sesonkiin kohderyhmälle, joka koostuu yli 65-vuotiaista aktiivisista naisista ja miehistä. Valmis mallisto esitetään toimitusviikoittain kuvastomaisena kokonaisuutena, josta käy ilmi tuotteiden kokoja-kauma, väritykset Pantone-värikoodein sekä tuotteisiin suunnitellut kuosit ja painatukset. Malliston suunnittelun tueksi valmistettiin kohderyhmälle suunnattu kyselytutkimus, jonka tavoitteena oli selvittää kohderyhmän mielipiteitä pukeutumisesta ja käyttää saatuja tuloksia malliston suunnittelun pohjana.

Tietoa tuotesuunnittelusta haettiin aihetta käsittelevistä kirjoista sekä omista kokemuksista yhteistyöyrityksen toimintatavoista. Lisäksi kirjallisuudesta haettiin tietoa ikääntymisen aiheuttamiin vartalonmuutoksiin sekä siihen, kuinka muutokset pystyttäisiin huomioimaan tuotesuunnittelussa. Malliston suunnittelua varten tutkittiin sesongin trendiennusteita alan lehdistä sekä aiheeseen erikoistuneesta Stylesight-verkkopalvelusta. Malliston tuotteiden ja kuosien suunnittelu on toteutettu tietokoneavusteisesti Adobe Illustrator -ohjelmalla.

Opinnäytetyön tuloksista selviää kohderyhmän mieltymyksiä pukeutumisesta. Lisäksi selviää, minkämalliset ja -väriset tuotteet ovat kohderyhmän toiveita ja tarpeita vastaavia sekä millaisiin käyttötarkoituksiin trikoovaatteen tulisi vastata. Lopullinen palaute suunnitteluprosessin onnistumisesta saataisiin vasta kuluttajilta sekä tuotteiden myyntiluvuista, malliston tuottamisesta yhteistyöyritys ei ole päättänyt. Opinnäytetyön jatkotoimenpiteitä on nimen keksiminen tuoteperheelle, pakkaussuunnittelu sekä suunnittelujen mallien tuotteistaminen.

**Avainsanat** Mallisto, tuotesuunnittelu, vaatetusteollisuus, ikääntyneet

**Sivut** 66 s. + liitteet 34 s.

Visamäki  
Degree Programme in Design  
Clothing

---

<b>Author</b>	Johanna Isotalo	<b>Year</b> 2013
<b>Subject of Bachelor's thesis</b>	Designing tricot clothing collection for elderly people by delivery weeks to Finnwear trademark	

---

ABSTRACT

The thesis was prepared in cooperation with the Finnwear trademark of Nanso Group Oy. The goal was to design a tricot clothing collection for the spring/summer 2014 season to the target group which consists of over 65-year-old active women and men. The completed collection is shown in a catalogue like entity which consists of the information on the delivery weeks, the product size distribution, colorings by Pantone color codes and designed prints and patterns. The target group survey was prepared to support the collection design which aims to define the target group's opinions on dressing and to use the results as the designing base.

Information on product design was sought from books and from the author's own experiences in the procedures of the client. In addition, information on age-related changes in the body and how to be able to take changes into account in the product design was collected from literature. Seasonal trend forecasts were studied in trade magazines and on the Stylesight web portal which specializes in trend forecasting. The prints and patterns of the collection are executed by using the computer-aided designing program Adobe Illustrator.

The research results of the thesis show the target group's preferences on dressing. In addition, the thesis discusses which models and colors match the target group's expectations and needs and also what kind of use tricot garments should correspond to. The final feedback of the success of the designing process will uncover of product sales and from consumers. The enterprise has not decided of producing the collection. The follow-up operations of the thesis include naming the product family, packaging design and productization of the collection.

**Keywords** Collection, product design, clothing industry, elderly people

**Pages** 66 p. + appendices 34 p.

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Toimeksiantaja .....	2
1.2	Keskeiset kysymykset ja viitekehys .....	2
1.3	Tiedonhankinta.....	3
2	TUOTESUUNNITTELU VAATETUSTEOLLISUUDESSA.....	4
3	VAATETUS JA VANHENEMINEN .....	6
4	KYSELYN TULOKSET JA ANALYSOINTI .....	9
4.1	Naisten kyselyn tulokset ja analysointi .....	11
4.2	Miesten kyselyn tulokset ja analysointi .....	22
5	MALLISTON SUUNNITTELUPROSESSI .....	30
5.1	Naisten mallisto.....	33
5.1.1	Toimitusviikko 5 .....	33
5.1.2	Toimitusviikko 12 .....	37
5.1.3	Toimitusviikko 19 .....	41
5.2	Miesten mallisto .....	46
5.2.1	Toimitusviikko 5 .....	47
5.2.2	Toimitusviikko 12 .....	48
5.2.3	Toimitusviikko 19 .....	50
6	VALMIS MALLISTO TOIMITUSVIIKOITTAIN.....	52
7	YHTEENVETO JA POHDINTA.....	62
	LÄHTEET .....	65

Liite 1	Naisten kyselylomake
Liite 2	Miesten kyselylomake
Liite 3	Naisten kyselyn vastaukset kysymyksittäin
Liite 4	Miesten kyselyn vastaukset kysymyksittäin
Liite 5	Toimitusviikolle 5 ehdotettu raitakuosi
Liite 6	Toimitusviikolle 5 ehdotettu kukkapainatus
Liite 7	Trio-raitakuosi
Liite 8	Navajo-kuosi

- 
- Liite 9 Nava-painatus
  - Liite 10 Orkidea-mekon alkuperäinen painatus
  - Liite 11 Orkidea-topin painatus
  - Liite 12 Orkidea-mekon lopullinen painatus
  - Liite 13 Olivia-tunikan kuosi
  - Liite 14 Toimitusviikolle 19 suunniteltu painatus
  - Liite 15 Karl-paidan vinoruutukuosi
  - Liite 16 Toimitusviikon 12 liiviin ehdotettu painatus
  - Liite 17 Patrick-liiviin valittu painatus
  - Liite 18 Toimitusviikon 12 kauluspaitaan ehdotettu kuosi A
  - Liite 19 Toimitusviikon 12 kauluspaitaan ehdotettu kuosi B
  - Liite 20 Martin-kauluspaitaan valittu kuosi
  - Liite 21 Toimitusviikon 19 kauluspaitaan ehdotettu kuosi A
  - Liite 22 Toimitusviikon 19 kauluspaitaan ehdotettu kuosi B

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aihe valittiin yhteistyössä Nanso Group Oy:n Finnwear tuotemerkin pääsuunnittelijan Helena Lukalan kanssa. Keskustelimme Lukalan kanssa mahdollisista aiheista suorittaessani työharjoittelua syksyllä 2012 Finnwearin tuotesuunnittelun avustavissa tehtävissä ja päädyin valitsemaan kyseisen aiheen sen kohderyhmän ajankohtaisuuden vuoksi. Ikääntyvä väestönrakenne ja vanhusten huolto ovat olleet jo jonkin aikaa suuressa median huomiossa herättäen paljon keskustelua.

Rajaan opinnäytetyön malliston suunnitteluun, työhön ei kuulu kaavoitus, näytekappaleiden valmistusta eikä ompelua. Työhön kuuluu kohderyhmän tutkimus ja tulosten analysointi sekä trendiennusteiden haku ja tutkiminen. Tuotteiden mallien ja printtien suunnittelu toteutetaan tietokoneavusteisesti Adobe Illustratorilla. Nanso Group Oy:llä ei ole entuudestaan varsinaisesti ikäihmisille suunnattua mallistoa, joten opinnäytetyöllä pyrittiin kartoittamaan myös mahdollista tarvetta ja kysyntää uuden kohderyhmän mallistolle.

Opinnäytetyön malliston kohderyhmäksi valittiin yli 65-vuotiaat aktiiviset ikäihmiset. Kohderyhmän ihminen viettää aikaa sekä kotona että harrastuksissa. Malliston tuotteet ovat mukavia trikoosta valmistettuja vapaa-ajan käyttövaatteita. Kohderyhmä arvostaa suomalaista suunnittelutyötä, laadukkaita ja kestäviä materiaaleja sekä helppohoitoisuutta. Se tahtoo olla ajan hengessä mukana, seuraamatta kuitenkaan jokaista muoti-ilmiötä. Kohderyhmän edustaja suosii tyylikkää ja ajattomia vaatteita, joiden värit ja kuosit miellyttävät häntä.

Opinnäytetyön päätavoite on tutkia kohderyhmän toiveita ja tarpeita sekä niiden perusteella suunnitella trikoovaatemallisto, joka on kaupallinen, sopii teollisesti tuotettavaksi sekä toimeksiantajan brändiin. Työn tavoitteena on myös selvittää, mitä suunnittelussa pitää ottaa huomioon suunnitelmaessa mallisto toimitusviikoittain. Henkilökohtaisena tavoitteenani on hahmottaa soveltuvuuttani tuotesuunnittelijan tehtäviin suureen vaatetusalan yritykseen.

Opinnäytetyön lopputulos on toimitusviikoittain suunniteltu trikoovaatemallisto ikäihmisille, sekä naisille että miehille. Malliston tuotteet esitellään tasokuvoin edestä ja takaa kuvastomaisena kokonaisuutena, josta käy ilmi tuotteiden kokojakauma, kuosit ja painatukset sekä väritykset Pantone-värikoodeilla. Lisäksi tuotteet on nimetty. Työn tueksi kohderyhmälle valmistettiin kyselytutkimus, jonka tarkoituksena oli selvittää kohderyhmän toiveet ja tarpeet sekä hyödyntää niitä malliston suunnittelussa. Mallisto suunniteltiin kevät/kesä-2014 sesonkiin tutkimalla trendiennusteita sekä hyödyntämällä tiedonantoa yhteistyöyritykseltä.

### 1.1 Toimeksiantaja

Opinnäytetyö valmistettiin yhteistyössä Nanso Group Oy:n kanssa ja yhteyshenkilönäni yrityksessä toimi Finnwearin pääsuunnittelija Helena Lukala. Yrityksen vaatteet valmistetaan pääsääntöisesti trikoomateriaaleista, joka oli otettava huomioon malliston suunnittelussa. Finnwearin tuotesuunnittelu sijaitsee Moreenissa Hämeenlinnassa, mikä helpotti yhteistyötä yrityksen kanssa.

Yhteistyöyritys on perustettu alun perin Nokialle palkkavärväjämöksi 1921 ja se on kokonaan suomalaisessa omistuksessa. Finnwearin trikoovaate-toiminta on ostettu yritykselle vuonna 2001, jolloin yritys toimi nimellä Nanso Oy. Vuonna 2007 tuli voimaan yritysfuusio Vogue Group Oy:n ja VG Production Oy:n kanssa, minkä jälkeen konserni otti käyttöön nykyisen nimen Nanso Group Oy. Nanso Groupin juuret ovat Nokialla, jossa yrityksen pääkonttori ja trikootehdas sijaitsevat. Yrityksellä on lisäksi hienosukkatehdas Torniossa ja sukkatehdas Tallinnassa. Lisäksi yrityksellä on osaomistus Tallinnassa sijaitsevasta ompelimosta, jossa ommellaan osa yrityksen trikootuotteista. Yrityksen logistiikkakeskus sijaitsee Hämeenlinnassa. (Nanso Group)

Yrityksen tuotteiden valmistuspaikka määräytyy brändin ja tuotetyypin mukaan. Yrityksen myymistä tuotteista noin 55 % valmistetaan yrityksen omilla tehtailla. Riskimaista, kuten Kiinasta ja Turkista tuotujen tuotteiden osuus on noin 33 % sekä Euroopasta tuodaan noin 12 % yrityksen tuotteista. Finnwearin tuotteista suurin osa tulee tuonnista, kun taas Nanso-brändin tuotteista 95 % valmistetaan yrityksen omilla tehtailla. Yrityksellä on myymälöitä seuraavilla paikkakunnilla: Nokia, Tampere, Hämeenlinna, Parkano, Hamina, Lahti, Turku, Helsinki, Vantaa ja Tornio. Lisäksi Nanso Groupin tuotteita on myynnissä lukuisilla jälleenmyyjillä niin marketeissa kuin tavarataloissa. Yritys valmistaa oman malliston lisäksi asiakasmallistoja, jotka ovat myynnissä ainoastaan tilaajalla. (Nanso Group)

### 1.2 Keskeiset kysymykset ja viitekehys

Opinnäytetyön pääkysymys on millainen on toimitusviikoittain suunniteltu ikäihmisten trikoovaatemallisto? Vastausta selvitetään myös siihen, mitä on otettava huomioon suunniteltaessa mallistoa toimitusviikoittain sekä miten tutkitaan kohderyhmän toiveet ja tarpeet. Lisäksi pyritään vastaamaan siihen, miten kohderyhmän toiveet ja tarpeet otetaan huomioon malliston suunnittelussa. Kysymyksiin vastaamalla pyritään selvittämään tuotesuunnitteluprosessin kulkua teollisessa toimintaympäristössä sekä sitä, millainen on ikäihmisten toiveiden pohjalta suunniteltu trikoovaatemallisto.

Opinnäytetyön viitekehyksessä (kuva 1) on esitetty vasemmalta alkaen opinnäytetyöprosessin eteneminen. Opinnäytetyössä suunnitellaan valitulle kohderyhmälle suunnattu trikoovaatemallisto toimeksiantajalle. Malliston suunnittelun tueksi tutkittiin aihetta käsittelevää kirjallisuutta, tren-

diennusteita sekä valmistettiin kohderyhmälle suunnattu kysely. Opinnäytetyön tavoitteiden saavuttamiseksi hyödynnettiin tiedoksiantoa yritykseltä sekä omaa kokemusta yhteistyöyrityksen toiminnasta. Tuotesuunnittelu-prosessin lopputulos on kuvastomaisesti esitetty mallistokokonaisuus, jonka tarkoituksena on vastata kohderyhmän toiveisiin ja tarpeisiin. Suunnitteluprosessi pyritään kuvaamaan tuoden esiin olennaiset asiat tuotesuunnittelusta ja valmiiseen lopputulokseen päättämisestä.



Kuva 1. Opinnäytetyön viitekehys

### 1.3 Tiedonhankinta

Tietoa tuotesuunnittelusta haettiin aihetta käsittelevistä kirjoista, sekä omista kokemuksista yhteistyöyrityksen toimintatavoista. Lisäksi hankittiin tietoa vanhenemisen aiheuttamiin vartalonmuutoksiin kirjallisuudesta ja siihen, kuinka tuotesuunnittelussa pystyttäisiin huomioimaan nämä seikat. Opinnäytetyön tueksi valmistettua kyselyä varten tietoa hankittiin lukemalla aihetta käsittelevä teos, joka sisälsi neuvoja kysymysten laatimiseen. Valmistetun kyselylomakkeen avulla pyrittiin saamaan tietoa kohderyhmän vaatemieltymyksistä. Lomakkeen avulla pyrittiin selvittämään, millaiseen käyttötarkoitukseen mallisto kannattaisi suunnitella sekä mitkä värit ja mallit miellyttävät vastaajia. Lisäksi haluttiin selvittää, ovatko vastaajat tyytyväisiä markkinoiden tarjontaan ja löytävätkö he sopivia ja miellyttäviä vaatteita.

Malliston suunnittelua varten tietoa trendeistä haettiin alan lehdistä, kuten View, View2 ja International textile report. Sekä lisäksi trendiennusteita tutkittiin Finnwearilla käytössä olevasta vaateollisuudelle suunnatusta Stylesight verkkopalvelusta. Malliston kuoseihin ja painatuksiin haettiin vaikutteita lisäksi Navajo-intiaanien matoissa käytetyistä kuosiaiheista sekä Art Deco- ja 1970-luvun tekstiileistä.



## 2 TUOTESUUNNITTELU VAATETUSTEOLLISUUDESSA

Tuotteiden suunnittelu on osa tuotekehitystä teollisessa toimintaympäristössä. Yhteistyö valmistuksen ja markkinoinnin kanssa on ominaista tuotesuunnittelulle. Tuotesuunnittelijan tulisi havaita kuluttajien tarpeita ja vastata kysyntään suunnittelemalla tuotteita edulliseen hintaan, mikä luo pohjan yrityksen liiketoiminnalle. Tuotesuunnittelun apuna voidaan käyttää prosessia nopeuttavia tietokoneavusteisia suunnitteluohjelmia, joiden avulla tuotteet esitetään kaksi- tai kolmiulotteisesti. Onnistunut tuotekehitys alkaa markkinamahdollisuuden havaitsemisesta ja päättyy tuotteen toimitamiseen kannattavaan hintaan. (Kettunen 2001, 46–47, 104.)

Tuotesuunnittelussa tulee ottaa huomioon tuotteen laatu. Onko tuote kestävä ja vastaako se käyttäjän tarpeisiin ja tyydyttääkö se ne. Laatu heijastuu siihen hintaan, jonka kuluttajat ovat valmiita maksamaan tuotteesta. Yrityksen liiketoiminnan kannalta tuotteiden valmistuskustannukset ovat myös tärkeä osa tuotesuunnittelua, ja ne tulisi ottaa huomioon heti suunnittelun alkuvaiheessa, kuitenkin niin, ettei luovuus kärsi. Tuotekehitykseen käytetty aika on verrannollinen siihen, kuinka nopeasti yritys pystyy vastaamaan kilpailijoiden haasteisiin sekä kuinka nopeasti yritys saa tehdyt investoinnit takaisin. (Kettunen 2001, 48.)

Suunnittelun tavoitteena on luoda mallisto, joka voi olla kokoelma vaatteita, asusteita tai tuotteita, jotka on suunniteltu ja valmistettu myytäväksi suoraan asiakkaille tai jälleenmyyjille. Malliston tuotteet syntyvät trendien ja teemojen mukaan, yleensä tiettyyn sesonkiin tai tilanteeseen. Malliston tuotteiden muotoilu voi myös heijastaa kulttuurisia tai sosiaalisia vaikutteita. Malliston tuotteet esitellään yleensä asukokonaisuuksina näytöksissä tai verkkosivuilla. Mallistot on yleensä rakennettu erilaisten silhuettien, värien, kuosien ja materiaalien yhdistelmistä, joita suunnittelija yhdistelee estetiikkaansa mukaan. (Renfrew & Renfrew 2009, 11.)

Markkinoilla on kova kilpailu kuluttajien suosiosta, sillä tuotemahdollisuuksien menestyminen riippuu kuluttajista. Kuluttajat haluavat entistä parempia tuotteita vastaamaan tarpeitaan, sillä he ovat tulleet entistä tiedostavimmiksi ja vaativimmiksi. Erilaisten tutkimusten avulla on mahdollista kerätä tietoa asiakkaista ja käyttäjistä, jota voidaan hyödyntää tuotekehityksessä, markkinoinnissa ja jopa yrityksen toiminnan kehittämisessä. Asiakslähtöisyyden toteuttamisen haasteena on löytää tutkimustuloksista ja palautteista kehityskelpoiset ideat. Tuotteen arvoa käyttäjälle voidaan lisätä tekemällä muutoksia olemassa oleviin tuotteisiin, joita malliston suunnittelussa voivat olla esimerkiksi kaavoitus- tai materiaalimuutokset. Suunnittelijan on kuitenkin muistettava, että asiakkailta ja kohderyhmältä saatu palaute on suuntaa antavaa, sillä suunnittelijan on kuitenkin itse tehtävä tarvittavat päätökset. (Mooij, Kortesmäki, Lammi, Lautamäki, Pekala & Sinkkonen 2005, 24, 27, 104, 108.)

Finnwearin tuotesuunnittelussa mallistot jaetaan toimituspaketeiksi. Toimituspaketit toimitetaan jälleenmyyjille ja yrityksen omiin myymälöihin toimitusviikoittain, joita on useampia sesongin sisällä. Toimitusviikon sisällä tuotteiden mallit, värit ja materiaalit sointuvat yhteen ja niistä on

mahdollista valmistaa asukokonaisuuksia. Sesonkituotteiden lisäksi Finnwearilla on mallistossa jatkuvia tuotteita, jotka pysyvät samoina sesongista toiseen. Näin säästetään aikaa ja rahaa tuotekehitykseltä ja -testaukselta, jolloin budjetti voidaan käyttää uusien sesonkituotteiden suunnitteluun.

Malliston tuotteet syntyvät tuotesuunnittelijan ja mallimestarin tiiviin yhteistyön tuloksena. Finnwearilla on töissä kolme suunnittelijaa, joista jokaisella on oma vastuualueensa sekä kaksi mallimestaria. Lisäksi suunnittelijoilla on apunaan tuoteassistentteja, joiden tehtävänä on tuotteistaa suunnitellut mallit. Tuotantoon valituille tuotteille annetaan artikkelinumero, ja lisäksi ne nimetään kaupallisen arvon lisäämiseksi. Yhteistyöyrityksellä on käytössä numeroista koostuvat värikoodit, joita käytetään niin Finnwearin kuin Nanson tuotteissa. Värikoodit helpottavat tuotteiden käsittelyä, tilausten tekoa sekä jälleenmyyjien kanssa toimiessa pystytään varmistamaan se, että kumpikin osapuoli puhuu samasta tuotteesta.

Tuotesuunnitteluun kuuluu myös tuotelappujen, pakkausten ja pesuohjeiden suunnittelu. Finnwearin tuotteilla on yhteneväiset niskalaput ja riipukkeet. Riipukkeista käy ilmi artikkelinumero, tuotteen koko ja hinta, sekä värikoodi ja materiaalitiedot. Samat tiedot löytyvät myös tuotteelle annetusta EAN-viivakoodista, joka mahdollistaa tietojen nopean luvun lukulaitteella kassalla ja yrityksen logistiikassa. Viivakoodeja käytetään yhteistyöyrityksen riipukkeista sekä tuotepakkauksissa. Pesulappujen suunnittelu on myös osa tuotesuunnittelua. Jokaisella tuotteella on oma pesulappunsa, josta kuluttaja pystyy tarkastamaan tuotteen materiaalin ja pesuohjeet. Lisäksi Finnwearin pesulappuihin on merkitty tuotteen artikkelinumero, joka mahdollistaa tuotetietojen saamisen ilman riipukkeista.

Yhteistyöyrityksen tuotesuunnittelijan tehtäviin kuuluu myös tuotteiden esillepanon suunnittelua esimerkiksi marketeille ja tavarataloille. Esillepanon suunnittelussa on tärkeää, että kokonaisuudesta saadaan houkutteleva ja selkeä. Esillepanon suunnitteluun kuuluu olennaisesti myös pakkausten suunnittelu. Tuotteen tulee olla pakattu niin, että kuluttaja näkee tuotteen kuosin tai painatuksen. Tuotteen pakkauksesta tulee käydä helposti ilmi, minkä tuotteen se sisältää, minkä vuoksi suurimmassa osassa yrityksen pakkauksia on myös tasokuva tuotteesta. Tuotteet, joiden malli tai yksityiskohdat kuluttajan on vaikeampi hahmottaa pakattuna, tulisi henkaroida myynnin edistämiseksi.

Tuotesuunnittelijan tehtäviin kuuluu siis paljon muutakin kuin tuotteiden mallien ja kuosien suunnittelua. Suunnittelijan on myös tärkeä osata valita oikeat materiaalit ja yksityiskohdat jokaiselle tuotteelle taatakseen myynnin. Myynnin edistämiseksi tuotteiden hinta-laatu-suhteen tulee olla myös kunnossa. Siksi on tärkeää, että suunnittelussa otetaan alusta asti huomioon tuotteelle muotoutuva myyntihinta ja sen mukaan valitaan tuotteen materiaalit ja tarvittaessa karsitaan yksityiskohtia. Lisäksi yrityksen olisi hyvä tunnistaa ja tietää kohderyhmänsä, jotta se pystyy vastaamaan kuluttajien toiveisiin ja tarpeisiin suunnittelemalla oikeantyyllisiä ja -hintaisia tuotteita.

### 3 VAATETUS JA VANHENEMINEN

Ikääntyville ihmisille vaatetuksen toimivuudella on erittäin suuri merkitys. Vaatetuksen tulisi rajoittaa olemista mahdollisimman vähän ja poistaa epä mukavuuden tunnetta. Vaatteen tulee olla myös esteettisesti miellyttävä kantajalleen, sillä sopimaton vaate aiheuttaa viihtymättömyyttä ja saattaa vaikuttaa haitallisesti myös mielialaan. Vaatetus voi viestiä tiedostetusti tai tiedostamattomasti kantajansa arvoista, itsetunnosta tai statuksesta. Ikäihmiset voivat ilmentää vireyttä seuraamalla muotia, joka luo samalla yhteenkuuluvuuden tunnetta, arvostusta ja hyväksyntää. (Hallman, Iltanen, Karkulahti, Kokkola & Östergård 1999, 7, 10–11, 14.)

Vaatetusta tuotettaessa ikäihmisille tulisi ottaa huomioon ikääntyvän vartalon tarpeet niin tuotteiden mitoituksessa, malleissa, yksityiskohdissa, kuin materiaaleissa. Vartalon asentojen ja muotojen muuttuessa entiset vaatteet eivät välttämättä enää istu vartalolle. Toimintakyvyn muuttuminen tulisi ottaa vaatteita suunniteltaessa myös huomioon. Voimien vähen tyessä sekä tuki- ja liikuntaelinten haurastuessa ryhti ja lihaksikkuus muuttuvat, jolloin vaatteiden pukeminen ja huolto vaikeutuu. Ihmisten ikääntyessä eri tahtiin vartalon mitat, -muodot ja -asennot voivat poiketa hyvin paljon toisistaan, joka varmasti vaikuttaa ikäihmisille kohdennetun vaatetuksen vähyyteen markkinoilla. (Hallman ym. 1999, 13,15, 16.)

Muiden ikäryhmien tavoin myös ikääntyvät ihmiset arvostavat vaatetuksessaan toimivuutta, estetiikkaa ja itsensä ilmaisun mahdollisuutta. Ikäihmisten vaatteiden tulee olla mukavia, käytännöllisiä, helppoja pukea, helppohoitoisia ja tarvittaessa niiden tulee lämmittää sekä olla kevyitä. Muodikkuutta vaatteisiin kaivataan etenkin liikuttaessa kodin ulkopuolella, mutta vaatteet eivät kuitenkaan saa olla liian silmiinpistäviä tai nuorekkaita. Syvät ja voimakkaat värit, etenkin tummansininen, ovat ikäihmisten suosiossa. Kuosimaailmassa naisia miellyttävät useimmiten kukat ja miehiä ruudut, yksivärisyys ja isot selkeät väripinnat. Tärkeää on myös, että pukeutumisella voidaan ilmaista naisellisuutta ja miehekkyyttä. Iäkkäät ihmiset edellyttävät vaatteiltaan hyvää laatua ja tarpeittensa täyttöä, joka kohdentuu materiaaliin, valmistukseen, hintaan ja vaatteen tarkoituksen mukaisuuteen. (Hallman ym. 1999, 17, 18.)

Mallistoa suunniteltaessa ikääntyville ihmisille tulee ottaa huomioon vartalon fyysiset muutokset ja mahdollisuuksien mukaan pyrkiä selvittämään niille ratkaisu. Vanhentuessamme vartalon muoto, -mitat ja -asennot muuttuvat, mikä vaikuttaa vaatteiden istuvuuteen, toimivuuteen sekä tuntuun. Tämä pitäisi ottaa huomioon tuotteet mallissa, mitoituksessa ja kaavoituksessa. Nivelten liikkuvuuden heikentyessä pukeutuminen vaikeutuu ja suunnittelussa on tärkeää ottaa huomioon kädenteiden väljyys sekä se, etteivät materiaalit ole liian liukkaita käsitellä. Ikääntyessä muutokset toiminta- ja tasapainokyvyssä sekä raajojen liikeradoissa vaikeuttavat pukeamista ja riisuuntumista, mitä voidaan vähentää käyttämällä keveitä materiaaleja sekä mallien hyvällä avautuvuudella. Etenkin kohderyhmän iäkkäimmillä ihmisillä voi olla tasapaino-ongelmia vartalonkoordinoituvuuden heiketessä, joka tulisi huomioida suunniteltaessa alakautta puettavia malleja. (Hallman ym. 1999, 18–19; Iltanen 2007, 44.)

Keski-ian ylitettyään ihmisten kerrotaan lyhenevän noin 1–2 cm vuosikymmenessä, ja lyheneminen vain kiihtyy iän myötä. Syy lyhenemiseen on siinä, että ikääntyessä selkänikamat ja välilevyt puristuvat kokoon sekä sairauksien että tapaturmien myötä, jolloin asennon kumartuminen lyhentää ihmistä. Asennon kumartumiseen vaikuttaa etenkin se, että ikääntyessä keskivartalo lyhenee edestä enemmän, kuin takaa. Samoin olan korkeus ja leveys sekä hartioiden leveys pienenevät hieman ikääntyessä. Naisten ikääntyessä rintavuus lisääntyy ja samanaikaisesti rinnan kudokse löystyy, jolloin rinnat laskeutuvat matalammalle. Tämän voi ottaa kaavoituksessa huomioon lyhentämällä rinnan yläpuolen ympärysmittaa sekä pidentämällä kaula-rinta -korkeutta. Lanteikkaat vartalotyyppit ovat iäkkäiden naisten joukossa harvinaisia, vaikka lantionleveyden on havaittu kasvavan yksilöstä riippuen 3,8–10 cm sekä istumaleveyden lisääntyvän 4,4–15 cm. Hormonitoiminnan muuttuessa myös jalkojen muoto suorenee, pakarat litistyvät, sekä reidet kapenevat, mikä vaikuttaa housujen istuvuuteen. (Iltanen 2007, 40, 44–47.)

Iäkkäämmillä naisilla on keskimäärin suurempi vyötärön ympäryys kuin samankokoisilla nuoremmilla naisilla. Rasvan kerääntyessä keskivartaloon ja vatsan alueen sisäelinten painuessa alaspäin keskivartalo painuu kasaan, mistä mittamuutokset johtuvat. Lisäksi tähän voi olla syynä myös vatsalihasten veltostuminen, nesteen kertyminen ja turvotus tai yksinkertaisesti lihominen. Rasvan kertyminen vatsan seudulle näkyy siinä, että iäkkäämpien naisten ylälantion ympärysmitta on suurempi ja vyötärö-haara-vyötärö -pituus pidempi, kuin nuoremmilla naisilla. (Iltanen 2007, 46–47.)

Kaulan ympärysmittaan on huomattu kasvavan huomattavasti ikääntyessä. Tähän vaikuttavat muutokset selkärangassa sekä rasvan kertyminen niskaan. Tuotteiden kaavoituksessa on hyvä ottaa huomioon, että pääntiet ja kaulukset eivät olisi liian kireitä sekä se, että pääntien korkeutta nostettaisiin hieman takakappaleella. Olkavarsien on todettu myös paksuuntuvan iän myötä huomattavasti, johon vaikuttanee iän myötä kertyvä paino sekä lihassmassan heikentyminen. Muutokset on hyvä ottaa huomioon kaavoitettaessa hihoja, sillä ne vaikuttavat olkavarren leveyteen sekä kädentien ympärysmittaan. (Iltanen 2007, 47.)

Ikäihmiset ovat yleisesti ottaen tyytymättömiä teollisesti tuotettujen vaatteiden istuvuuteen, sillä he kokevat, ettei tuotteissa oteta huomioon ikääntymisen myötä muuttuvia mittoja tai asentoja. Iän myötä ihmiset kiinnittävät enemmän huomiota vaatteiden käytettävyyteen, tuntuun ja huolletavuuteen. Ikääntyvien ihmisten elämäntyylin muuttuessa myös kiireisemmäksi se on vaikuttanut vaatimuksiin, joita vaatteille asetetaan. Vaatteiden pesemiseen käsin ja silittämiseen ei löydy enää samalla tavalla aikaa kuin ennen vanhaan, vaan vaatteilta toivotaan helppohoitoisuutta. Valmisvaatteiden hihojen ja housujen lahkeiden pituudet ovat yleensä liian pitkiä ikäihmisille, sillä valmistajat tekevät vaatteista pidempiä vastatakseen nuorempien ihmisten tarpeisiin. Vaatteen rakenteissa tulisi huomioida se, että ne olisivat tarvittaessa mahdollisimman yksinkertaisia korjata jättämällä esimerkiksi halkiot lahkeensuulta pois. (Iltanen 2007, 51–53.)

Väljät vaatteet ovat ikäihmisille mieluinen vaihtoehto käytettäväksi kotona ja vapaa-aikana. Juhliin he ovat valmiita pukeutumaan hieman tiukempiinkin vaatteisiin. Väljyyttä arvostetaan etenkin vartalon alueilla, jotka suurenevat ikääntyessä esimerkkeinä hihat, vyötärö sekä rintamus. Ikäihmisille valmistetut vaatteet suunnitellaankin melko suoriksi ja väljiksi, jolloin mahdollistetaan se, että tuotetta voivat käyttää monenkokoiset, -muotoiset ja -pituiset ihmiset. Iäkkäämmät ihmiset eivät suosi kovin voimakkaasti muotoiltuja vaatteita, sillä ne eivät istu toivotulla tavalla selän lyhennyttyä sekä asennon kumarruttua. Väljyyttä ei kuitenkaan saisi lisätä liikaakaan, jotta vaateen toimivuus ja istuvuus eivät kärsisi. (Iltanen 2007, 54.)

Vaatteiden kiinnittimissä ikäihmiset suosivat helppokäyttöisyyttä. Sorminäppäryyttä vaativat soljet tai taakse sijoitetut vetoketjut tuovat haasteita vaateen pukemiseen. Napit todettiin paremmaksi vaihtoehdoksi kuin painonapit, niittinapit sekä kiinteät hakaset, sillä niiden paikkaa pystyy tarvittaessa muuttamaan helposti ja lisäksi ne ovat kestävämpiä. Iäkkäämmät ihmiset suosivat taskullisia vaatteita, mikä on hyvä huomioida suunnittelussa lisäämällä taskut niin moniin vaatteisiin kuin tuotantokustannuksien puitteissa on mahdollista. Sivusaumoihin sijoitetut taskut mielletään usein haasteellisiksi varsinkin, jos olka- ja kyynärnivelissä on iän tai sairauden aiheuttamia kulumia. Taskut kannattaa sijoittaa vaatteisiin riittävän eteen ja niiden riittävään syvyyteen on kiinnitettävä huomiota. Pystytaskut koetaan epämiellyttäväiksi varsinkin vatsan seudulla, koska niiden suu aukeaa helposti, jolloin vaikutelmasta muodostuu epäsiisti. (Iltanen 2007, 57, 60.)

Erilaisilla vaateen halkioilla pystytään antamaan lisää liikkuma- ja istumaväljyyttä sekä pystytään parantamaan vaateen istumista erilaisille vartalotyypeille. Käyttämällä joustavaa vyötärörakennetta housuissa ja hameissa mahdollistetaan sujuva pukeutuminen ilman kiinnittimiä. Joustavia materiaaleja käyttämällä voidaan myös välttää vaatteita puristamasta sekä verenkierron estyminen alaraajoissa. Joustavan vyötärörakenteen käyttö etenkin housuissa ja hameissa mahdollistaa sujuvan pukemisen, ilman kiinnittimiä sekä verenkierron estymisen alaraajoissa. (Hallman 1999, 20; Iltanen 2007, 58.)

Teollinen vaatesuunnittelu palvelee keskimääräistä kuluttajaa, eikä yksittäisen kuluttajan yksilöllisiä tarpeita. Suunnittelija pyrkii tekemään päätöksiä kohderyhmän mieltymyksistä ja tarpeista, minkä perusteella malliston tuotteet suunnitellaan. Suunnittelijan on kuitenkin mahdotonta loppujen lopuksi tietää, kuka suunniteltuja vaatteita käyttää ja millaisissa tilanteissa. Valitessaan vaatteita ihmiset valitsevat tuotteet omien mieltymystensä mukaan vastaamaan omia sosiaalisia tilanteita. Ikäihmisten vaatteiden valintaan vaikuttavat lisäksi heidän vaatehistoriansa, oman kehon tuntemus sekä varakkuustilanne. (Iltanen 2007, 99, 100.)

## 4 KYSELYN TULOKSET JA ANALYSOINTI

Valmistamalla kohderyhmälle suunnattu kyselomake haluttiin selvittää kohderyhmän mielipiteitä vaatetuksesta, ja kyselyn tulosten pohjalta voitaisiin lähteä suunnittelemaan ikäihmisille suunnattua mallistoa. Naisille ja miehille valmistettiin omat kyselylomakkeet (liite 1 ja 2) niin, että ne ovat muuten samanlaiset, paitsi vaatteiden kuvat ovat tietysti erilaiset. Kohderyhmän ollessa iäkkäämpiä ihmisiä valittiin kysely pidettäväksi tulostettava paperiversiona verkossa täytettävän kyselyn sijaan. Tarkoituksena oli saada jaettua kyselyä paikkoihin, joissa kohderyhmän tavoittaminen olisi helppoa.

Kysely oli täytettävänä Hämeenlinnan kaupunginkirjastossa ja neljässä Nanso Groupin myymälässä Hämeenlinnassa, Nokialla ja Vantaalla. Lisäksi olin yhteydessä Tampereella toimivaan Mummon kammariin, joka toimii vapaaehtoisten vanhustyön keskuksena ja kyläpaikkana. Siellä oltiin erittäin kiinnostuneita opinnäytetyöni aiheesta ja innokkaita vastaajia löytyi paljon, suurin osa kyselyn vastauksista tuli kammarin kautta. Toimitin lomakkeita myös Hämeenlinnan Kansalliset seniorit ry:n tapahtumavastaavalle, ja hän jakoi niitä eteenpäin vastaajille. Yhteensä sain vastauksia naisilta 156 ja miehiltä 32 kappaletta. Kyselyt olivat myymälöissä esillä viikon ja muualla noin kaksi viikkoa.

Valitsin kyselyn teetättämisen haastattelujen sijaan, koska silloin haastattelijan vaikutus eliminoituu. Lisäksi kyselyn avulla pystytään varmistamaan se, että kysymykset ovat jokaisella vastaajalla samanlaiset. Kyselyä teetettäessä lisäkysymysten esittäminen on mahdotonta toisin kuin haastattelua tehdessä, jolloin voidaan esittää lisäkysymyksiä tai auttaa haastateltavaa ymmärtämään vaikeasti esitetty kysymys. Näin ollen haastateltaessa kysymysten määrä voi olla myös suurempi. Toisaalta lomakekyselyllä on myös omat vahvuutensa. Lomaketta täyttäessä vastaajalla on enemmän aikaa pohtia vastauksiaan ja palata kysymyksessä taaksepäin, mikä lisää vastauksien luotettavuutta. (Jyrinki 1977, 25.)

Kysymysten laatiminen on vaihe, johon kannatta uhrata tutkimusprosessissa aikaa. Tutkimuksesta saadut tulokset perustuvat siihen, kuinka hyvin käsiteltävästä aiheesta on osattu kysyä. Huonosti kerätyt tulokset eivät parane analyysivaiheessa. Lomakkeen valmistamiseen ja kysymysten suunnitteluun kuluu noin 70 % tutkimuksen kokonaistyöstä, minkä vuoksi toteutukseen ja kyselyn ulkoasuun kannattaa panostaa tosissaan. Suunnittellessa kyselyn ulkoasua pyrin valmistamaan sen niin, että teksti olisi helpolukuista sekä tarpeeksi suurta. Lisäksi ulkoasun tulee olla siisti ja selkeä, sekä lomakkeen pituuteen tulee kiinnittää huomiota. Liian pitkä kysely saattaa pelottaa vastaajia sekä vähentää osallistumisalttiutta. (Jyrinki 1977, 41, 105.)

Kysymyksien sanamuotoihin kannattaa myös panostaa, sillä tutkijalla ei ole mahdollisuutta auttaa vastaajaa tulkitsemaan mahdollisia epäselviä sanontoja. Kysymyksien terminologian tulisi olla tarpeeksi selvää, jotta vältyttäisiin kysymysten väärin ymmärryksiltä. Periaatteena kysymysten laadinnassa on, että kysymys pitäisi muotoilla mahdollisimman selkeästi, yk-

siselitteisesti sekä lyhyesti. Sanavalintoihin kannattaa myös panostaa. Esimerkiksi ikää kysyttäessä syntymävuoden kysyminen on kaikista yksiselitteisin vaihtoehto, sillä muutoin vastausta on helppo pyöristää tai kaulustella. Vähän tilaa vievien kysymysten kanssa on myös hyvä huomioida, että ne on aseteltu lomakkeeseen niin, että vastaaja huomaa ne. (Jyrinki 1977, 52, 80, 82.)

Kun kysymystä ei aseteta avoimena, tulisi vastaajalle antaa tarpeeksi vastausvaihtoehtoja. Teettämäni kyselyn osassa kysymyksiä halusin myös lisätä ja selventää, että halutessaan vaihtoehtoista voi valita myös useampia. Kyselyssä ei ole kovin montaa avointa kysymystä, koska niiden käsittelemiseen ja analysoimiseen olisi mennyt huomattavasti enemmän aikaa kuin vaihtoehtokysymyksiin. Avomien kysymysten etuna olisi tietysti se, että vastaajaa ei johdatella valmiilla vastausehdoilla, joten hän voisi vastata spontaanisti. Toisaalta liiallinen avointen kysymysten käyttö saattaa aiheuttaa myös vastaamattomuutta. (Jyrinki 1977, 85, 95–96.)

Suljetuilla eli valintavaihtoehtoisilla kysymyksillä etuna on, että valmiit vastausvaihtoehdot pitävät vastaajan tutkijan tarkoittamassa asiassa. Valmiit vastausvaihtoehdot saattavat auttaa vastaajaa myös ymmärtämään, mitä kysymyksellä tarkoitetaan. Toisaalta osa vastaajista saattaa tuntea myös vastausvaihtoehdot liian rajoittaviksi tai ne saattavat houkuttaa vastaajan vastaamaan, vaikka hänelle ei löytyisikään oikeaa vastausta. Etuna on myös se, että suljetuilla kysymyksillä mahdollistetaan paremmin vastausten vertailukelpoisuus. (Jyrinki 1977, 99–100.)

Kyselylomakkeen ensimmäisellä sivulla kerrottiin, miksi ja kuka kyselyä teettää sekä kyselyyn osallistumisen kerrottiin olevan täysin anonyymiä. Kysymykset pyrittiin valmistamaan niin, että vastaaja pystyy vastaamaan niihin joko rastittamalla tai numeroimalla mieluisat vaihtoehdot. Vastausten kirjoittamista pyrittiin välttämään, koska kysymyksiin on yleensä helppompaa vastata rastittamalla, jolloin vastaaminen tapahtuu nopeammin. Toisaalta rastituskysymyksillä varmistettiin myös se, että vastaukset eivät jäisi ymmärtämättä analysointivaiheessa esimerkiksi epäselvän käsialan vuoksi. Vastausten läpikäyminen on myös huomattavasti nopeampaa, kun ei pidä lukea erityylisiä vastauksia vaan voi katsoa, onko ruudussa rasti vai ei.

Lomakkeen avulla pyrittiin selvittämään kohderyhmältä, millaisissa tilanteissa he käyttävät trikoovaatteita, minkävärisistä vaatteista he pitävät keväällä ja kesällä, sekä millaisista yksityiskohdista ja tuotteiden malleista he pitävät. Kohderyhmältä kysyttiin myös, ostavatko he itse suurimman osan vaatteistaan ja jos niin mistä, sekä sitä, onko heidän helppo löytää sopivia ja miellyttäviä vaatteita. Vastaajien syntymävuosi pyrittiin myös selvittämään, jotta saataisiin selville vastaajien keski-ikä ja se, että he kuuluvat kohderyhmään.

Naisten kysymyksissä 8–15 sekä miesten kysymyksissä 8–13 vastaajia pyydettiin numeroimaan vaatteet yhdestä neljään niin, että yksi on eniten miellyttävä ja neljä on vähiten miellyttävä vaate kesällä. Kysymysten tarkoituksena oli selvittää, minkämallisista vaatteista ja yksityiskohdista

kohderyhmä pitää eniten. Vaatteiden kuvat on esitetty lomakkeessa tietokoneella piirrettyin tasokuvoin, eikä valokuvattuina tuotekuvina. On vaikea sanoa, kuinka hyvin vastaajat ovat ymmärtäneet tai huomanneet tasokuvissa esitetyt ammattitekniset yksityiskohdat, mutta uskon sen olleen valokuvia parempi vaihtoehto kuitenkin. Valokuvattuina tuotteissa huomio kiinnittyy helposti enemmän tuotteen väreihin, kuoseihin tai materiaaliin, jolloin tuotteen malli voi jäädä huomiotta.

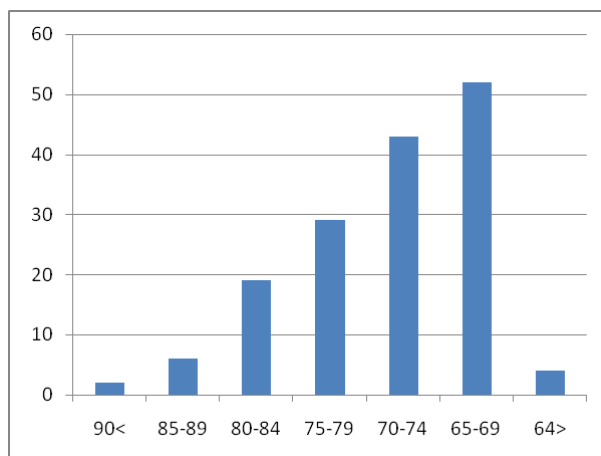
Vaatekysymykset on käyty läpi niin, että jokaisen vaateen kohdalla on laskettu montako ykkös-, kakkos-, kolmos- ja nelosvastausta ne ovat saaneet sekä kahdessa miesten kysymyksessä on lisäksi vielä viides vastausvaihtoehto. Jokaiselle tuotteelle on myös laskettu pistemäärä annettujen numeroiden perusteella, jolloin epäselvissä tapauksissa saadaan vaatteiden numerojärjestys selville helpommin. Suurin osa vastaajista oli osannut numeroida vaatteet pyydetyllä tavalla, mutta muutamista vastauksista oli rästetty vain yksi vaate tai numeroitu vain vaatteet numeroin yksi ja neljä. Muutama vastaaja oli myös antanut esimerkiksi ykkösiä monelle saman kysymyksen tuotteelle tai jättänyt kokonaan vastaamatta vaatekysymyksiin ja vastannut ainoastaan ensimmäisen ja viimeisen sivun kysymyksiin.

Käytyäni kyselyn vastauksia ja tuloksia läpi huomasin joitakin asioita, mitä olisi voinut lisäksi kysyä tai mitä olisi voinut kysyä ehkä toisella tapaa. Yksi hyvä kysymys olisi ollut, kokeeko vastaaja tarvetta ikäihmisille suunniteltuun mallistoon, koska nyt voin vastauksista vain päätellä asian. Lisäksi lomakkeen loppuun olisi voinut jättää avoimen kommentointitilan, jota aluksi siihen suunnittelin, mutta tilanpuutteen vuoksi kuitenkin luovuin siitä. Tarkoituksena oli myös, että erilaisista kuoseista olisi kysyttävä mielipidettä kuvallisesti. Tämä jäi kuitenkin myös pois, koska se olisi vienyt enemmän tilaa kuin kirjoitettu kysymys. Ajattelin myös, että jos kuvittan tietyn kukka- tai raitakuosin, vastaaja keskittyy juuri siihen kysymyksessä esitettyyn kuosiin tai sen väreihin, eikä yleisellä tasolla kyseiseen kuva-aiheeseen, joka oli toiveena.

### 4.1 Naisten kyselyn tulokset ja analysointi

Kyselylomakkeen ensimmäisessä kysymyksessä selvitettiin vastaajien syntymävuodet. Selvittämällä vastaajien iät sain varmistuksen siitä, että he kuuluvat kohderyhmään (kuvio 1). Vastanneista naisista ainoastaan yksi oli jättänyt vastaamatta kysymykseen ja kaksi vastaajista oli alle 65-vuotiaita. Heidän vastauksensa on silti huomioitu tuloksissa, koska he olivat iältään hyvin lähellä asetettua 65-vuoden rajaa. Kuviosta 1 näemme vastaajien ikäjakauman. Vastanneista naisista suurin osa on 65–74 vuoden ikäisiä. Nuorin vastaaja on 61-vuotias ja iäkkäin vastaaja 92-vuotias.





Kuvio 1. Kyselyyn vastanneiden naisten ikäjakauma

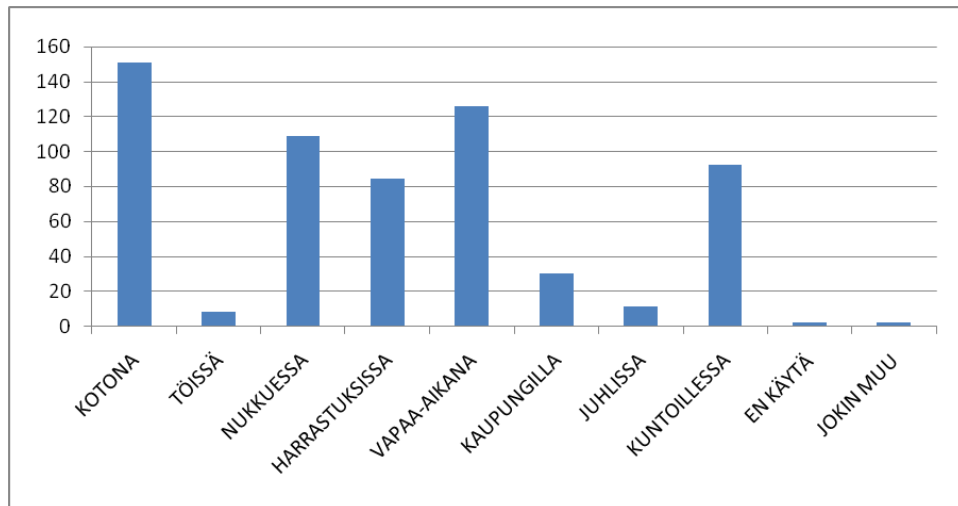
Lomakkeen toisessa kysymyksessä selvitettiin, ostaako vastaaja itse suurimman osan vaatteistaan. Vastaajista 151 kertoi ostavansa vaatteensa itse ja vain neljä vastasi kieltävästi. Vastauksista voidaan päätellä vastaajien olevan pääsääntöisesti hyväkuntoisia, sillä he pääsevät itse hoitamaan halutessaan vaateostoksensa. Tulos olisi mahdollisesti hyvin erilainen, jos vastaajien joukossa olisi vanhusten- tai palvelutalon asukkaita.

Kolmannessa kysymyksessä tiedusteltiin sitä, onko vastaajien helppo löytää itselleen sopivia ja miellyttäviä vaatteita. Kysymykseen vastanneista 69 on sitä mieltä, että sopivia ja miellyttäviä vaatteita on helppo löytää, kun taas 84 vastaajan mielestä vaatteita on vaikea löytää. Osa vastaajista oli rastittanut myös molemmat vaihtoehdot tarkoittaen, että miellyttävien vaatteiden löytäminen on sekä helppoa että vaikeaa. Kyselylomakkeen viimeisessä kysymyksessä tiedustellaan mielipiteitä nykyvaatteista. Tämän kysymyksen vastauksista voidaan päätellä, miksi suurin osa kokee sopivien vaatteiden löytämisen vaikeaksi. Vastaajien mielipiteistä käy ilmi, että nykyvaatteet ovat kalliita, liian kireitä ja paljastavia sekä liian nuorekkaita. Nämä seikat vaikuttavat varmasti siihen, että miellyttäviä vaatteita ei ole vastaajien mielestä helppo löytää.

Neljännän kysymyksen tehtävänä oli selvittää, mistä vastaajat ostavat vaatteensa. Kysymykseen ei asetettu vastausvaihtoehtoja, jotta vastaaja saa itse päättää, kuinka tarkasti hän kertoo ostopaikan. Osa on vastannut kysymykseen hyvin yleisellä tasolla vastaamalla ostavansa vaatteet Suomesta, vaatekaupasta tai kaupasta. Osa vastaajista on taas kertonut hyvin tarkasti liikkeen tai merkin nimen, joista Sokos nousi yhtenä suosituimpana esille. Suurin osa vastaajista kertoo ostavansa vaatteita tavarataloista, marketeista, erikoisliikkeistä, kirpputoreilta tai mistä milloinkin. Vastausvaihtoehtojen puuttuminen saattoi osittain vaikuttaa myös siihen, että kysymykseen oli jätetty vastaamatta lomakkeen kysymyksistä kaikista eniten.

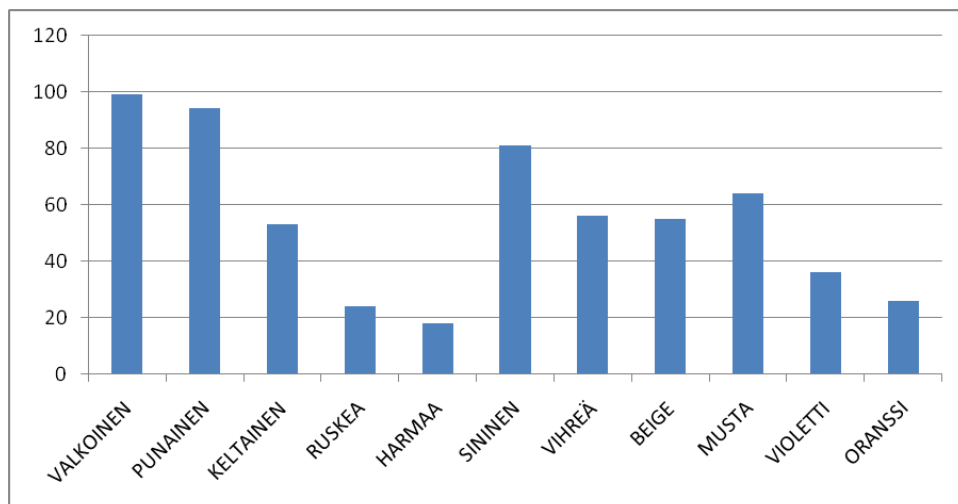
Lomakkeen viidennessä kysymyksessä pyydettiin rastittamaan vaihtoehtoja tilanteet, joissa vastaaja käyttää joustavia trikoovaatteita. Lähes jokainen vastaajista kertoo käyttävänsä trikoovaatteita kotona ollessaan (kuvio 2). Muita suosituimpia vastauksia ovat vaihtoehdot vapaa-aikana, nuk-

kuessa, kuntoillessa sekä harrastuksissa. Ainoastaan kaksi vastanneista naisista kertoo, ettei käytä trikoovaatteita. Toinen heistä on kuitenkin rasti- tannut muita vastausvaihtoehtoja tämän lisäksi, joten vastaus saattaa olla vahinko. Vastaajista 30 kertoo käyttävänsä trikoovaatteita kaupungilla ja 11 juhlissa. Juhlatilanteeseen vastanneiden määrän vähyys hieman yllätti, koska markkinoilla on paljon tarjolla juhlavia trikoovaatteita. Saattaa tietysti olla, että vastaajat ovat mieltäneet vastauksen hienoihin pukujuhliin arkisempien juhlien sijasta. Vastaajista kahdeksan kertoo käyttävänsä trikoovaatteita töissä ja lisäksi yksi vastaajista kertoi käyttävänsä trikoovaatteita myös ottaessaan aurinkoa.



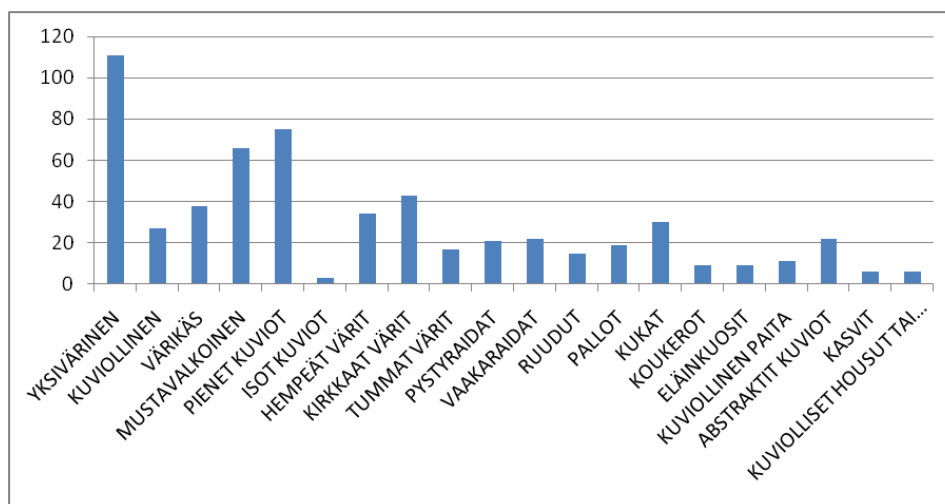
Kuvio 2. Kysymyksen viisi tilanteet, joissa vastaajat käyttävät trikoovaatteita

Kuudennessa kysymyksessä tarkoituksena oli selvittää, minkävärisiä vaatteita vastaajat käyttävät keväällä ja kesällä. Vastaajille annettiin vaihtoehtoja rasti- tettavaksi. Suosikeiksi nousi valkoinen, punainen ja sininen (ku- vio 3). Vähiten ääniä sai harmaa, ruskea, oranssi ja violetti. Loput neljä väriä saivat hyvin tasaisesti ääniä. Muutama vastaaja oli kirjoittanut lo- makkeeseen lisäksi omia suosikkivärejä, kuten turkoosin ja fuksian.

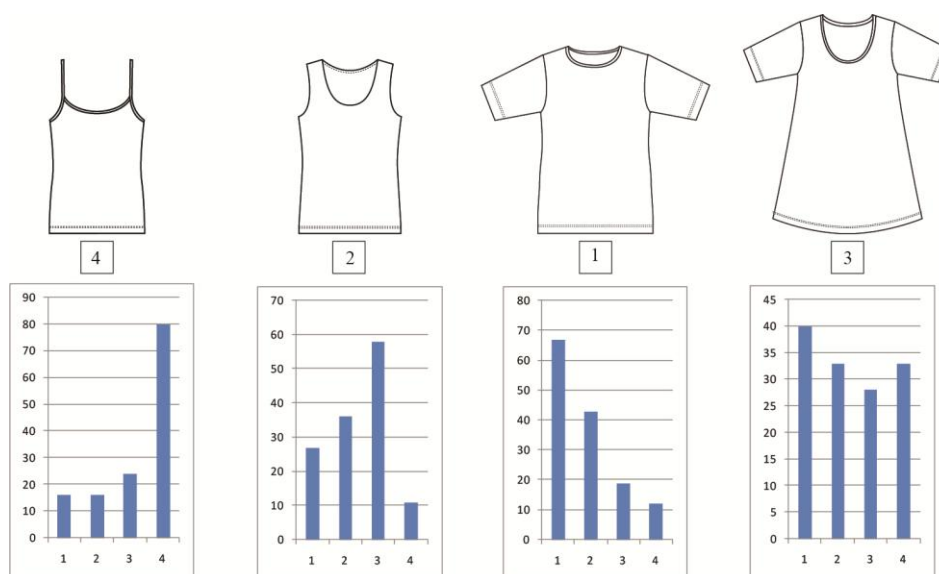


Kuvio 3. Kysymyksen kuusi suosituimmat värit kesävaatteissa

Seitsemännessä kysymyksessä pyydettiin rastittamaan vaihtoehdot, joista vastaaja pitää kesävaatteissa. Vaihtoehdot saivat kohtalaisen tasaisesti ääniä, paitsi vaihtoehto yksivärinen sai ääniä huomattavasti enemmän (kuvio 4). Seuraavaksi suosituimpia vaihtoehtoja olivat pienet kuviot ja mustavalkoinen. Erikoista on se, että vain 27 vastaajaa on rastittanut vaihtoehdon kuviollinen, mutta 75 vastaajaa kertoo pitävänsä pienistä kuvioista. Väri vaihtoehtoista kirkkaat värit saivat eniten ääniä, mikä näkyy myös kysymyksen 16 vastauksissa. Listatuista kuviovaihtoehtoista kukat saivat eniten ääniä ja seuraavaksi eniten ääniä saivat molemmat raidat ja abstraktit kuviot. Luulen, että vastaajien olisi ollut helpompi kertoa mielipiteensä kuvioista, jos ne olisi esitetty kuvitettuna. Alun perin harkitsinkin esittäväni eri kuosivaihtoehtoja kuvin, mutta tulin siihen tulokseen, että kyselystä tulisi aivan liian pitkä.



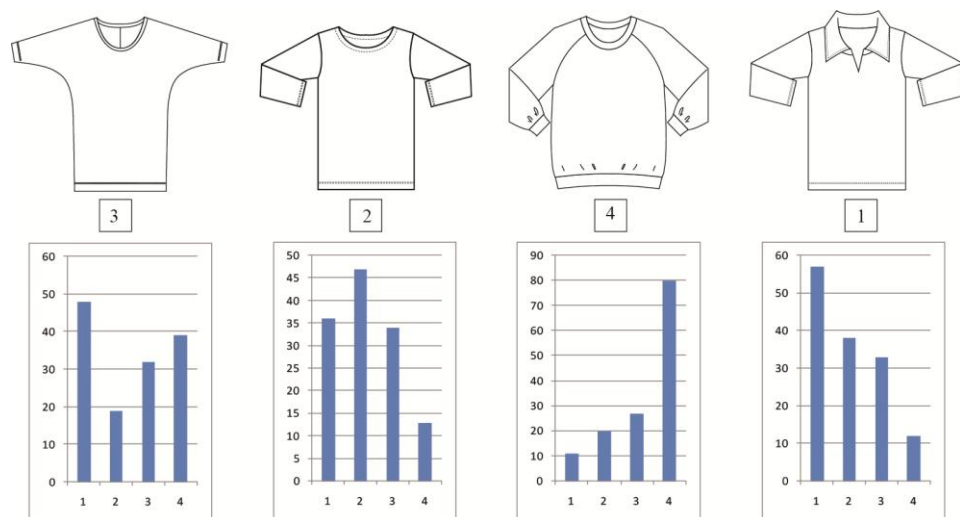
Kuvio 4. Kysymyksen seitsemän vaihtoehtojen tulokset, jotka miellyttävät vastaajia kesävaatteissa



Kuvio 5. Kysymyksen kahdeksan vastausten jakautuminen t-paidoille ja topeille

Kysymyksessä kahdeksan vastaajaa pyydettiin numeroimaan t-paidat ja topit yhdestä neljään niin, että yksi on eniten miellyttävä ja neljä on vähiten miellyttävä vaate kesällä. Eniten ykkösääniä sai odotetusti perusmallinen t-paita, jossa on pieni pyöreä pääntie ja epämieluisimmaksi paidaksi vastaajat valitsivat naruolkain topin (kuvio 5). A-linjainen t-paita sai enemmän ykkösääniä, kuin hihaton paita, mutta sijoittui silti kolmanneksi, koska se sai suhteessa enemmän kolmos- ja nelosääniä. Oli yllättävää, miten kolmanneksi sijoittunut paita jakoi mielipiteitä hyvin tasaisesti, sillä olisin odottanut sen nousevan toiselle sijalle.

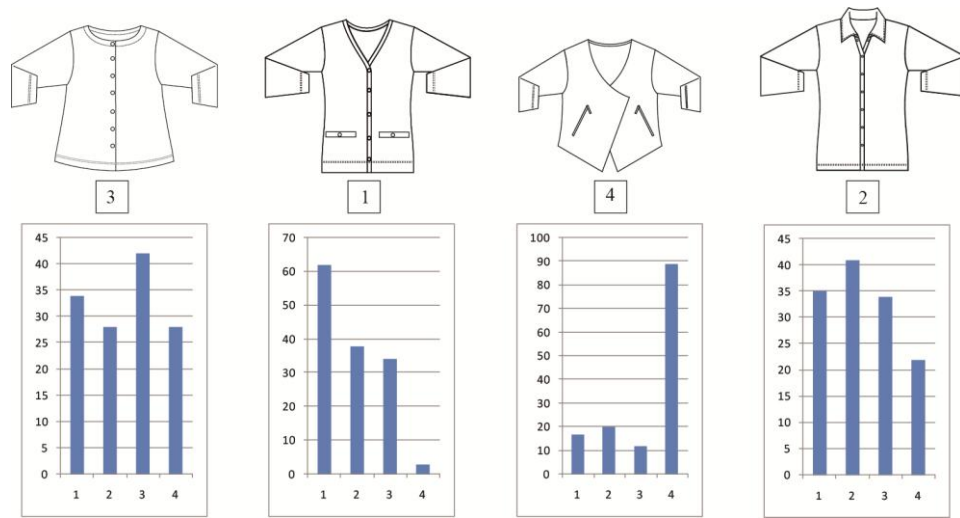
Lomakkeen yhdeksännessä kysymyksessä vastaajia pyydettiin numeroimaan paidat yhdestä neljään samaan tapaan, kuin edellisessä kysymyksessä. Kysymyksen tuotteet olivat erimallisia pitkä- ja  $\frac{3}{4}$ -hihaisia paitoja (kuvio 6). Miellyttävimmäksi paidaksi vastaajat kertoivat kauluksellisen paidan. Toiseksi mieluisin oli paita pyöreällä pääntiellä, mikä toisaalta yllätti minut, ettei se noussut odotuksieni mukaan ensimmäiselle sijalle. Kolmanneksi sijoittunut lepakkohihainen paita sai taas enemmän ykkösääniä, kuin olisin odottanut. Ylivoimaisesti epämieluisimmaksi paidaksi vaihtoehdoista valittiin raglanhihainen collegemallinen paita, jonka olisin kuvitellut pärjäävän lepakkohihaista paitaa paremmin.



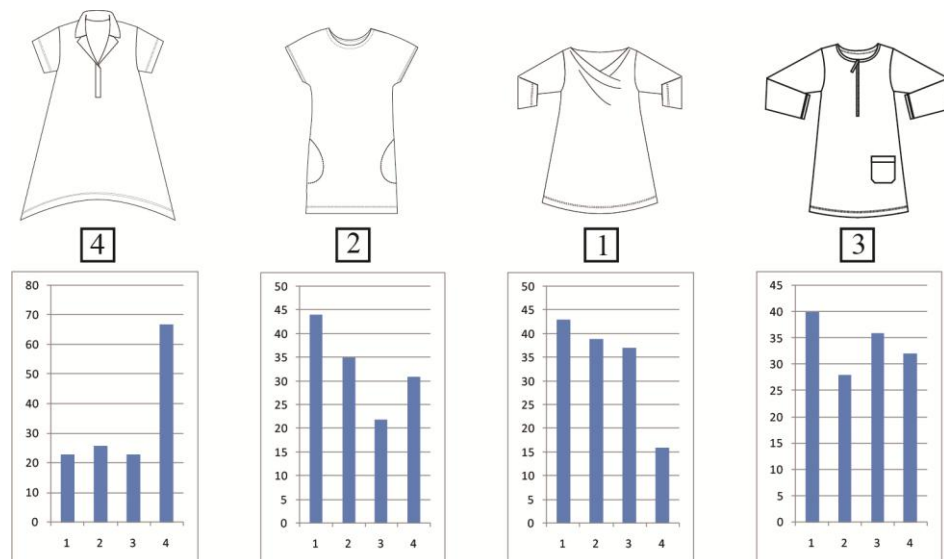
Kuvio 6. Kysymyksen yhdeksän vastausten jakautuminen paitojen kesken

Kymmenennessä kysymyksessä vastaajia pyydettiin edelleen numeroimaan vaatteet yhdestä neljään. Kysymyksessä selvitettiin mielipiteitä erimallisista jakuista (kuvio 7). Vastaajat valitsivat miellyttävimmäksi jakkumalliksi odotetusti V-päänteisen, taskullisen, napitettavan jakun. Tämä jakku ei saanut montaakaan numero nelosta kohderyhmältä. Toiseksi ja kolmanneksi sijoittuneet jakut saivat kaikkia numeroita melko tasaisesti jakaen vastaajien mielipiteet. Epämiellyttävämmäksi valittu jakku sai numeron neljä peräti 89 vastaajalta. Tämä jakkumalli ei siis selvästikään ole mieluisa kyselyn kohderyhmälle. Kyseinen malli on vaihtoehdoista ainoa, jossa ei ole kiinnitystä ja jakun malli on vajaamittainen. Lieneekö syynä tuotteen helman lyhyt mitta, koska hyvin moni vastasi kuitenkin kysymyksessä 17 pitävänsä avoimista, kiinnityksettömistä vaatteista. Neljänneksi sijoittunut jakku on vaihtoehdoista myös juhla- ja juhla- ja juhla-

nompaan menestykseen, koska vain pieni osa vastaajista kertoi käyttävän-  
sä trikoovaatteita juhlissa.



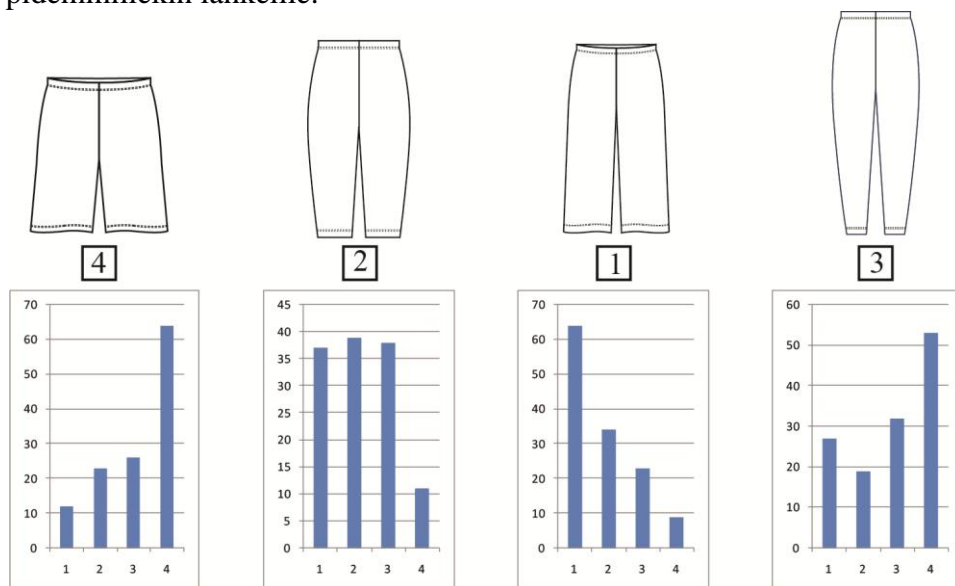
Kuvio 7. Kysymyksen kymmenen vastausten jakautuminen jakkumalleille



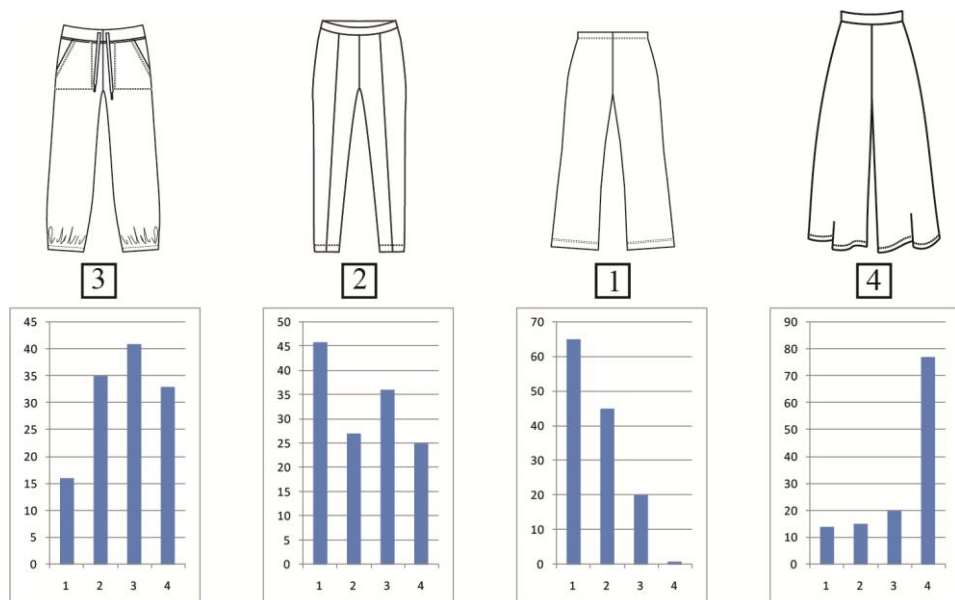
Kuvio 8. Kysymyksen 11 vastausten jakautuminen tunikoille

Lomakkeen kysymyksessä 11 vastaajia pyydettiin jälleen numeroimaan kysymyksen vastausvaihtoehdot yhdestä neljään. Tässä kysymyksessä pyrittiin selvittämään kohderyhmän mielipiteitä tunikoista (kuvio 8). Toiseksi sijoittunut holkkiihainen taskullinen tunika sai eniten vastaajilta numeroa yksi, mutta ensimmäiseksi sijoittui kuitenkin A-linjainen tunika vesiputouspäntiellä, koska keskiarvoisesti se oli suosituimpi. Kolmanneksi sijoittunut tunika sai melko tasaisesti vastaajilta kaikkia numeroita, selvästi jakaen kohderyhmän mielipiteitä. Epämiellyttävimmäksi tunikaksi sijoittui kauluksellinen tunika, jossa on epäsymmetrinen helma. Lienevätkö huonon sijoituksen syynä olleet lyhyet hihat, helman muoto vai mahdollisesti liian avonaiseksi mielletty päntie.

Kysymyksessä 12 pyrittiin selvittämään kohderyhmän mielipiteitä erimallisista legginsseistä ja shortseista jälleen numeroimalla tuotteet (kuvio 9). Suosituimmaksi malliksi sijoittui caprit suoralla lahkeella ja toiseksi caprit kapenevilla lahkeilla. Capri vaihtoehdot saivat hyvin vähän kohderyhmältä vastaukseksi numeroa neljä. Täyspitkät legginsit sijoittuivat kolmanneksi, shortsien sijoituessa viimeiselle sijalle. Toisaalta tuntuu erikoiselta, että shortsit ovat vastaajien mielestä epämieluisampi vaihtoehto kesällä kuin pitkät legginsit. Toisaalta syynä voi olla polvien esillä olo shortsi pituudessa tai Suomen vaihtelevat kesäolosuhteet, jolloin tarvetta saattaa löytyä pidemmillekin lahkeille.



Kuvio 9. Kysymyksen 12 vastausten jakautuminen erimallisille alaosille

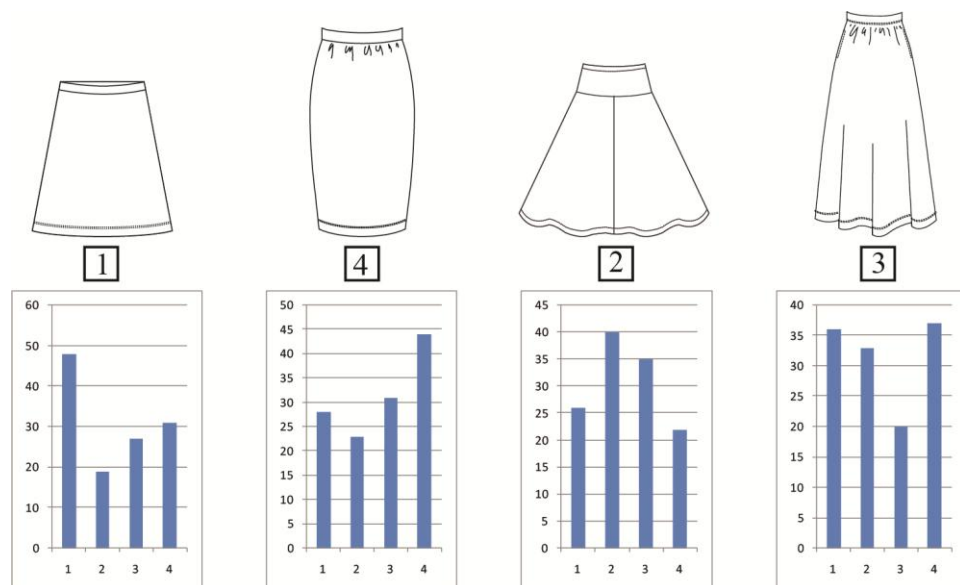


Kuvio 10. Kysymyksen 13 vastausten jakautuminen housumalleille

Kyselylomakkeen kysymyksessä 13 selvitettiin jälleen kohderyhmän mielipiteitä erimallisista housuista. Vaihtoehtoina on perinteisiä suoralahkei-

sia housuja sekä urheilulliset ja kesäiset hyvin leveälahkeiset housut (kuvio 10). Miellyttävimmäksi housumalliksi sijoittuivat odotetusti suoralahkeiset housut saaden ainoastaan yhdeltä vastaajalta numeron neljä. Toiseksi sijoittuivat prässihousut, joissa on hieman kapenevat lahkeet. Urheilulliset housut sijoittuivat kolmanneksi, vaikka hyvin moni vastaajista kertoi käyttävänsä trikoovaatteita kuntoillessaan. Toisaalta suosittummat housumallit olivat hyvin perinteisiä ja veivät ehkä hieman odotetusti ensimmäiset sijat. Viimeiselle sijalle sijoittuneiden housujen huono menestys hieman yllätti. Leveälahkeiset housut saivat huomattavasti enemmän vastaajilta numeroa neljä kuin muut vaihtoehdot. Voisikohan housujen huonoon menestykseen olla syynä hyvin leveät lahkeet, jotka voivat aiheuttaa kompastumis- tai kaatumisvaaran.

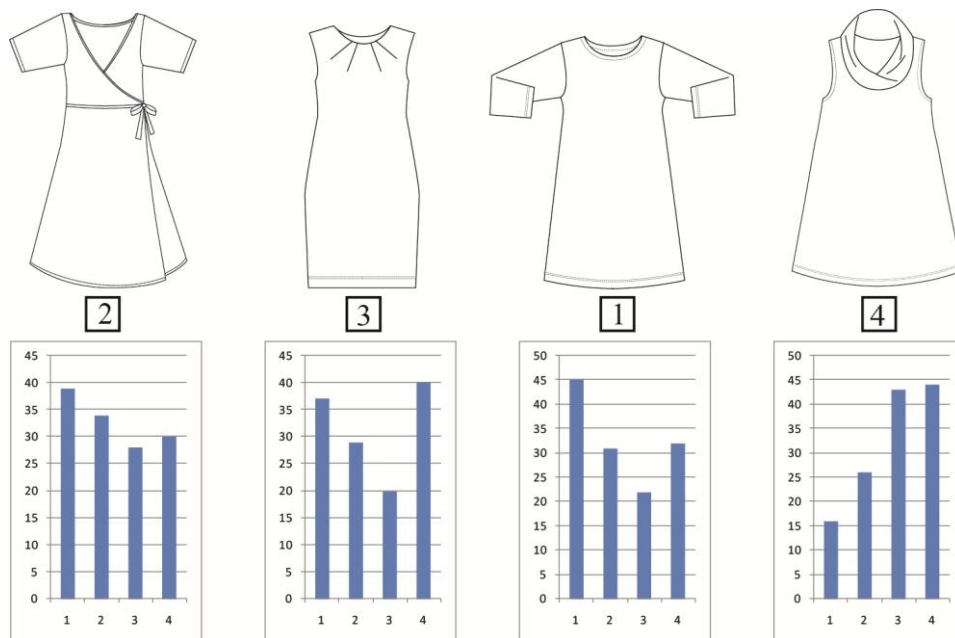
Kysymyksessä 14 kysyttiin kohderyhmän mielipiteitä hameista käyttämällä samaa numerointijärjestelmää kuin aikaisemmissa kysymyksissä. Vaihtoehtoina oli pohjepituinen suora- ja leveähelmainen hame sekä A-linjainen polvipituinen ja leveähelmainen nilkkapituinen hame (kuvio 11). Miellyttävimmäksi malliksi osoittautui polvipituinen A-linjainen hame ja toiseksi sijoittui leveähelmainen pohjepituinen kellohame. Suorahelmainen kynähame oli vastaajien mielestä epämieluisin, mikä hieman yllätti. Toisaalta kynähame on saanut vastaajilta hyvin paljon myös muita numeroita nelosen ohella, joten se ei kuitenkaan ole huomattavasti muita vaihtoehtoja epämieluisampi. Kolmanneksi sijoittui nilkkapituinen hame, joka jakoi vastaajien mielipiteet myös suhteellisen tasaisesti.



Kuvio 11. Kysymyksen 14 vastausten jakautuminen hamemalleille

Kohderyhmältä kysyttiin kysymyksessä 15 mielipidettä erimallisista meikoista jälleen numeroinnilla yhdestä neljään. Vaihtoehtoina oli kietaisumekko, suoralinjainen juhlavahko kotelomekko, savupiippukauluksellinen liivimekko sekä pitkähihainen A-linjainen mekko (kuvio 12). Suosituimmaksi mekkomalliksi vastaajat valitsivat A-linjaisen yksinkertaisen mekon, jossa on pitkät hihat. Toiseksi sijoittui kietaisumekko ja kolmanneksi suoralinjainen kotelomekko, jonka pääntiellä on laskosyöksytyiskoh-tia. Olisivatkohan kotelomekko ja viimeiseksi sijoittunut liivimekko me-

nestyneet paremmin, jos niissä olisi hihat? Toisaalta näiden mekkojen alle voisi myös halutessaan pukea hihallisen paidan, jos haluaa saada käsivarret peittoon. Liivimekon epäsuosio toisaalta ihmetyttää, koska vaatteena se on helppo yhdistää erilaisiin paitoihin, housuihin ja legginseihin. Onkohan huonomman menestyksen syynä epämieluisa kaulus?



Kuvio 12. Kysymyksen 15 vastausten jakautuminen mekkomallien kesken

Lomakkeen kysymyksessä 16 kohderyhmää pyydettiin rastittamaan väri- vaihtoehtoista ne värit, joiden värisiä vaatteita he voisivat käyttää keväällä ja kesällä. Värit esitettiin lomakkeessa neljässä vaakarivissä, aina yksi trendiennusteiden mukainen väriteemakokonaisuus rivillä. Valitsin trendiennusteista lomakkeen kysymykseen jokaiselle neljälle teemalle yhdeksän väri- vaihtoehtoa väreistä, joita Stylesight-verkkopalvelu tarjosi.. Kysymyksen tarkoituksena oli selvittää, minkä teeman värit miellyttävät kohderyhmää eniten ja tulosten perusteella tehdä valinta väreistä, joita käyttää malliston suunnittelussa.

Suosituimmaksi vaakariviksi kohderyhmä valitsi kysymyksen 16 alimmais- sen rivin, jossa on esitetty kirkkaimmat väri- vaihtoehdot (kuva 2). Tämän väriteeman kolme suosituinta väriä olivat mintunvihreä, neljäs oikealta katsottuna ja tämän oikealla puolella olevat kaksi seuraavaa sinistä sekä vasemmalta katsottuna rivin toisena esitetty fuksia. Muut teeman värit saivat vastaajilta ääniä hyvin tasaisesti.



Kuva 2. Kysymyksen 16 suosituin väriteema

Toiseksi valittiin ensimmäinen vaakarivi, jonka värit ovat hameita pastellisia sävyjä ja harmaita (kuva 3). Suosituimmat teeman värit olivat vasemmalta katsottuna toisena esitetty vihreä ja rivin keskellä esitetyt kaksi



vaaleanpunaista sävyä. Vähiten kohderyhmältä sai ääniä ruskean ja keltaisen sävyt sekä rivin toiseksi viimeisenä esitetty harmaa.



Kuva 3. Kysymyksen 16 toiseksi suosituin väriteema

Kolmanneksi suosituin vaakarivi oli toiseksi alin rivi hieman tummemman kirkkailla värisävyillä, lähinnä sinivihreillä (kuva 4). Tämän teeman suosituimmat värit ovat vasemmalta alkaen kaksi punaista ja rivin oikean reunimmainen vihreä. Vähiten ääniä teeman väri vaihtoehtoista saivat vasemmalta katsottuna kolmas ja neljäs, kummatkin violetin sävyt. Kysymyksen toiseksi ja kolmanneksi suosituimmat väriteemat saivat ääniä lähes saman verran. Tarkemman kysymyksen värien äänien jakautumisen voi katsoa liitteestä 3/4.



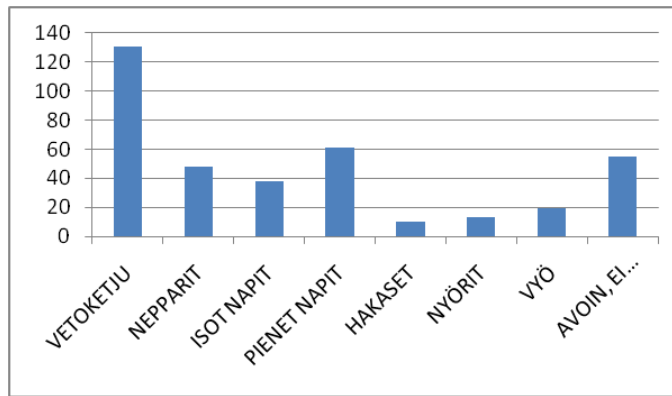
Kuva 4. Kysymyksen 16 kolmanneksi suosituin väriteema

Vähiten ääniä saanut teema kysymyksen rivillä kaksi jäi huomattavasti vähemmille äänille kuin muut kysymyksen väriteemat (kuva 5). Väriteeman punaoranssi sävy, kolmas vasemmalta katsottuna, sai silti kysymyksen kaikista väreistä neljänneksi eniten ääniä. Väriteeman muut värit taas saivat tasaisen huonosti ääniä. Ovatkohan huonoon menestykseen syynä liian pastelliset, hieman violettiin taittavat värisävyt?



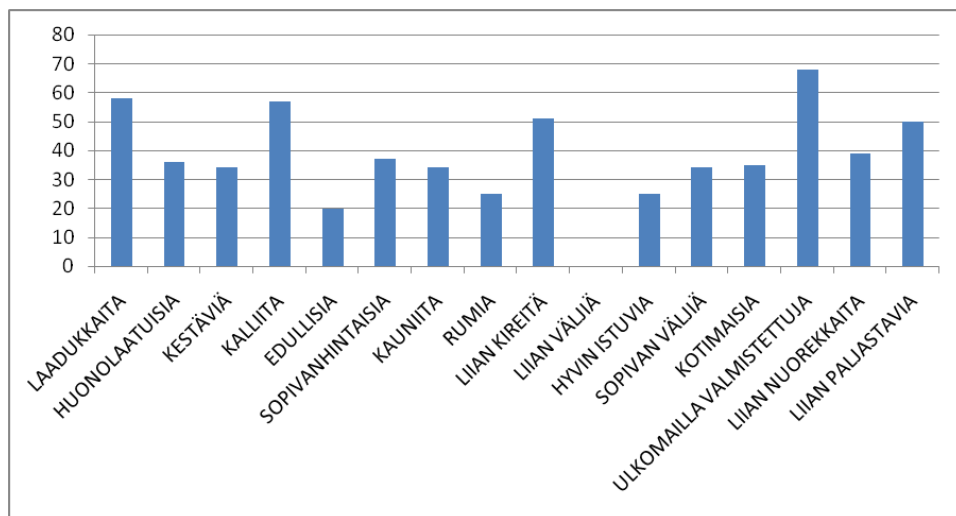
Kuva 5. Kysymyksen 16 vähiten ääniä saanut väriteema

Lomakkeen kysymyksessä 17 pyrittiin selvittämään mielipiteitä vaatteiden erilaisista sulkuvaihtoehdoista (kuvio 13). Vetoketju sai odotetusti huomattavasti enemmän ääniä kuin muut vaihtoehdot. Seuraavaksi suosituimpia vaihtoehtoja ovat pienet napit, nepparit, avoimet kiinnityksettömät vaihtoehdot sekä isot napit. Hakaset, nyörit ja vyö saivat vähiten ääniä. Tuloksissa yllättää hieman se, että vaihtoehdoista pienet napit saivat enemmän ääniä kuin isot napit ja nepparit, koska itse koen pienten nappien kiinni laitton olevan haastavampaa. Toisaalta tähän tulokseen saattaa olla syynä se, että pieniä nappeja pidetään esteettisesti miellyttävämpänä vaihtoehtona kuin kahta muuta.



Kuvio 13. Kysymyksen 17 vastausten jakautuminen vaihtoehtojen kesken

Lomakkeen viimeisessä kysymyksessä 18 pyydettiin vastaajia rastittamaan väittämistä vaihtoehdot, jotka heidän mielestään kuvastavat nykyvaatteita (kuvio 14). Tuloksista saadaan selville, että suurempi osa vastaajista on sitä mieltä, että nykyvaatteet ovat enemmän laadukkaita kuin huonolaatuisia. Toisaalta on outoa, että vastausten perusteella vaatteita ei kuitenkaan ole samoissa määrin mielletty kestäviksi, kuin laadukkaiksi. Pitäisikö vaateen olla myös kestävä, jotta se voisi olla laadukas? Vai riittääkö myyntiargumentiksi se, että vaate on valmistettu laadukkaista, ei ehkä niin kestävästä materiaaleista.



Kuvio 14. Kysymyksen 18 vastausten jakautuminen väittämien kesken

Viimeisessä kysymyksessä tiedusteltiin myös, mitä mieltä kohderyhmä on nykyvaatteiden hintatasosta. Suurempi osa vastaajista on sitä mieltä, että vaatteet ovat enemmän kalliita, kuin edullisia (kuvio 14). Toisaalta moni kertoo myös vaatteiden olevan sopivan hintaisia, mikä kertoo siitä, että hinta-laatusuhde on kohderyhmän mielestä kohdallaan. Vastauksista selviää myös, että vaatteiden esteettisyys jakaa kohderyhmän mielipiteitä hyvin tasaisesti. Yksi vastaajista oli jättänyt myös kommentin, että varsinkin isokokoiset vaatteet ovat rumia ja kummallisia.

Kysymyksessä 18 selvitettiin myös mielipiteitä vaatteiden istuvuudesta. Kohderyhmän vastauksista käy ilmi, että nykyvaatteet ovat vastaajista kolmasosan mielestä liian kireitä, kun taas kukaan ei ollut sitä mieltä, että

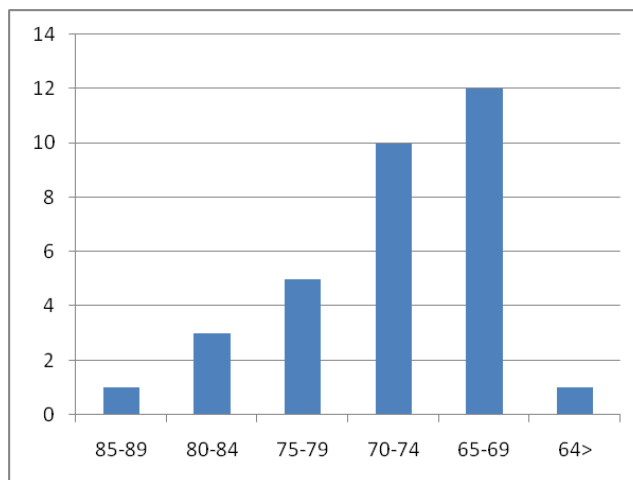
ne olisivat liian väljiä. Kohderyhmän mielestä markkinoilta löytyy myös sopivan väljiä ja hyvin istuvia vaatteita. Kysymyksessä selvitettiin myös mielipiteitä siitä, ovatko kohderyhmän mielestä nykyvaatteet kotimaisia vai ulkomailla valmistettuja. Suurempi osa on sitä mieltä, että nykyvaatteet eivät ole kotimaassa valmistettuja, mikä on toisaalta myös fakta. Moni on kuitenkin myös sitä mieltä, että markkinoilla on tarjolla kotimaisiakin tuotteita (kuvio 14).

Mielipidettä kysyttiin myös väittämiin, että nykyvaatteet olisivat liian nuorekkaita ja liian paljastavia. Vastaajista kolmasosan mielestä nykyvaatteet ovat liian paljastavia ja lähes 40 vastaajaa on sitä mieltä, että ne ovat myös liian nuorekkaita. Toisaalta muutama vastaaja kertoi aikaisemmassa kysymyksessä ostavansa vaatteita myös nuorisopuodeista sekä nuortenkin suosimista ketjuliikkeistä (kuvio 14).

Viimeiseen kysymykseen vastaajat olivat lisänneet myös muutamia kommentteja. He kertoivat, että vaatteissa etenkin hihan pituudet ovat toisinaan liian lyhyitä ja päntiet liian avaria. Kommenttia tuli myös siitä, että markkinoilta ei löydy kokoa 52 suurempia vaatteita ja näin ollen vaatteet ovat liian kireitä. Yksi vastaajista kertoi myös terveiset, etteivät ikäihmiset tarvitse omaa mallistoa. Toisaalta kohderyhmän kiinnostus aiheeseen ja kyselyn tulokset antavat kuvan siitä, että etenkin naispuoliselle kohderyhmälle suunnitellulle mallistolle voisi olla tarvetta ja kysyntää. Liitteessä kolme selvitetään naisten kyselyn vastaukset tarkemmin kysymyksittäin.

### 4.2 Miesten kyselyn tulokset ja analysointi

Miesten kyselylomakkeen seitsemän ensimmäistä kysymystä on täysin samoja kuin naisten lomakkeessa. Kyselyyn vastasi 32 miestä ja heistä suurin osa oli 65–74-vuotiaita, kuten naisvastaajistakin (kuvio15). Ainoastaan yksi vastaaja oli alle 65-vuotias, hänen vastauksensa on kuitenkin otettu huomioon tuloksissa.

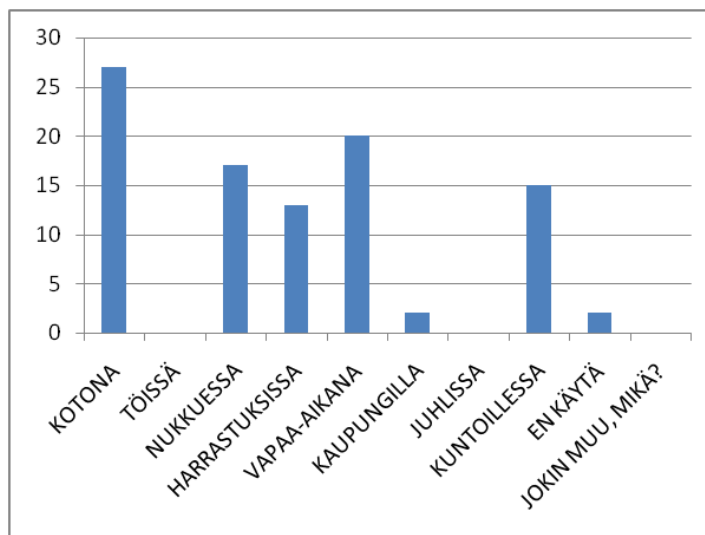


Kuvio 15. Kysymykseen yksi vastanneiden miesten ikäjakauma

Lomakkeen toisessa kysymyksessä selvitettiin, ostaako vastaaja itse vaatteensa. Vastaajista suurin osa, 28 miestä kertoo ostavansa vaatteensa itse ja neljä vastaa jonkun muun ostavan vaatteensa. Kolmannessa kysymyksessä pyrittiin selvittämään mielipidettä siitä, onko vastaajien helppo löytää itselleen sopivia ja miellyttäviä vaatteita. Vastaajista 2/3 vastasi kyllä ja 1/3 ei. Vastanneet miehet ovat täten tyytyväisempiä markkinoilla oleviin vaatteisiin kuin naiset, joiden tulos oli päinvastainen.

Neljännessä kysymyksessä pyrittiin selvittämään, mistä vastaajat ostavat vaatteensa. Vastauksissa oli huomattavissa samankaltaisuutta naisten vastauksiin, sillä suurin osa vastasi ostavansa vaatteensa tavarataloista. Vastaajat kertoivat tekevänsä vaateostoksia myös erikoisliikkeissä ja pukumuymälöissä sekä yksi vastaajista kertoi ostavansa vaatteita ainoastaan ulkomailta, koska Suomessa myytävät vaatteet ovat hänen mielestään huonolaatuisia. Monet vastaajista nimesivät ketjuliikkeitä sekä yksi vastaajista kertoi vaimonsa ostavan hänen vaatteensa. Naisvastaajista monet kertoivat ostavansa vaatteita myös kirputoreilta toisin kuin miehistä vain yksi.

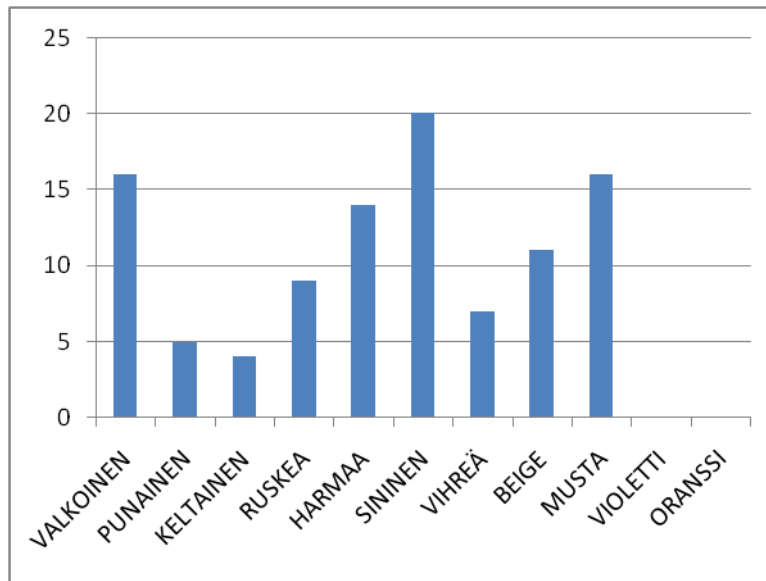
Lomakkeen kysymyksessä viisi vastaajia pyydettiin rastittamaan vaihtoehtoisia tilanteita, joissa he käyttävät trikoovaatteita (kuvio 16). Vastauksissa oli huomattavissa samankaltaisuutta naisten vastauksiin, sillä suosituimmiksi vastauksiksi sijoittui kotona, vapaa-aikana, nukkuessa ja harrastuksissa. Vastaajista noin puolet kertoi käyttävänsä trikoovaatteita myös urheillessaan ja vain kaksi kaupungilla. Yksikään vastanneista miehistä ei kerro käyttävänsä trikoovaatteita töissä tai juhlissa, naisilla nämäkin vaihtoehdot saivat kannatusta. Vastaajista kaksi ilmoittaa, ettei käytä trikoovaatteita lainkaan. Toisaalta on erikoista, että vastaajat, jotka eivät käytä trikoovaatteita, ovat kuitenkin vastanneet trikoovaatemalliston suunnittelun pohjaksi valmistettuun kyselyyn.



Kuvio 16. Kysymyksen viisi tilanteita, joissa vastaajat käyttävät trikoovaatteita

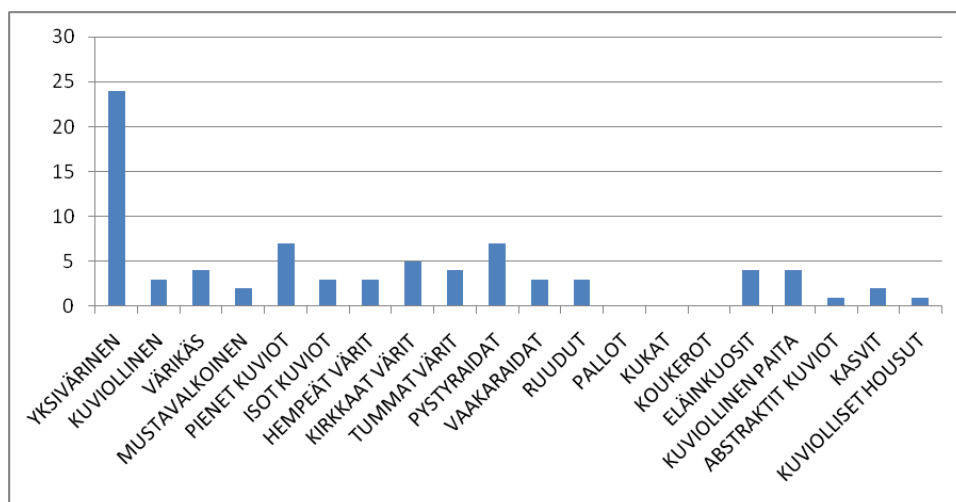
Kyselylomakkeen kuudennessa kysymyksessä selvitettiin, minkä värisiä vaatteita vastaajat käyttävät keväällä ja kesällä. Suosituimpia värejä vastaajien mukaan olivat sininen, valkoinen, musta ja harmaa (kuvio 17). Violetti ja oranssi eivät saaneet lainkaan ääniä, sekä punainen ja keltainen

saivat viisi tai sen alle ääniä. Ruskea, beige ja vihreä saivat ääniä tasaisesti.



Kuvio 17. Kysymykseen kuusi vastanneiden miesten keväällä ja kesällä käyttämien värien tulokset

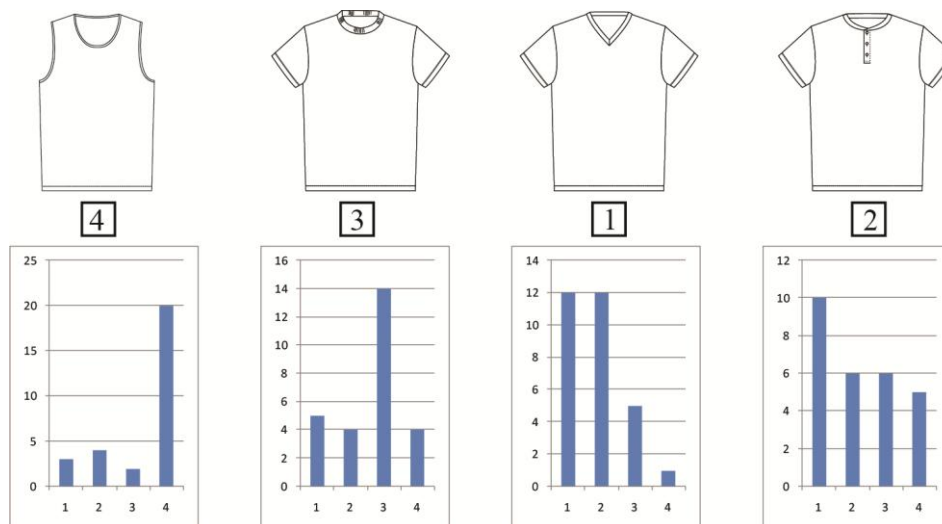
Seitsemännessä kysymyksessä vastaajia pyydettiin rastittamaan vaihtoehtoista ne, joista he pitävät kesävaatteissa (kuvio 18). Vaihtoehto yksivärinen sai eniten ääniä myös miesvastaajilta. Muut vaihtoehdot saivat ääniä tasaisen huonosti ja pallot, kukat ja koukerot eivät saaneet kannatusta lainkaan. Miesten vastauksista tulee ilmi sama asia kuin naistenkin, jossa suurempi osa on vastannut pitävänsä pienistä kuvioista kuin kuviollisista vaatteista. Eri kuosivaihtoehtoista pystyraidat ovat saaneet eniten kannatusta miesvastaajilta.



Kuvio 18. Kysymyksen seitsemän vastauksien jakautuminen vaihtoehtojen kesken

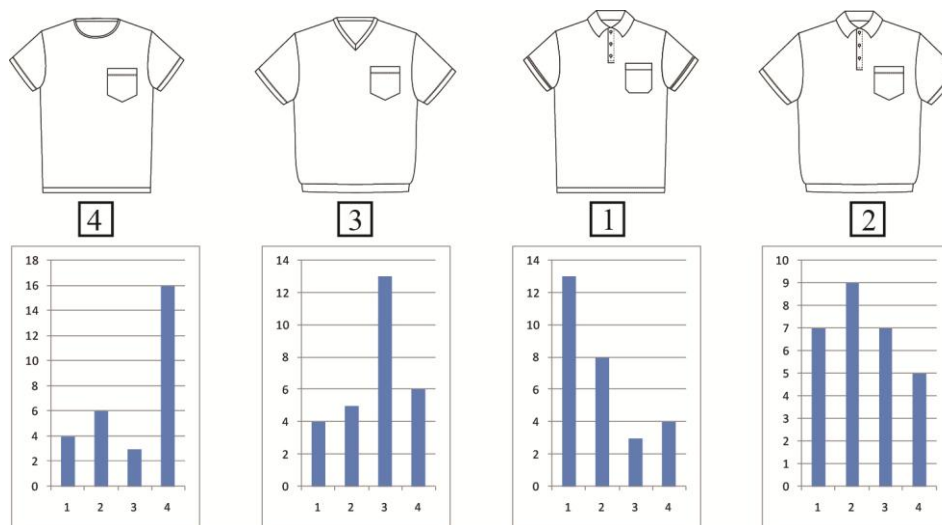
Seuraavissa kuudessa kysymyksessä vastaajia pyydettiin numeroimaan vaatteet yhdestä neljään tai yhdestä viiteen niin, että yksi on eniten miellyttävä ja neljä, sekä kahdessa viimeisessä kysymyksessä viisi vähiten miellyttävä vaate kesällä. Kysymyksessä kahdeksan vastaajia pyydettiin

numeroimaan t-paidat ja hihaton paita vastaajalle mieluisimpaan järjestykseen (kuvio 19). Suosituimmaksi malliksi osoittautui t-paita V-pääntiellä. Toiseksi suosituin malli oli pyöreäpänteinen paita napituslistalla. Mallivaihtoehtoista perinteisin jäi yllättäen vasta kolmannelle sijalle, kun odotettavampaa olisi ollut ehkä ensimmäinen sija. Hihaton paita jäi mallivaihtoehtoista odotetustikin viimeiselle sijalle. Toiseksi suosituin nappilistallinen paita on toisaalta jakanut mielipiteet hyvin tasaisesti kaikkien numerovaihtoehtojen kesken, kuitenkin saaden eniten numeroa yksi.



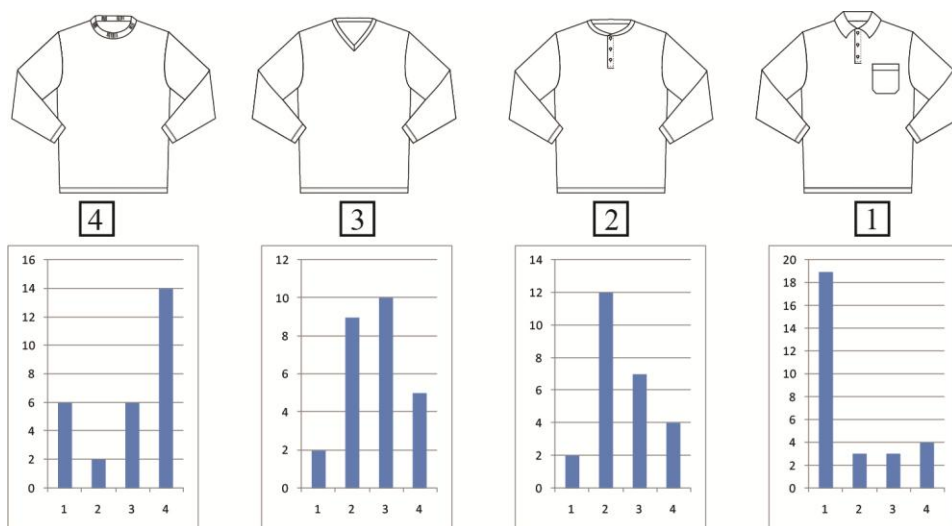
Kuvio 19. Tulokset miesten kysymyksen kahdeksan paidoista

Lomakkeen yhdeksännessä kysymyksessä pyrittiin jälleen selvittämään mielipiteitä numeroimalla vaatteet yhdestä neljään (kuvio 20). Kysymyksen jokaisessa paidassa on rintatasku sekä helma on joko suora tai resorilinen. Kahdessa mallissa on myös kaulus nappilistalla. Suosituimmaksi paidaksi sijoittui suoralinjainen kauluspaita ja toiseksi resorihelmainen kauluspaita saaden hieman tasaisemmin kaikkia numeroita vastaajilta. Kolmanneksi sijoittui V-päänteinen paita ja viimeiseksi pyöreä pänteinen paita. Tässäkin kysymyksessä V-pääntie oli suosituimpi vaihtoehto kuin pyöreä pääntie.

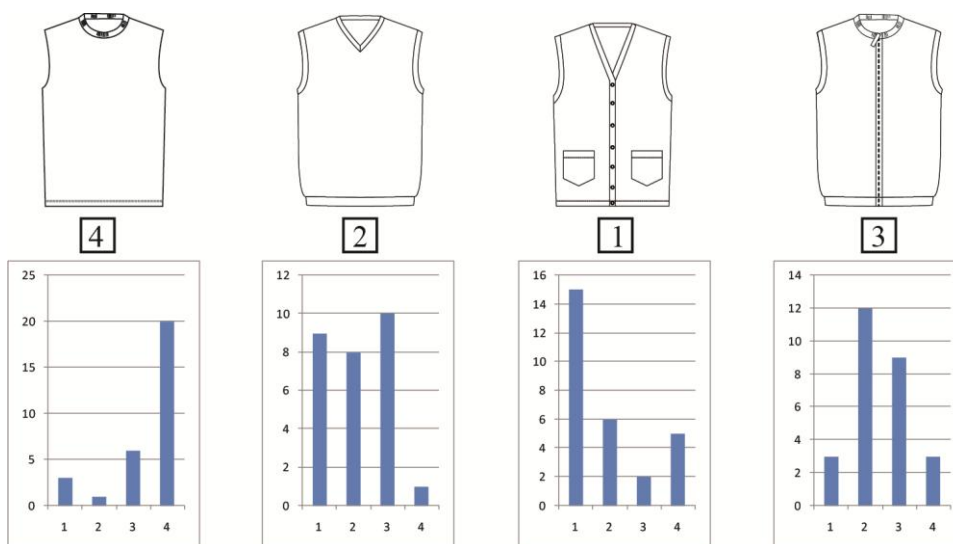


Kuvio 20. Tulokset miesten kysymyksen yhdeksän paidoista

Kymmenennessä kysymyksessä kohderyhmältä tiedusteltiin mielipidettä erilaisten pitkähihaisten paitojen malleista (kuvio 21). Suosituimmaksi malliksi osoittautui paita, jossa on nappilistallinen kaulus ja rintatasku. Toiseksi sijoittui pyöreäpänteinen paita nappilistalla, tämä pääntien malli on ollut selvästi suosittu vastaajien keskuudessa. Kolmanneksi sijoittui paita V-pääntiellä ja viimeiseksi jälleen pieni pyöreä pänteinen paita. Voikohan tämän pääntiemallin huonoon menestykseen vaikuttaa se, että se on vastaajien mielestä liian pieni tai tiukan näköinen, vai ovatko muut vaihtoehdot vain niin paljon miellyttävämpiä.



Kuvio 21. Tulokset miesten kysymyksen kymmenen paidoista

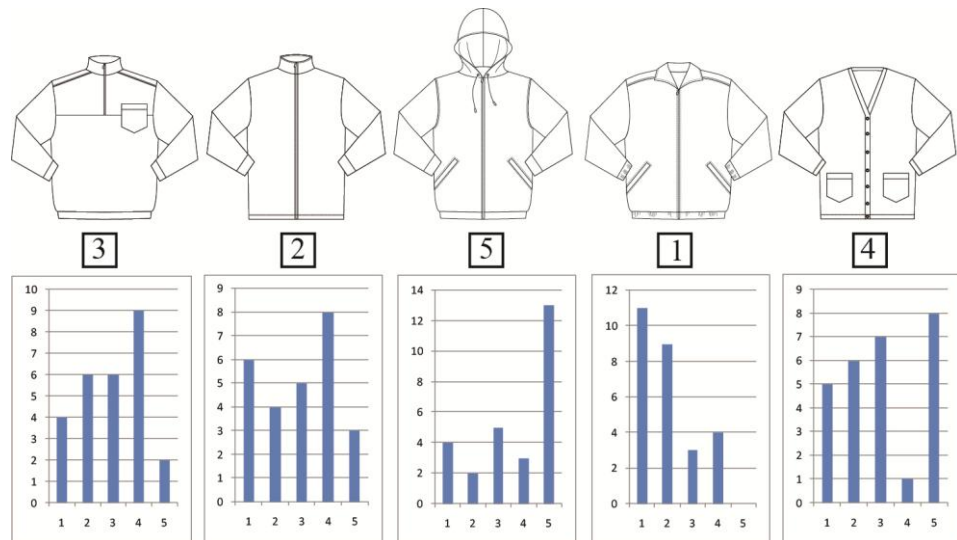


Kuvio 22. Tulokset miesten kysymyksen 11 liivimalleista

Lomakkeen kysymyksessä 11 vastaajilta kysyttiin mielipidettä erimallisista liiveistä, samaan tapaan kuin kolmessa aikaisemmassakin kysymyksessä (kuvio 22). Suosituin liivimalli oli V-päänteinen taskullinen liivi, jossa on nappikiinnitys. Toiseksi suosituimmaksi malliksi sijoittui hyvin perinteinen V-päänteinen liivi, jossa helmassa on resori. Kolmanneksi sijoittunut vetoketjullinen liivi sai enemmän kakkosääniä, kuin toiseksi sijoittunut malli, mutta keskiarvoisesti äänet laskettuna se jäi kuitenkin kolmanneksi.

Viimeiselle sijalle jäi jälleen pieni pyöreäpänteinen malli, joka sai huomattavasti enemmän nelosääniä, kuin muut paita vaihtoehdot.

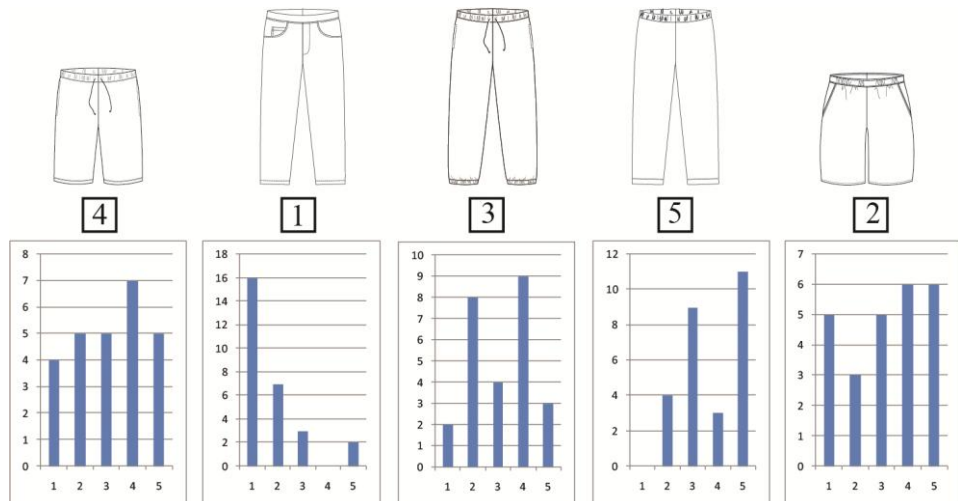
Kysymyksessä 12 selvitettiin vastaajilta mielipidettä erimallisista pitkähihaisista paidoista ja puseroista, numeroimalla vaatteet yhdestä viiteen (kuvio 23). Suosituin malli oli kauluksellinen pusero, jossa on olkakaarrokkeet ja taskut. Tämä malli ei ollut kenenkään vastaajan mielestä epämiellyttävien vaihtoehtojen, eikä se täten saanut yhtään vitosääntä. Toiseksi sijoittui vetoketjullinen pusero, jossa on pystykaulus ja kolmanneksi myös pystykauluksellinen pusero, jossa on pääntieltä rintaan asti ulottuva vetoketju sekä rintatasku ja olkakaarrokkeet. Neljänneksi sijoittunut paita on samanmallinen kuin ensimmäiseksi sijoittunut liivi, mutta pitkällä hihoilla. Liivimallina se on siis huomattavasti miellyttävämpi kuin puserona. Toisaalta tämä pusero on saanut kohtalaisen tasaisesti kaikkia ääniä saaden kuitenkin hieman enemmän numeroa viisi. Epämieluisimmaksi malliksi sijoittui hupullinen taskullinen pusero vetoketjukiinnityksellä. Se on saanut huomattavasti eniten vitosääniä. Onkohan tähän syynä huppu vai mahdollisesti liian sporttinen tyyli?



Kuvio 23. Tulokset miesten kysymyksen 12 puseroista ja takeista

Lomakkeen kysymyksessä 13 vastaajia pyydettiin jälleen numeroimaan vaatteet yhdestä viiteen. Vaihtoehtoina oli erilaisia housu- ja shortsimalleja, joista miellyttävimmäksi malliksi valittiin farkkumaiset housut, joissa on taskuja (kuvio 24). On hyvin vaikea sanoa, onko kyseinen malli mielletty farkuiksi ulkonäön vuoksi tai olisiko se suosituin, jos housut on valmistettu trikoosta. Housut, jotka sijoittuivat toiseksi, kolmanneksi ja neljänneksi saivat keskiarvoisesti hyvin saman verran ääniä. Toisaalta näiden kolmen tulos oli keskiarvoisesti niin samanlainen, että kaikki olisi voinut listata sijalle kaksi. Viimeiselle sijalle jääneet housut saivat huomattavasti enemmän vitosääniä, kuin muut mallivaihtoehdot. Nämä housut eivät olleet yhdenkään vastaajan mielestä mieluisimmat annetuista vaihtoehdoista. Viimeiseksi ja ensimmäiseksi sijoittuneet housumallit olivat siluutiltaan hyvin samanmalliset, erona on erilainen vyötärörakenne ja toisessa mallissa on taskuja. Olisivatkohan viimeiseksi sijoittuneet housut menestyneet paremmin, jos niissä olisi ollut myös taskut?





Kuvio 24. Tulokset miesten kysymyksen 13 housumalleista

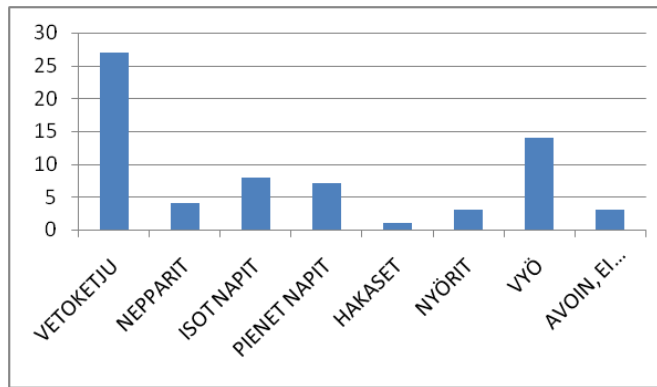
Kysymyksessä 14 pyrittiin selvittämään vastaajien mielipiteitä kevään ja kesän 2014 trendiväriennusteista samoin kuin naisten kyselylomakkeessa. Miesten vastauksista mikään teemaväri vaakariveistä ei noussut selvästi suositummaksi kuin muut, vaan kaikki väriteemat saivat kannatusta yllättävänkin tasaisesti. Ainoastaan hieman vähemmän ääniä saivat kolmannen rivin värit. Liitteestä 4/3 voi katsoa tarkemmin, kuinka äänet jakautuivat eri värien kesken.



Kuva 6. Miesten kysymyksen 14 suosituimmat värisävyt

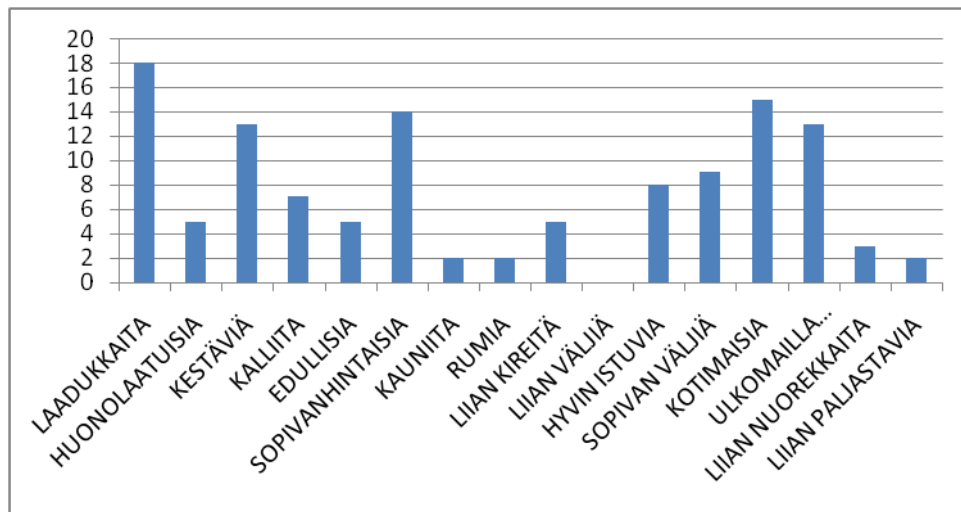
Suosituimpia yksittäisiä värejä olivat erilaiset harmaan ja sinisen sävyt, sekä muutama vihertävän sävy (kuva 6). Violetin, punaisen ja oranssin sävyt saivat vähiten ääniä, kuten myös muutama vihreän ja ruskean sävy. Suosituimpien värien tuloksissa yllättää hyvin paljon se, että suosituimmat värit olivat suurimmaksi osaksi hyvin pastellisia ja hempeitä. Kysymyksessä seitsemän, jossa kysyttiin mielipidettä väreistä, kirkkaat ja tummat värit saivat hieman enemmän kannatusta kuin hempeät värit.

Kyselylomakkeen kysymyksessä 15 pyrittiin selvittämään vastaajien mielipiteitä vaatteiden erilaisista sulkuvaihtoehdoista. Vetoketjuvaihtoehto oli mieluinen lähes jokaiselle vastanneelle ja seuraavaksi eniten ääniä sai vaihtoehto vyö (kuvio 25). Vyövaihtoehdon saadessa lähes puolelta vastaajista äänen luulen heidän kuvitelleen perinteistä asusteena toimivaa vyötä. Itse ajattelin vyön enemmänkin naisten jakkujen tai mekkojen kiinnitysvaihtoehdoksi. Toisaalta vyövaihtoehdon ollessa suosittu pitää harkita vyölenkkien lisäämistä mahdollisuuksien ja mallien mukaan housujen vyötärölle.



Kuvio 25. Tulokset miesten kysymyksen 15 erilaisista vaateen kiinnittimistä

Lomakkeen viimeisessä kysymyksessä 16 vastaajia pyydettiin rastittamaan annetuista vaihtoehdoista ne, jotka heidän mielestä kuvaavat nykyvaatteita. Vastanneiden miesten mielestä nykyvaatteet ovat enemmän laadukkaita kuin huonolaatuisia sekä lähes puolet vastaajista mieltää ne myös kestäviksi (kuvio 26). Vastaajista noin puolet on sitä mieltä, että markkinoilla olevat vaatteet ovat sopivanhintaisia. Vaihtoehdot kallis ja edullinen ovat saaneet kannatusta keskenään lähes saman verran, kallis kuitenkin hieman enemmän. Nykyvaatteiden esteettisyys ei juuri ole herättänyt vastaajissa mielenkiintoa, sillä vaihtoehdot kaunis ja ruma ovat saaneet kummatkin vain kaksi ääntä.



Kuvio 26. Kysymyksen 16 vastausten jakautuminen väittämien kesken

Kysyttäessä vastaajilta mielipidettä nykyvaatteiden istuvuudesta ja väljyyksistä, kukaan ei ole sitä mieltä, että vaatteet olisivat liian väljiä, kuten naisten vastaukset myös osoittivat. Vastaajien mielestä markkinoiden vaatteet ovat sopivan väljiä sekä istuvia ja vain muutaman vastaajan mielestä liian kireitä. Vastaajista suuremman osan mielestä nykyvaatteet ovat kotimaisia, mikä suuresti yllättää vastauksena, koska Suomessa on hyvin vähän vaatetusteollisuutta jäljellä. Varsinkin, kun vertaa vastauksia vastaajien kertomiin vaatteiden ostopaikkoihin, ei ole selvästi huomattavissa kotimaisten merkkien suosiota. Lähes puolet vastaajista on odotetusti sitä mieltä, että nykyvaatteet on valmistettu ulkomailla. Hyvin harva vastanneista miehistä on sitä mieltä, että nykyvaatteet olisivat liian nuorekkaita

tai paljastavia, missä on selvä ero verrattaessa naisten vastauksiin. Miesten vaatteet tosin harvoin ovatkaan kovin paljastavia, toisin kuin naisten. Liitteessä neljä selvitetään miesten kyselyn vastaukset tarkemmin kysymyksittäin.

## 5 MALLISTON SUUNNITTELUPROSESSI

Malliston suunnittelu projekti aloitettiin tutustumalla Finnwearin ja Nanson tuotteisiin näiden yritysten kuvastoista, verkkosivuilta, sekä vierailemalla yrityksen Hämeenlinnan myymälässä. Yrityksen tuotteiden tyyliin ja muotokieleen olen tutustunut jo aikaisemminkin työskennellessäni yrityksen myymälässä sekä suorittaessani työharjoittelua Finnwearin tuotesuunnitteluosastolla. Suunnitteluprosessiani helpotti se, että työskennellessäni yrityksessä olen saanut kokea, millaiset tuotteet myyvät ja lisäksi olen saanut asiakkailta suoraa palautetta tuotteiden väreistä ja malleista yksityiskohtineen. Kokemukseni rajoittuvat tietysti vain Hämeenlinnan myymälässä myytyihin tuotteisiin ja asiakaspalautteisiin, vaikkakin asiakkaita on käynyt ympäri Suomea.

Trendiennusteita sesonkiin kevät/kesä 2014 aloin hakea tutkimalla aluksi alan lehtiä kuten View, View2 ja International textile report. Vieraillessani Finnwearin suunnitteluosastolla sain mahdollisuuden tutkia trendiennusteita siellä käytössä olevasta Stylesight-verkkopalvelusta. Palvelu tarjoaa suunnittelijan käyttöön erilaisia teemoja sesongeittain, jotka sisältävät kattavan tarjonnan väritrendien ohella myös printti-, malli- ja materiaalienusteita. Palvelun avulla sain vaikutteita malliston, tuotteiden mallien, kuosien ja printtien suunnitteluun sekä valitsin tuotteissa käytetyt värit. Palvelu toimi pääsääntöisenä lähteenä malliston ideoinnissa ja tuotesuunnittelussa. Valitettavasti en voi esittää opinnäytetyössä palvelun sisältämää materiaalia. Malliston ideointia varten valmistin myös kuvakollaaseja, joissa esitellään inspiraationlähteitäni.

Varsinaisesti malliston tuotteiden suunnittelu aloitettiin sen jälkeen, kun vastaukset kohderyhmälle valmistetusta kyselystä saatiin ja analysoitiin. Näin oli mahdollista ottaa kohderyhmän mielipiteet huomioon heti suunnittelun alkuvaiheissa. Mallistoa suunniteltaessa pyrittiin välttämään valitsemasta värejä tai tuotteiden muotoja, jotka eivät miellyttäneet kohderyhmää kyselyn tulosten mukaan. Tuloksista selvisi myös, että suurin osa kohderyhmästä käyttää trikoovaatteita kotona ja vapaa-aikana, mikä otettiin huomioon malliston tuotteiden tyyliin, muotokieleeseen sekä käyttötarkoituksessa.

Kohderyhmän ollessa yli 65-vuotiaita vartalon fyysisten muutosten huomioiminen tuotesuunnittelussa on tärkeää. Tuotteiden helppoon puettavuuteen tulee kiinnittää huomiota, eikä tuotteiden kiinnittimien, kuten nappien, tulisi olla liian pieniä tai painonappien liian jäykkiä. Lisäksi kädenteiden sopiva väljyys helpottaa pukeutumista. Alaosan tuotteiden, kuten housujen ja hameiden suunnittelussa joustava vyötärörakenne on optimaalinen, koska sen ansiosta tuotteet on helppo pukea ja riisua. Lisäksi joustava

kuminauhavyötärö lisää tuotteen käyttömukavuutta ja estää tuotetta kiristämästä. (Hallman 1999, 18.)

Sesongin kevät/kesä 2014 mallistoon haettiin vaikutteita eri teemoista, joita sesongin trendiennusteissa esiteltiin. Kohderyhmän koostuessa ikäihmistä liiallista trendikkyyttä haluttiin välttää niin muotojen kuin väriyhdistelmien valinnassa. Lisäksi trendiennusteista oli pyrittävä löytämään ideat, jotka sopivat myös Finnwearin brändiin. Malliston tuotteiden värit ja mallit pyrittiin suunnittelemaan niin, että halutessaan asiakkaan olisi helppo yhdistellä tuotteita keskenään ja löytää asukokonaisuuksia.

Naisten ja miesten mallistot päädyttiin jakamaan kolmelle eri toimitusviikolle niin, että tuotteet toimitusviikon sisällä noudattavat samaa teemaa ja värimaailmaa. Pyrin valitsemaan toimitusviikot niin, että ne jakautuvat kevät/kesä-sesongin alkuun, keskelle ja loppuun. Tällöin suunnittelussa pitää ottaa huomioon se, että alkuvuodesta on vielä viileä eli hellemekkoja ei kannata silloin vielä tarjota myymälöihin. Toisaalta alkuvuodesta kauppoihin tulevissa mallistoissa pitää ottaa myös se huomioon, että todennäköisesti tuotteet ovat myynnissä vielä ilmojen lämmentyäkkin eli ne eivät kuitenkaan saa olla liian syksyisiä tai talvisia. Malliston toimitusviikoiksi valitsin viikot 5, 12 ja 19. Nämä toimitusviikot löytyivät myös yhteistyöyrityksen kevät/kesä 2013-sesongin mallistosta.

Suunnittelu aloitettiin luonnostelemalla ja luetteloimalla erilaisia kohderyhmälle sopivia tuotemalleja ja yksityiskohtia. Parhaimmat ideat ja mallit piirrettiin Adoben Illustrator –ohjelmalla puhtaaksi, minkä jälkeen aloin valmistaa erilaisia toimitusviikkokokonaisuuksia ohjelmaa apuna käyttäen. Tietokoneavusteisessa suunnittelussa on suuri etu ja hyöty siitä, että muutoksia pystyy tekemään nopeasti niin malleihin kuin väri vaihtoehtoihin sekä kokonaisuuden hahmottaminen helpottuu. Piirtäen luonnostelu jäi suunnitteluprosessissani hyvin vähälle, sillä koin tietokoneella suunnittelun järkevämmäksi vaihtoehdoksi suunniteltaessa kaupallista mallistoa. Kaikki suunnittelemani kuosit ja painatukset on piirretty suoraan Illustratorilla, jolloin näin helposti, onko kuosi toimiva ja sopivatko värit yhteen. Esimerkki painatuksen suunnittelusta ja varioinnista esitellään kuvassa seitsemän, jossa kokeillaan erilaisia vaihtoehtoja orkideapainatukselle. Finnwearin kuosit ja painatukset ovat yleensä selkeälinjaisia ja yksinkertaistettuja, minkä vuoksi käsinpiirtäminen olisi ollut turhaa, koska olisin joka tapauksessa muokannut ja yksinkertaistanut piirrokseni koneella.



Kuva 7. Orkideapainatuksen variointia Adobe Illustratorilla

Kootessani toimituspaketteja pyrin pitämään huolen siitä, että jokaisesta löytyy erilaisia toisiinsa sopivia ja yhdisteltäviä tuotteita, eikä esimerkiksi niin, että toimituspaketissa olisi pelkästään mekkoja, joita on mahdoton yhdistellä keskenään. On myös hyvä ottaa huomioon, että kuosillisissa tuotteissa asiakkaalla olisi valinnan mahdollisuus keskenään erimallisista tuotteista. Tuotteiden kuosien ja painatusten värien määrä tulee pitää myös vähäisenä, koska se vaikuttaa automaattisesti tuotteen valmistuskustannuksiin. Tuotteiden värejä valittaessa pyrin myös huomioimaan sen, että erimallisissa tuotteissa voitaisiin käyttää samaa materiaalia. Yhteistyöyrityksen tuotteiden koostuessa trikoomateriaaleista on erityisen tärkeää suunnitella malleja ja yksityiskohtia, jotka olisi myös mahdollista valmistaa trikoosta. Trikoovaatteissa ei esimerkiksi tarvitse käyttää yhtä paljon saumoja tai laskoksia istuvuuden takaamiseksi kuin kangasvaatteissa.

Suunniteltuani toimitusviikot kävin esittelemässä suunnitelmani Finnwearin pääsuunnittelijalle Helena Lukalalle. Häneltä sain palautetta tuotteista, niiden väri vaihtoehtoista ja kuoseista. Lukalan avustuksella vaihdoin joitakin tuotteita eri toimituspaketteihin tai poistimme ne kokonaan mallistosta. Osalle tuotteista oli tarjolla useampia väri vaihtoehtoja. Näissä tapauksissa jaoin mielipiteemme sopivimmista ja päädyimme tekemään valinnan, kuitenkin Lukalan painottaen minulla olevan lopullinen päätösvalta. Lukalan kokemuksen ja ammattitaidon avulla valitsimme lopulliset tuotteet, kuosit ja painatukset toimitusviikoille.

Tapaamisen jälkeen tein tarvittavat muutokset tuotteisiin sekä viimeistelin tasokuvat ja lisäsin niihin tikkaukset. Lisäksi piirsin tuotteiden tasokuvat myös takaa ja lisäsin Pantone TPX-värikoodit, joita olen tuotteissa käyttänyt. Annoin tuotteille myös nimet. Artikkelinumerot ja värikoodinumerot tuotteille annettaisiin vasta, jos ne valittaisiin tuotantoon asti. En myöskään ole päättänyt vielä tuotteiden materiaaleja sen ollessa tässä vaiheessa vielä tarpeetonta, koska tuotteiden valmistuksesta ei ole varmuutta. Tietysti tuotteiden malleja suunnitellessa olen ajatellut, minkä paksuisen trikoon siihen valitsisin tai kuinka trikoon tulisi laskeutua, jotta malli olisi toimiva.

### 5.1 Naisten mallisto

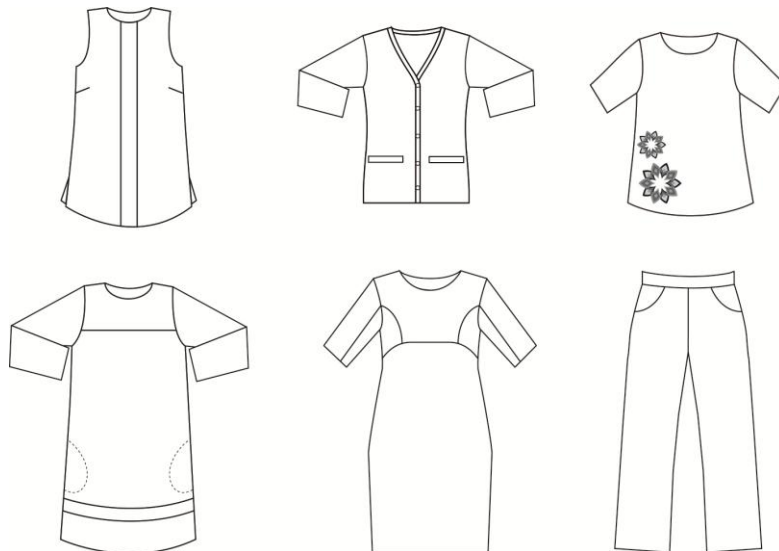
Naisten mallistoa suunnitellessa pyrin ottamaan huomioon kohderyhmän kyselystä saatuja tuloksia. Malliston värimaailma on valittu suurimmaksi osaksi vastaajien mieltymysten mukaan sekä tuotteiden malleja suunniteltaessa on otettu huomioon, mitkä kyselyn tuotteista olivat suosituimpia. Tuotteiden mallit ja yksityiskohdat, jotka saivat kyselyn mukaan hyvin vähän kannatusta, pyrin jättämään pois mallistosta. Naisten mallistoon halusin tuoda syviä värikylläisiä värejä, jotka kesään päin mentäessä vaihtuvat hempeämpiin pastellisiin sävyihin. Kuosiaiheisiin suunnittelin raikasta raitaa, värikästä graafista kuosia sekä naisten suosimia kukka-aiheita. Lopulliseen naisten mallistoon valitut tuotteet esitellään kappaleessa kuusi.

#### 5.1.1 Toimitusviikko 5



Kuva 8. Kollaasi naisten toimitusviikon viisi inspiraationlähteistä

Ensimmäinen toimituspaketti on suunniteltu viikolle viisi eli tammikuun loppuun. Toimitusviikon tuotteissa oli otettava huomioon se, että vaikka tuotteet ovatkin kevät/kesä-sesonkiin, on niiden oltava käytettävissä jo tammikuussa ilman vielä ollessa viileämpi. Toimitusviikon teema on yhdistellä värejä luomaan tuotteisiin erilaisia muotoja ja korostaa yksityiskohtia. Toimitusviikon inspiraationlähteitä on esitetty kuvassa kahdeksan. Toimituspaketin värimaailmaan valikoituivat kohderyhmää miellyttävät sininen, punainen ja beige, joiden lisäksi suunniteltiin raikas vaakaraitakuosi.



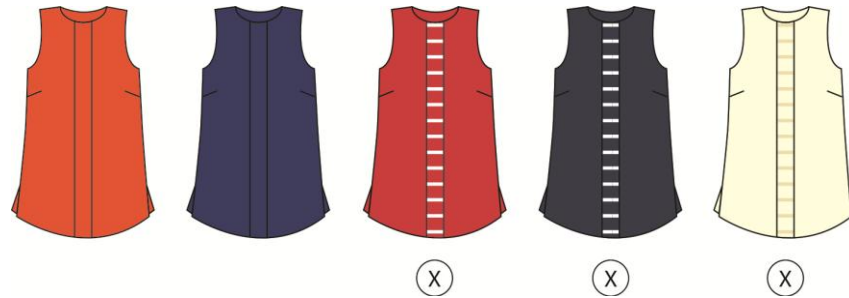
Kuva 9. Toimitusviikon 5 ehdotetut tuotteet

Toimitusviikkoon ehdotetut tuotteet valittiin myös lopulliseen toimituspakettiin. Ainoastaan t-paidan painatus jäi pois (kuva 9). Kuvassa kymmenen on esillä mekkoon ehdotetut värivaihtoehdot, joista valitut on rastitettu. Valitun mekkomallin etukappaleella on prinsessaleikkaukset sekä vyötärösauma kohoaa keskeltä hieman ylöspäin. Takakappaleella prinsessaleikkaukset on jätetty pois sekä vyötärösauma on suora. Mekossa on  $\frac{3}{4}$ -pituiset hihat ja lisäksi se koostuu kahdesta kappaleesta, jolloin mahdollistetaan värien käyttö suunnitelman mukaisesti. Päntie on malliltaan pyöreä ja helman pituus on polven peittävä. Tuotteen materiaaliksi valitsisin sopivan ryhdikkään trikoon, ei liian laskeutuvaa tai ohutta. Lukalan mielestä malli on hieman juhlava ja aluksi harkitsimme sen pois jättöä päätyen lopulta kuitenkin pitämään sen mallistossa.



Kuva 10. Mekon värivaihtoehdot toimitusviikko 5

Kuvan 11 toppi on malliltaan väljä, hieman A-linjainen, hihaton, sekä helman sivusaumoissa on halkiot. Halkioiden avulla saadaan lisää tilaa ylälantionle, mikä takaa kauniin materiaalin laskeutumisen lanteikkaammallekin vartalolle. Yläosaan saadaan luotua istuvuutta ja ryhdikkyyttä ompelemalla rintamuotolaskokset. Pääntien malli on pieni ja pyöreä. Topissa päädyttiin valitsemaan vaihtoehto, jossa kappale keskellä edessä on raidallista kangasta. Luonnonvalkoisen topin väritys päätettiin vaihtaa beigeiksi, jolloin myös raidan pohjaväri vaihdettiin beigeiksi.



Kuva 11. Topin väri vaihtoehdot toimitusviikko 5

Toimitusviikkoon suunniteltiin myös t-paita (kuva 12), jonka haluttiin olevan joko raidallinen tai vaihtoehtoisesti helmassa olisi kukkapainatus (liite 5 ja 6) pohjavärin ollessa yksivärinen. T-paitaan valittiin sama raikas raita (liite 7), mitä käytetään edellä esitellyssä topissa sekä toimitusviikon tunikassa. T-paidan malli on hieman A-linjainen ja paidassa on pyöreä pääntie sekä väljät kyynärpäähän ulottuvat hihat. Luonnonvalkoisen raidallisen t-paidan värit vaihtuivat myös toisinpäin samoin kuin topissa.



Kuva 12. T-paidan väri vaihtoehdot toimitusviikko 5

Pitkähihainen tunika on hyvä vaihtoehto sijoittaa ensimmäiseen toimituspakettiin, sillä sitä voi käyttää alkuvuodesta housujen tai leggingsien kanssa ja ilman lämmitessä asukokonaisuutta voi keventää esimerkiksi capreilla tai sukkahousuilla. Tunika on malliltaan A-linjainen ja siinä on pyöreä pääntie (kuva 13). Lisäksi tunikan sivusaumoissa on taskut, jotka on tikattu etukappaleelta. Tunikan raitakuosia haluttiin rauhoittaa yksivärisillä hihoilla sekä yksivärisillä helman yksityiskohdilla. Sinisen ja punaisen tunikan rinnalle valittiin lisäksi vielä beige väri vaihtoehto samoin kuin t-paidassa ja topissa on.





Kuva 13. Tunikan väri vaihtoehdot toimitusviikko 5

Toimituspakettiin suunniteltiin myös pitkähihainen V-päänteinen jakku (kuva 14). Kaikki ehdotetut väri vaihtoehdot olivat hyviä ja saivat jäädä lopulliseen mallistoon. Jakut ovat kaksivärisiä niin, että toisella värillä korostetaan yksityiskohtia, kuten taskukaitaleita sekä miehustan ja pääntien kanttauksia. Kiinnittimeksi suunniteltiin pienet napit, jotka ovat tuotteen pohjavärin väriset luoden hauskan yksityiskohdan tuotteeseen. Taskumalliksi valittiin sirot liivintaskut. Lukala ehdotti myös, että jakkua voisi myydä samantyyllisen t-paidan kanssa twinsettinä. Tämä vaihtoehto jäi lopulta kuitenkin pois, sillä toimitusviikolla on jo t-paita ja toppi.



Kuva 14. Jakun väri vaihtoehdot toimitusviikko 5

Ensimmäiseen toimituspakettiin suunniteltiin kohderyhmälle kyselyn mukaan mieluisimman malliset pitkät suoralahkeiset housut (kuva 15). Housuissa on kuminauhavyötärö sekä taskut etukappaleella, taakse ei suunniteltu taskuja. Alun perin väri vaihtoehtoja tarjottiin kolme harmaiden jäädä kuitenkin pois mallistosta, sillä kolme väri vaihtoehtoa ei koettu tarpeelliseksi tuotteeseen.



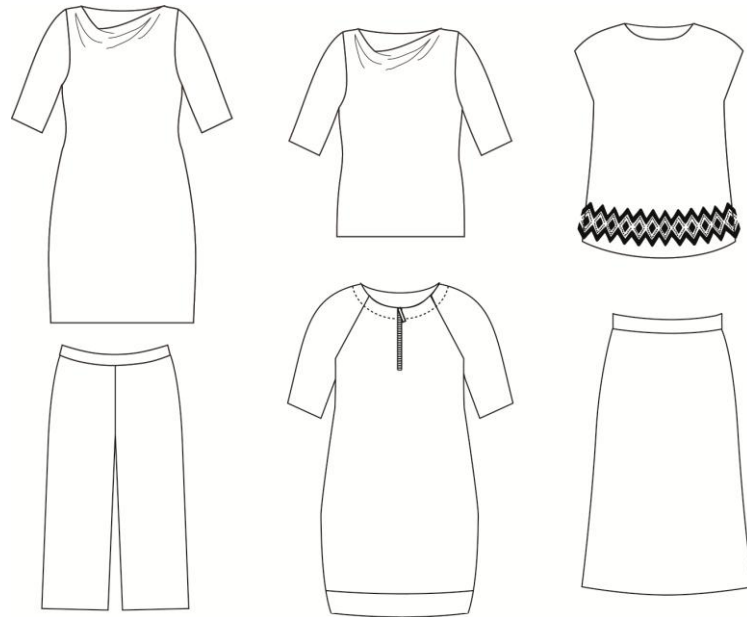
Kuva 15. Housujen vaihtoehdot toimitusviikko 5

## 5.1.2 Toimitusviikko 12



Kuva 16. Kollaasi naisten toimitusviikon 12 inspiraationlähteistä

Toinen toimituspaketti suunniteltiin viikolle 12, joka on maaliskuun kolmas viikko. Toimituspaketin inspiraationlähteitä on esitetty kuvassa 16. Malliston väripaletti koostuu kirkkaista väreistä; sinisestä, oranssista, pinkistä sekä vihertävästä riikinkukonsinisestä. Mallistoon suunniteltiin graafinen kuosi, joka koostuu erimallisista kolmioista, palloista ja viivoista. Kuosi sai alkunsa inspiroiduttuani sesongin trendiennusteissakin esiintyvistä Navajo-intiaanien käyttämistä kuvioaiheista. Kuosin pohjalta suunniteltiin myös painatus käytettäväksi t-paitaan. Toimitusviikon tuotteet ovat kaksi mekkoa, kaksi paitaa sekä väljät caprit ja pohjemittainen hame (kuva 17).



Kuva 17. Toimitusviikon 12 ehdotetut tuotteet

Kyselylomakkeessa kysyin kohderyhmältä mielipiteitä erimallisista tunikoista ja suosituksi malliksi selvisi tunika vesiputospääntiellä. Vastausten perusteella suunnitelin toimituspakettiin kuosillisen mekon ja paidan, joissa on vesiputospääntie (kuva 18 ja 19). Mekossa on  $\frac{3}{4}$ -pituiset hihat ja helma on polvimittainen. Väri vaihtoehtoja kokeilin niin, että käytin printin värinä tummempaa sekä kirkkaampaa sinistä vaihtaen kumpaankin pohjaväriä. Lopulliseen mallistoon valikoitui kuosi kirkkaansinisellä kuvioinnilla ja pohjaväreiksi fuksia, turkoosi ja kirkkaampi oranssi (liite 8).



Kuva 18. Kuosimekko vaihtoehdot toimitusviikko 12

Vaihtoehdoksi kuosillisen mekon rinnalle suunniteltiin paita, jonka muotokieli on yhteneväinen mekon kanssa. Paita ja mekko ovat malliltaan istuvia ja vartaloa myötäilevämpiä toisin, kuin ensimmäisessä toimituspaketissa olevat A-linjaiset mallit. Paidan helma ulottuu ylälantiolle ollen hieman normaalia t-paidan pituutta pitempi. Pelkäsin kuosin olevan liian nuo-

rekas, mutta Lukala kertoi kuosin olevan hyvä, tosin ehkä hieman syksyinen.



Kuva 19. Kuosipaita vaihtoehdot toimitusviikko 12

Toiseen toimituspakettiin suunniteltiin holkkiihainen väljä t-paita (kuva 20), jonka etukappaleen helmaa koristaa luonnonvalkoinen painatus (liite 9). Paidan väreiksi valittiin kirkkaampi oranssi, pinkki ja vihertävän sininen, jotka sopivat käytettäviksi toimitusviikkoon kuuluvien kirkkaan sinisten alaosien kanssa.



Kuva 20. T-paita vaihtoehdot toimitusviikko 12

Toimituspakettiin ehdotettiin capreja ja hametta kolmea eri väriä. Ajatuksena oli valita mallistoon musta ja jompikumpi väri sinisistä. Lukalan mukaan caprit ja hame voisivat kummatkin olla mallistossa, jos niitä valmistettaisiin vain yhtä väriä. Päädymme mustien tuotteiden sijaan valitsemaan kirkkaansiniset, sillä ne ovat kesäisemmät.



Kuva 21. Capri vaihtoehdot toimitusviikko 12

Caprit ovat malliltaan suoralahkeiset ja sopivan väljät sekä lisäksi niissä on käyttömukavuutta lisäävä kuminauhavyötärö, kuten hameessakin (kuva 21). Hame on A-linjainen ja pituudeltaan se ulottuu pohkeeseen (kuva 22).



Kuva 22. Hame vaihtoehdot toimitusviikko 12

Kuvassa 23 on esitetty väri vaihtoehdot hieman pussihelmiselle mekko, jossa on  $\frac{3}{4}$ -pituiset raglanhihat. Mekon päntie on malliltaan pyöreä ja lisäksi pänttiellä on avattava vetoketjyksityiskohta. Hihat sekä helmakappale ovat kirkkaansiniset ja pohjaväriksi valittiin samat kolme väriä kuin t-paitaan; fuksia, kirkas oranssi ja vihertävän sininen.



Kuva 23. Vetoketjumekko vaihtoehdot toimitusviikko 12

5.1.3 Toimitusviikko 19



Kuva 24. Kollaasi naisten toimitusviikon 19 inspiraationlähteistä

Kolmas toimituspaketti suunniteltiin toimitusviikolle 19, joka on touku-kuun toinen viikko. Toimituspaketin värimaailma on pastellisen hemepeä, inspiraationlähteitä toimituspakettiin on esitelty kuvassa 24. Malliston kuosi ja painatukset valmistuivat kukkien ja etenkin orkidean kukan vaikutteista. Toimituspaketti sisältää malliston kesäisimmät tuotteet niin väri-tykseltään kuin malleiltaan (kuva 25). Naisten toimitusviikoista tämä viikko koki eniten muutoksia esitellessäni tuotteita Finnwearin pääsuunnittelijalle.



Kuva 25. Toimitusviikon 19 ehdotetut tuotteet

Kolmanteen toimituspakettiin suunniteltiin kesäinen mekko (kuva 26), jonka helmaan painetaan luonnonvalkoinen orkideakuviot (liite 10). Tapaamisessa Lukala ehdotti, että painatus vaihdettaisiin samaan mitä toimitusviikon topissa käytetään. Mekon väreiksi valittiin pastellinen mintunvihreä ja korallinpunainen sekä turkoosi. Mekko on malliltaan A-linjainen ja siinä on irrotettava vyö, vyölenkit sivusaumoissa sekä holkkihihat. Päätien malli on pyöreä ja mekon helma ulottuu polveen asti.



Kuva 26. Mekon väri vaihtoehdot toimitusviikko 19

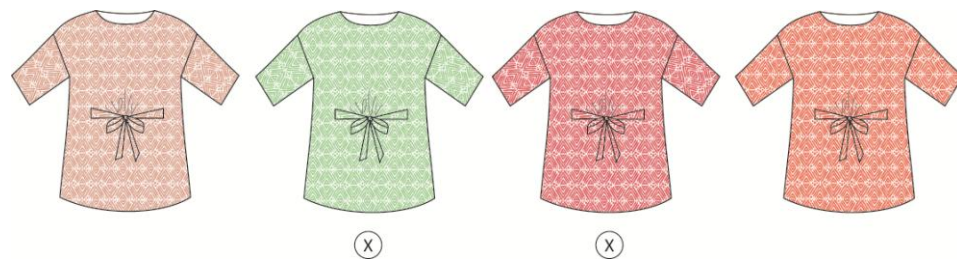
Kuvassa 27 esitellään vaihtoehdot toimituspaketin topin väreistä. Toppiin valittiin samat värit kuin edellä esiteltyyn orkidea-mekkoon. Topin malli on sama, kuin ensimmäisen toimituspaketin topissa, joka mahdollistaa saman kaavan käytön kumpaankin tuotteeseen. Topin etukappaleella keskel-

lä rintakehää on luonnonvalkoisella painettu tyyllitelty orkideapainatus (liite 11), jota käytetään myös toimitusviikon mekossa (liite 12).



Kuva 27. Toppi vaihtoehdot toimitusviikko 19

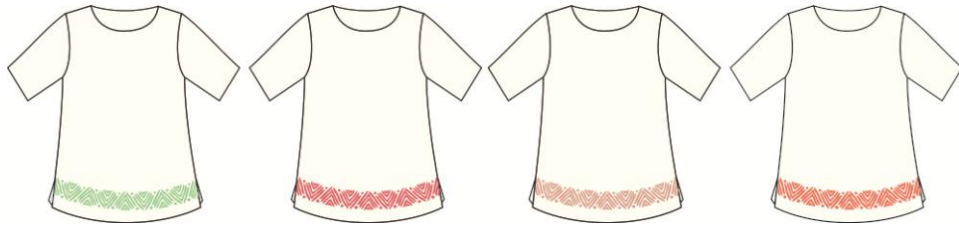
Toimituspakettiin suunniteltiin myös hyvin väljä kuosillinen tunika, jonka etukappaleella on solmittava rusettiyksityiskohta (kuva 28). Tuotteen olkasaumaa on alennettu, jotta saavutetaan toivottu rennon väljä ulkomuoto. Esittelin Lukalalle neljä eri väri vaihtoa tuotteesta niin, että ajatuksenani oli valita mintunvihreä ja yksi punaisen sävyistä. Tunikassa päädyttiin jatkaamaan samaa värimaailmaa kuin edellä esitetyissä toimitusviikon tuotteissa. Kahden kuvaan rastitetun värin lisäksi päädyttiin lisäämään tuote myös turkoosina mallistoon. Tunikan kuosissa (liite 13) on yhdistelemällä käytetty samoja muotoja luonnonvalkoiselle pohjalle, joita löytyy sekä orkideapainatuksesta, että Navajo-kuosista.



Kuva 28. Tunika vaihtoehdot toimitusviikko 19

Vaihtoehdoksi tunikalle suunniteltiin toimitusviikolle t-paidan (kuva 29) helmapiainatuksella (liite 14), jonka painatus oli samantyylinen tunikassa käytetyn kuosin kanssa. Lukalan mukaan painatus oli tyyliiltään liian perinne-käsityömäinen, minkä vuoksi päädyttiin siihen, että tuote poistetaan mallistosta kokonaan.

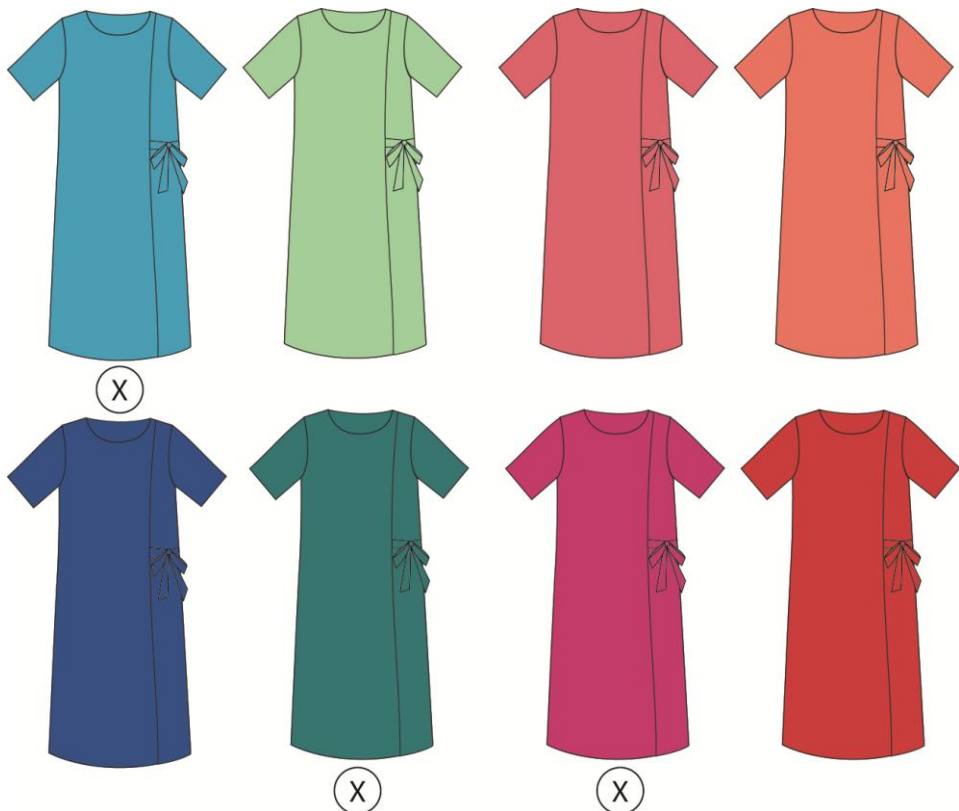




Kuva 29. T-paita vaihtoehdot toimitusviikko 19

Kuvassa 30 esitellään väri vaihtoehdot toimitusviikolle suunnitellusta valekietaisumekosta. Kyselyn tulosten mukaan kietaisumekko oli kohderyhmää miellyttävä malli. Perinteistä kietaisumallia en kuitenkaan mallistoon päättänyt valita, koska uskon pitkien nyörien tuottavan haasteita kiinnityksessä varsinkin kohderyhmän iäkkäimmille henkilöille. Esitellessä tuotetta Lukalalle hän ehdotti, että tuotteen helmaa lyhennettäisiin. Näin ollen mekosta päädyttiin tekemään tunika.

Tuotteen etukappaleelle suunniteltiin sauma olalta helmaan, joka mahdollistaa vyön ompelun saumarakenteeseen. Vyön toinen kappale on ommeltu sivusaumaan. Aluksi ideoin takakappaleellekin pitkittäisen leikkaussauoman, johon vyön toinen kappale ommeltaisiin. Tulin kuitenkin siihen tulokseen, että avonainen vyö on huomattavasti vaikeampi sulkea, kun vyötä pitää kurkottaa selänpuolelta. Tunikan värimaailmaan haettiin turkoosin lisäksi fuksian ja vihertävän sinisen sävyt edellisestä toimituspaketista. Mintunvihreänä tuote olisi voinut muistuttaa liikaa sairaalassa käytettäviä leikkaussalikaapuja, mikä vaikuttaisi varmasti tuotteen myyntiin.



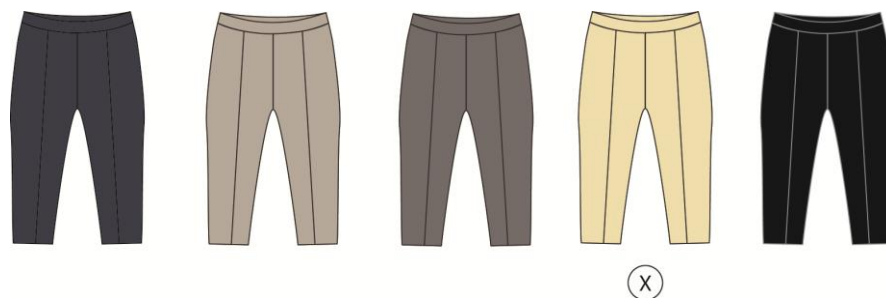
Kuva 30. Valekietaisumekon väri vaihtoehdot toimitusviikko 19

Toimituspakettiin toivottiin myös siisti jakku, jota voisi vapaa-ajan ohella käyttää myös kesän eri juhlissa (kuva 31). Tuotteessa on pitkät hihat, leikkaussaumot etukappaleella sekä kiinnitys yhdellä napilla. Jakusta toivottiin sellaista, että se näyttäisi hyvältä sekä kiinni että auki pidettynä. Jakun pääntielle muodostuu pieni kaulus kääntyvästä miehustasta, joten tämän vuoksi materiaalin tulee olla sopivan vahvaa, mutta laskeutuvaa trikoota. Jakun takakappaleelle suunnittelin aluksi tekeväni vaakasuoran sauman, joka myötäilisi etukappaleen saumaa. Kuitenkin kokeiltuani saumaa tuotteen tasokuvaan, tulin siihen tulokseen, ettei saumalla ole mitään funktiota ja se vain nostaisi tuotteen valmistuskustannuksia. Tuotteen väriksi valitsin beigen, sillä se sointuu suurimpaan osaan malliston tuotteiden väriytyksiä. Lisäksi Lukala ehdotti toiseksi väriksi samaa fuksiaa, jota on käytetty valekietaisutunikassa ja toisen toimituspaketin tuotteissa.



Kuva 31. Jakun väri vaihtoehdot toimitusviikolle 19

Toimituspakettiin suunniteltiin myös caprit, jotka valmistettaisiin samoissa väreissä ja samasta materiaalista malliston jakun kanssa (kuva 32). Caprien etukappaleelle suunnittelin ommeltavaksi hiuslaskosyöksyiskohta, takana tätä yksityiskohtaa ei ole. Malliltaan caprit ovat vartalonmukaisemmat kapenevine lahkeineen kuin toimitusviikon 12 caprit. Tässäkin tuotteessa vyötärörakenteeksi valittiin joustava kuminauha, joka estää tuotetta kiristämästä. Lahkeensuulle suunnittelin aluksi pieni halkio ommeltavaksi sivusaumaan. Lopulta päätin jättää yksityiskohdan kuitenkin pois, sillä mikäli asiakkaan tarvitsisi lyhentää capreja, on se helpompaa lahkeen mallin ollessa suora.



Kuva 32. Caprien väri vaihtoehdot toimitusviikolle 19

## 5.2 Miesten mallisto

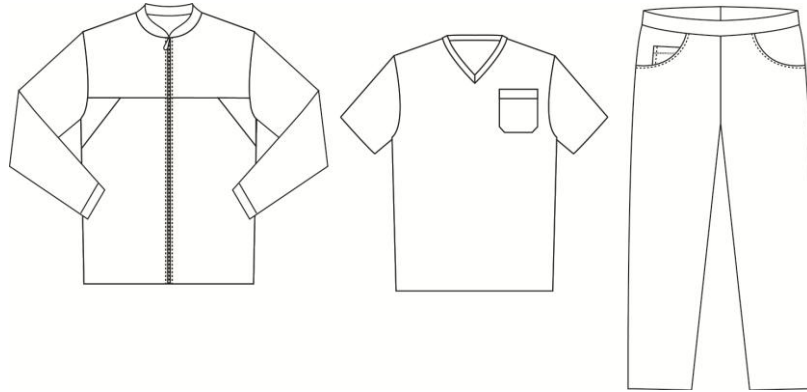
Miesten mallistoa suunniteltaessa kyselyn tuloksia oli huomattavasti vaikeampi hyödyntää kuin naisten. Vastanneiden miesten määrän jäädessä matalaksi tuloksista oli osittain vaikea löytää seikkoja, jotka miellyttäisivät tai vihasuttaisivat enemmistöä kohderyhmästä. Esimerkiksi kysymyksessä, jossa tiedusteltiin kohderyhmää miellyttäviä värejä, ne saivat tasaisen huonosti ääniä. Näin ollen kysymyksen vastauksista ei ollut niin suurta apua oikeiden värien valintaan kuin mitä vastaavasta naisten kysymyksestä oli. Kysyttäessä mieltymyksiä vaatemaleista vastauksia oli helpompi hyödyntää mallistoa suunniteltaessa. Miesten mallistoon olen pyrkinyt suunnittelemaan ajattomia, mukavia käyttövaatteita, joita olisi helppo yhdistellä keskenään. Kuoseiksi olen valinnut erilaisia raitoja ja ruutuja sekä yksivärisiä selkeitä väripintoja, jotka ovat yleisesti miesten suosiossa. Miesten malliston lopulliset tuotteet esitellään kappaleessa kuusi. Miesten malliston tuotteiden määrän ollessa pienempi ja yhdenmukaisempi kuin naisten esittelen inspiraation lähteet yhdessä kollaasissa (kuva 33).



Kuva 33. Kollaasi miesten malliston inspiraationlähteistä

### 5.2.1 Toimitusviikko 5

Miesten ensimmäinen toimituspaketti on suunniteltu myös viikolle viisi eli tammikuun loppuun. Toimitusviikon malleihin suunniteltiin vetoketjullinen vetoketjutakki, t-paita sekä taskulliset housut (kuva 34). Toimituspakettiin suunniteltiin mukavia käyttövaatteita, joita asiakas pystyy halutesaan yhdistelemään helposti. Tuotteiden värimaailmaan kuuluu sininen, harmaa, violetti ja musta, joiden lisäksi suunniteltiin ruudullinen kuosi.



Kuva 34. Toimitusviikolle 5 ehdotetut tuotteet

Miesten ensimmäinen toimituspaketti sai vaikutteita myös väreillä ja muodoilla leikkimisestä. Alun perin idea toimituspakettiin lähti kuvan 35 vetoketjullisen takin mallin suunnittelusta. Takissa on pieni pystykaulus, sekä erivärinen kappale miehustassa. Esitellessä tuotetta se päätettiin kuitenkin jättää kokonaan pois mallistosta ja sen tilalle vaihdettiin V-päänteinen vetoketjullinen takki toisesta toimituspaketista.



Kuva 35. Vetoketjutakin väri vaihtoehdot toimitusviikolle 5

Toimitusviikolle haluttiin myös jokin kuosillinen tuote (kuva 36). Suunnittelin ruutukuosin (liite 15), jossa on eri paksuisia ja värisiä raitoja. Alun perin suunnittelin ruutukuosin olevan vaakatasossa, mutta kokeiltuani kuosia vinoruutuina päädyin käyttämään sitä. Kuosi painetaan ainoastaan paidan etukappaleen miehustaan, muutoin paita on yksivärinen. Kuvan 36 oikeanpuoleisen paidan pohjaväri vaihdettiin tumman violetiksi, jolloin se on yhtenäinen toimitusviikon takin kanssa. Paidassa on V-pääntie, joka oli kohderyhmälle mieluisin vaihtoehto teetetyin kyselyn mukaan. T-paidassa on myös rintatasku samasta ruutukuosista. Taskun ruutukuvio ei saa kohdistua valmiissa tuotteessa miehustan ruutukuosin kanssa. Toinen vaihtoehto oli, että tasku olisi ollut yksivärinen, mutta valitsin kuosillisen taskun tähän paitaan, sillä mallistossa on tuotteita myös yksivärisellä taskulla.



Kuva 36. Ruudullisen t-paidan väri vaihtoehdot toimitusviikolle 5

Ensimmäiseen toimituspakettiin valittiin pitkät taskulliset housut (kuva 37), jotka olivat kyselyn mukaan kohderyhmälle mieluisimmat. Housuissa on suorat lahkeet, joustava kuminauhavyötärö sekä taskut sekä edessä että takana. Väri vaihtoehdoja oli aluksi kolme, joista tarkoitus oli valita mustat ja joko siniset tai harmaat. Tämä oli ensimmäisen toimituspaketin ainut tuote, johon ei tullut muutoksia.



Kuva 37. Pitkien housujen väri vaihtoehdot toimitusviikolle 5

### 5.2.2 Toimitusviikko 12

Toinen toimituspaketti suunniteltiin viikolle 12, joka on maaliskuun kolmas viikko. Sain vaikutteita toimituspaketin kuoseihin ja painatuksiin 1970-luvun kuoseja tutkimalla. Tuotteiksi suunnittelin liivin painatuksella, kuosillisen kauluspaidan sekä V-päänteisen vetoketjutakin (kuva 38), joka vaihdettiin ensimmäisessä toimituspaketissa olleen pystykauluksellisen takin tilalle. Toimituspaketin värimaailma jatkaa samalla linjalla kuin ensimmäinen, mustan värin jäädessä kuitenkin pois.



Kuva 38. Toimitusviikolle 12 ehdotetut tuotteet

Mallistoon valitsemani V-päänteinen, resorihelmainen liivimalli oli kohderyhmälle toiseksi suosituin kyselyn tulosten mukaan. Valitsin kuvassa 39 esitetyn mallin, koska siihen oli mahdollista suunnitella painatus. Tapaamisessa Lukalan kanssa hän ehdotti, että liivi olisi parempi, jos sen painatuksen (liite 16) vaihtaisi enemmän toimituspaketin kauluspaitakuosin mukaiseksi (liite 17). Tällöin kauluspaidan voisi pukea liivin alle, eivätkä kuosit riitelisi keskenään. Liivin väreiksi valittiin samat sinisen ja harmaan sävyt, joita muissakin tuotteissa käytetään.



Kuva 39. Liivin väri vaihtoehdot toimitusviikolle 12

Toimituspakettiin suunniteltuun kauluspaitaan oli ehdolla kaksi samantyylistä kuosia (liite 18 ja 19). Finnwearin pääsuunnittelijan mielestä kuosi vaihtoehto A (kuva 40) oli parempi kuin kuosi B (kuva 41). Lopulliseen mallistoon valitsimme paidan kuosissa A. Suunniteltua kuosia käytetään sekä paidan etu-, että takakappaleella, kun taas hihoissa, kauluksessa ja taskussa käytetään yksiväristä materiaalia. Kuosiin tehtiin pieni muutos lisäämällä kumpaankin väri vaihtoehtoon yksi kirkkaampi tehosteväri (liite 20). Kauluspaidan värimaailma jatkuu samoilla sinisen ja harmaan sävyillä, joita miesten malliston muissakin tuotteissa käytetään. Malliltaan kauluspaita on suora, sekä kauluksen lisäksi tuotteessa on nappilista, kolmella yksivärisellä napilla.



Kuva 40. Kauluspaidan väri vaihtoehdot kuosilla A toimitusviikolle 12



Kuva 41. Kauluspaidan väri vaihtoehdot kuosilla B toimitusviikolle 12

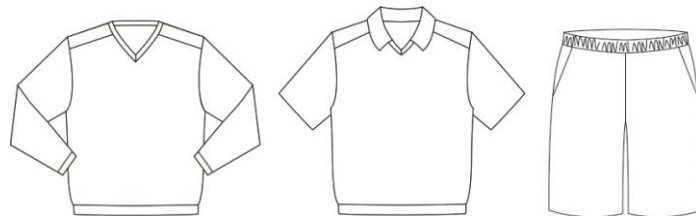
Toiseen toimituspakettiin suunniteltiin alun perin vetoketjullinen takki V-pääntiellä ja taskuilla (kuva 42). Tapaamisessa pääsuunnittelijan kanssa tämä tuote siirrettiin jo ensimmäiseen toimitusviikkoon ja tuotteen tilalle valittiin kolmannelta toimituspaketista V-päänteinen pusero. Takki valittiin mallistoon kaksivärisenä harmaalla ja tumman sinisellä pohjalla.



Kuva 42. Vetoketjutakin väri vaihtoehtot toimitusviikolle 12

### 5.2.3 Toimitusviikko 19

Kolmas toimituspaketti suunniteltiin toimitusviikolle 19, joka on toukokuun toinen viikko. Viimeiseen miesten toimituspakettiin tahdoin suunnitella kesäisen raitakuosin, jota käytettäisiin kauluspaidassa. Trendiennusteissa oli käytetty paljon raitakuoseja myös shortseissa, mutta tulini kokeillessani ideaa siihen tulokseen, että se on todennäköisesti liian nuorekas vaihtoehto kohderyhmälle. Toimituspakettiin suunniteltu pitkähihainen pusero siirrettiin toimitusviikolle 12.



Kuva 43. Toimitusviikolle 19 ehdotetut tuotteet

Kauluspaidan malliksi valitsin resorihelmäisen väljän mallin, jossa on V-pääntie kauluksella. Erillistä nappilistaa paidassa ei ole. Alun perin ajattelinkin, että toimituspakettiin valittaisiin joko kaksivärinen kauluspaita (kuva 44) tai jompikumpi tarjoamistani raidallisista kauluspaita vaihtoehtoista (kuvat 45 ja 46). Pitkähihaisen paidan vaihtuessa toiseen toimituspakettiin voitiin tähän toimituspakettiin valita niin kaksivärinen kuin raidallinenkin kauluspaita. Paidalle valittiin kaksi värikokonaisuutta, niin että yksityiskohtien sävyt muuttuivat samoiksi, joita käytetään myös pitkähihaisessa puserossa sekä lisäksi paitaan lisättiin rintatasku.



Kuva 44. Kauluspaidan väri vaihtoehtot toimitusviikolle 19

Toimituspakettiin ehdotettiin myös resorihelmaista kauluspaitaa raidallisena (liite 21 ja 22). Tapaamisessa Lukala ehdotti, että paidan helman malli vaihdettaisiin suoraksi, jotta toimituspaketin kummatkin kauluspaidat eivät olisi täysin samanmallisia. Helmaan lisättiin yksityiskohdaksi myös halkiot sivusaumoihin. Mallistoon valittiin kauluspaita raitakuosilla A (kuva 45). Paidan raitojen väreiksi valitsin oranssin ja turkoosin vaihtoehdon, sillä ne sopivat parhaiten malliston muiden tuotteiden värisävyjen kanssa yhteen.



Kuva 45. Raidallisen kauluspaidan väri vaihtoehdot kuosilla A toimitusviikolle 19



Kuva 46. Raidallisen kauluspaidan väri vaihtoehdot kuosilla B toimitusviikolle 19

Viimeiseen toimituspakettiin suunniteltiin myös shortsit (kuva 47). Shortseissa on käyttömukavuutta lisäävä joustava vyötärö rakenne sekä viistotaskut ja takana napinläpätasku. Väreiksi valitsin harmaan ja sinisen sävyt, joita on käytetty miesten malliston muissakin tuotteissa, yhteensopivuuden taatakseeni.



Kuva 47. Shortsien väri vaihtoehdot toimitusviikolle 19



## 6 VALMIS MALLISTO TOIMITUSVIIKOITTAIN

Esittelen naisten ja miesten mallistot toimitusviikoittain kuvastomaisena kokonaisuutena (kuvat 48–56). Tuotteet esitellään tasokuvoin edestä ja takaa. Lisäksi jokaisesta kuvastosivusta käy ilmi tuotteen toimitusviikko, tuotteiden Pantone TPX-värikoodit, tuotteiden nimet sekä kokojakauma. Naisten tuotteisiin on lisätty myös mittoja, jolloin tuotteen mittasuhteiden hahmottaminen helpottuu, miesten tuotteissa tämä ei ole tarpeellista. Tasokuvat on pyritty piirtämään samalla tyyllillä kuin yhteistyöyrityksellä on tapana.

Naisten toimituspaketeissa on kuusi eri tuotetta ja värivaihtoehtoja tuotteilla on yleensä kaksi tai kolme, joillakin on vain yksi. Miesten toimituspaketeissa on jokaisessa kolme eri tuotetta, kahta eri väriä. Toimituspakettien toimitusviikot ovat 5, 12 ja 19 keväälle 2014. Mikäli yhteistyöyritys päättäisi valmistaa suunnittelemani tuotteet, jokaiselle tuotteelle annettaisiin artikkeli- ja värinumero sekä tuotteiden materiaalitiedot kerrotaisiin myös kuvastossa. Lisäksi tuotteiden nimet saattaisivat muuttua, koska on mahdollista, että osa nimistä on ollut jo käytössä Finnwearin tuotteissa. Tämän vuoksi en myöskään valinnut tuotteille suomenkielisiä nimiä, koska tiedän yhteistyöyrityksen nimenneen tuotteita paljon niillä.

## Ikäihmisten trikoovaatemalliston suunnittelu



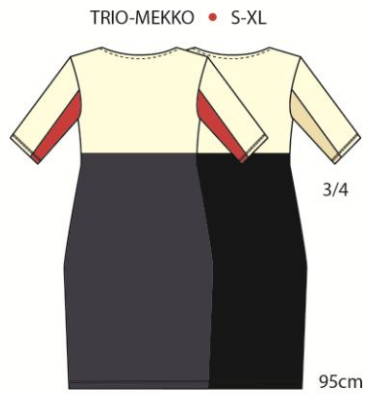
Kuva 48. Naisten toimitusviikon 5 tuotteet edestä

Toimitusviikon Trio-raitakuusi on esitelty tarkemmin liitteessä 7. Liittees-  
tä käy lisäksi ilmi kuusin raportti ja Pantone TPX-värikoodit.

# Ikäihmisten trikoovaatemalliston suunnittelu

NAISET  
TOIMITUSVIIKKO 5

19-4025	17-1664	13-1008	19-0000	11-0701
---------	---------	---------	---------	---------



Kuva 49. Naisten toimitusviikon 5 tuotteet takaa

## Ikäihmisten trikoovaatemalliston suunnittelu



Kuva 50. Naisten toimitusviikon 12 tuotteet edestä

Toimitusviikon Navajo-kuusi on esitelty tarkemmin liitteessä 8 ja Nava-paidan helmapainatus liitteessä 9. Liitteistä käy lisäksi ilmi kuusin raportit ja Pantone TPX-värikoodit.

# Ikäihmisten trikoovaatemalliston suunnittelu

NAISET  
TOIMITUSVIIKKO 12



NAVAJO-MEKKO • S-XL



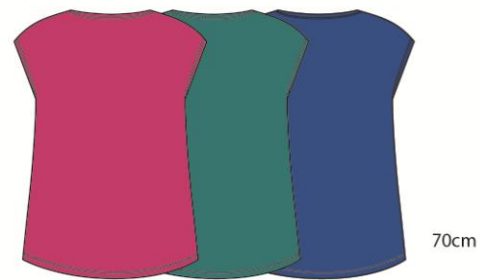
NAVA-MEKKO • S-XXL



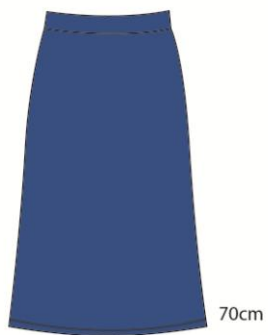
NAVAJO-PAITA • S-XL



NAVA-PAITA • S-XXL



KELLY-HAME • S-XXL

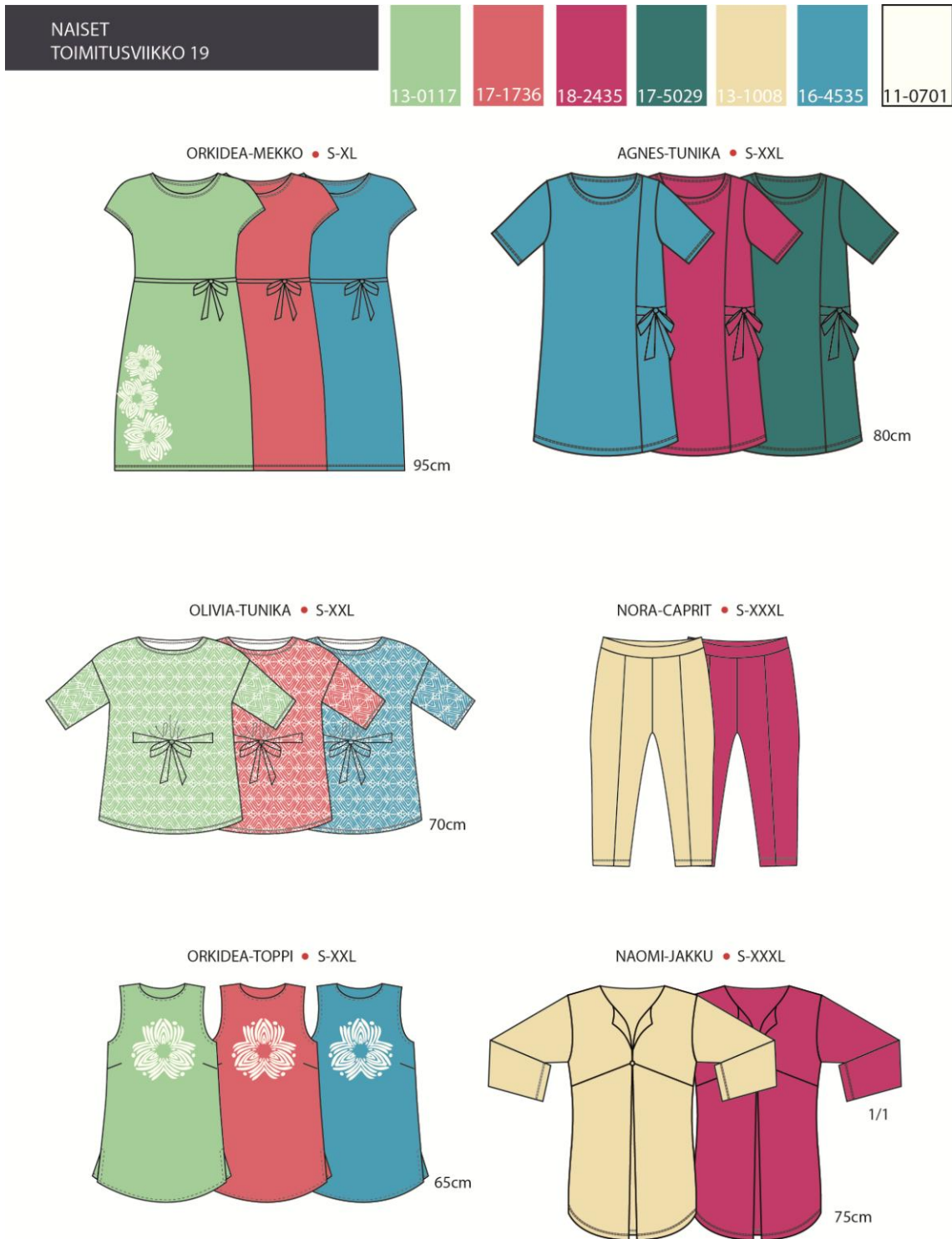


IRENE-CAPRIT • S-XXXL



Kuva 51. Naisten toimitusviikon 12 tuotteet takaa

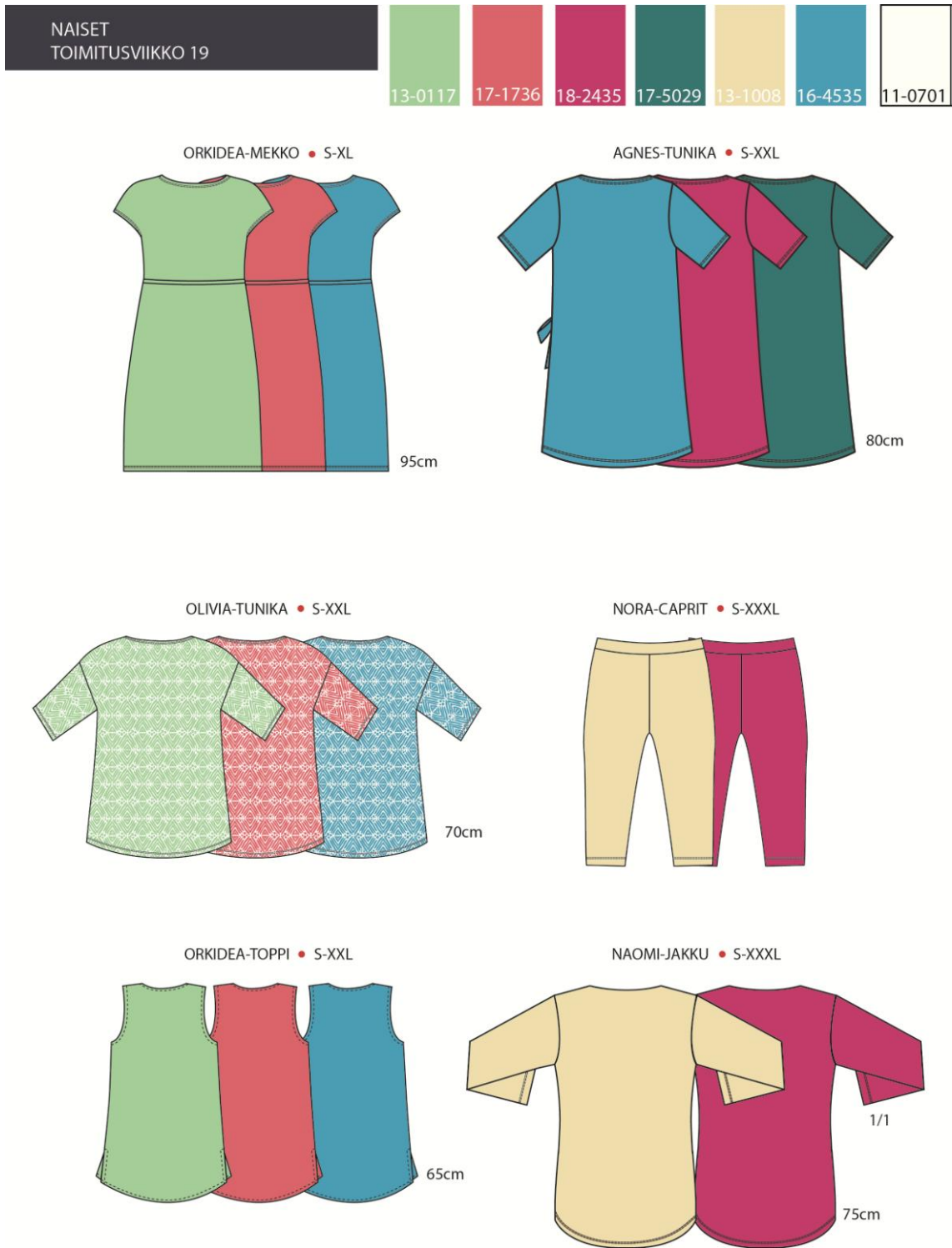
## Ikäihmisten trikoovaatemalliston suunnittelu



Kuva 52. Naisten toimitusviikon 19 tuotteet edestä

Toimitusviikon Olivia-tunikan kuusi on esitelty tarkemmin liitteessä 13, Orkidea-mekon painatus liitteessä 12, sekä Orkidea-topin painatus liitteessä 11. Liitteistä käy lisäksi ilmi kuusin raportti ja Pantone TPX-värikoodit.

## Ikäihmisten trikoovaatemalliston suunnittelu



Kuva 53. Naisten toimitusviikon 19 tuotteet takaa

## Ikäihmisten trikoovaatemalliston suunnittelu



Kuva 54. Miesten toimitusviikon 5 tuotteet edestä ja takaa

Toimitusviikon Karl-paidan ruutukuosi on esitelty tarkemmin liitteessä 15. Liitteestä käy lisäksi ilmi kuosin raportti ja Pantone TPX-värikoodit.



## Ikäihmisten trikoovaatemalliston suunnittelu



Kuva 55. Miesten toimitusviikon 12 tuotteet edestä ja takaa

Toimitusviikon Martin-paidan kuosi on esitelty tarkemmin liitteessä 20, sekä Patrick-liivin etupainatus liitteessä 17. Liitteistä käy lisäksi ilmi kuusin ja painatuksen raportit sekä Pantone TPX-värikoodit.

## Ikäihmisten trikoovaatemalliston suunnittelu



Kuva 56. Miesten toimitusviikon 19 tuotteet edestä ja takaa

Toimitusviikon Bryan-paidan raitakuosi on esitelty tarkemmin liitteessä 21. Liitteestä käy lisäksi ilmi kuosin raportti ja Pantone TPX-värikoodit.

## 7 YHTEENVETO JA POHDINTA

Opinnäytetyön malliston suunnittelu oli mielenkiintoinen ja haastava prosessi. En ole ennen suunnitellut tuotteita tälle kohderyhmälle, eikä minulla juurikaan ole kokemusta miesten tuotteiden suunnittelusta. Toisinaan tuntui siltä, että on hyvin vaikeaa arvioida, onko tietty tuotteen malli tai kuosi liian nuorekas ja käyttäisikö kohderyhmä suunnittelemani tuotteita. Koen suunnittelemani tuotteiden kuitenkin sopivan Finnwearin brändiin ja olevan tarpeeksi kaupallisia sekä teollisesti tuotettavia.

Tietysti on hyvin mahdollista, että tuotteiden rakenteisiin tai yksityiskohtiin tulisi tuotettaessa muutoksia, jotta esimerkiksi valmistuskustannukset eivät nousisi liian korkeiksi. Minulla ei kuitenkaan vielä ole tietotaitoa siitä, minkä verran erilaisten yksityiskohtien tai rakenteiden valmistaminen teollisuudessa maksaa. Malliston suunnittelua varten minulla ei myöskään ollut asetettua budjettia, mutta pyrin tietysti huomioimaan mahdolliset valmistuskustannukset suunnittelussa niin, että turhat saumat ja yksityiskohtat jätettäisiin pois. Naisten tuotteissa monessa on kolme eri väri vaihtoehtoa ja on hyvin mahdollista, että mikäli tuotteet päätettäisiin valmistaa, niin yksi väreistä jätettäisiin pois budjettisyistä ainakin osasta tuotteita.

Opinnäytetyön mallisto suunniteltiin tietokoneavusteisesti Adobe Illustrator –ohjelmalla. Ohjelmaa käyttämällä malliston tuotteiden hahmottaminen ja erilaisten kokeilujen tekeminen helpottui ja nopeutui. Lisäksi näin heti sopivatko esimerkiksi tietyt värit yhteen tai miltä tietty kuosi näyttää suunnittelemani mallissa. Näin toimimalla ei ikävä kyllä jää niin helpolla materiaalia käyttökelvottomista kokeiluista, sillä huonoimpia kokeiluja harvemmin tulee tallennettua. Olen jonkin verran käyttänyt Adobe Illustrator ohjelmaa entuudestaan, joten suurin osa ohjelman työkaluista on minulle tuttuja. Silti huomasin, että suunnitellessani mallistoa opin koko ajan uusia asioita esimerkiksi painatusten valmistamiseen sekä huomasin työskentelyn nopeutuvan prosessin aikana.

Malliston suunnittelun tueksi minun oli tarkoitus tehdä havainnointia ja mahdollisesti haastatella eri vaateliikkeiden henkilökuntaa. Jätin loppujen lopuksi haastatteluosuuden kuitenkin pois. Tulin siihen tulokseen, että haastatteleamalla kohderyhmään kuulumattomia ihmisiä saisin haastateltavalta henkilökohtaisen mielipiteen siitä, kuinka hän kokee kohderyhmäni pukeutuvan. Tämä ei kuitenkaan välttämättä vastaa kohderyhmän mielipiteitä pukeutumisesta, joten koin parhaaksi jättää haastattelut pois työstäni. Mummon kammari olisi ollut sellainen paikka, minne olisi kannattanut yrittää sopia haastattelu-aika, mutta ajatus tuli mieleeni ikävä kyllä liian myöhään. Havainnointia huomasin tekeväni hieman vahingossakin aina, kun tapasin kohderyhmään kuuluvia henkilöitä. Havainnointi olisi ollut tosin hyödyllisempää ja helpompaa, jos olisi kesä, koska nyt ihmisillä on vielä paksusti ulkovaatteet yllä.

Haastattelut hylättyäni päätin keskittää aikani kohderyhmälle suunnattuun kyselyyn. Päädyin valmistamaan kyselyn tulostettavana lomakkeena kohderyhmäni koostuessa iäkkäämmistä ihmisistä. Alun perin suunnittelin

valmistamani kyselyn sähköisesti, mutta kohderyhmään suhteutettuna koin sen olevan huono vaihtoehto. Sähköinen kysely olisi rajannut kohderyhmää entisestään, sillä en koe suurimman osan kohderyhmästä osaavan käyttää tietokonetta tai ainakaan vastaavan sähköisiin kyselytutkimuksiin. Kyselyn valmistaminen oli yllättävän haasteellista, koska oli hyvin vaikea yrittää saada kysytyä kaikki tarvittava mahdollisimman lyhyesti. Lisäksi kysymyksiä ja vastausvaihtoehtoja miettiessä oli pyrittävä siihen, että vastaajat ymmärtäisivät myös, mitä kysymykset ja vastaukset tarkoittavat. Pyrin välttämään vaatetusalan ammattisanaston käyttöä liiaksi.

Teettämäni kysely herätti kiinnostusta etenkin naisvastaajissa, miesvastaajien määrä jäi hieman toivomaani pienemmäksi. Toisaalta, jos kysely olisi valmistunut aikaisemmin, olisi minulla voinut olla mahdollisuus saada enemmän vastauksia pitämällä kyselyä pidempään. Kyselyn tuloksia läpikäydessä ja analysoidessa mieleeni tuli muutamia asioita, joita olisi ollut hyvä myös kysyä kohderyhmältä. Esimerkiksi se, että kokeeko vastaaja ikäihmisille suunnitellun malliston tarpeelliseksi, olisi ollut hyvä kysyä, vaikkakin toisessa kysymyksessä tiedustelin sitä, että onko miellyttäviä tuotteita helppo löytää. Lisäksi minua jäi hieman harmittamaan, että en lisännyt avointa kommentointimahdollisuutta kyselylomakkeen loppuun. Olisin voinut saada rakentavaa palautetta niin kyselystäni kuin opinnäytetyön aiheestani sekä ehkä mielipiteitä siitä, millainen mallisto minun kannattaisi suunnitella. Olisi myös hyvin mielenkiintoista saada vastaajilta palautetta suunnittelemani mallistosta. On hyvin vaikea sanoa, olenko osunut oikeaan kaikkien valintojeni kanssa. Tietysti on myös aivan mahdotonta miellyttää kaikkia kohderyhmäläisiä, sillä kaikki eivät voi yksinkertaisesti pitää samoista asioista.

Lähdeaineistoa tutkiessani huomasin, kuinka tärkeää olisi, että ikäihmisille suunniteltu mallisto kaavoitettaisiin käyttämällä heille suunnattua mittataulukkoa. Vaikka opinnäytetyöhön ei kuulu malliston kaavoitus, koin tärkeäksi mainita joitakin asioita, jotka kannattaa huomioida kohderyhmälle suunnitellun malliston kaavoituksessa. Ikääntyvän vartalon muutokset on hyvä huomioida niin suunnittelussa kuin malliston kaavoituksessa, jotta pystyttäisiin vastaamaan mahdollisimman hyvin kohderyhmän toiveisiin ja tarpeisiin. Malliston jatkokehitystä ajatellen olisikin siis tärkeää, että suunnittelija ja mallimestari kävisivät yhdessä läpi näitä seikkoja.

Malliston jatkokehittelyä ajatellen uudelle tuoteperheelle olisi hyvä keksiä nimi. Nimen tulisi kuvastaa sitä, että malliston suunnittelussa ja kaavoituksessa on otettu huomioon ikääntyvän vartalon tarpeet, mutta hyvin hienovaraisesti. Työskennellessäni yrityksen myymälässä huomasin, että etenkin pienikokoisten naisten joukosta löytyy asiakkaita, jotka eivät kovin mielellään osta esimerkiksi plus-malliston tuotteita, vaikka tuote miellyttäisi ja olisi sopivan kokoinen. On siis markkinoinnillinen haaste kehittää tuoteperheelle nimi, joka on samalla kuvaava sekä ostohaluja herättävä. Lisäksi tuotteille pitäisi suunnitella pakkaukset ja riipukkeet, jotka sopisivat uudelle tuoteperheelle sekä Finnwearin brändiin.

Yhteistyö toimeksiantajan kanssa sujui hyvin ja oli oikein mielenkiintoinen kokemus saada suunnitella sille mallisto. Palautteen saaminen suun-

nittelemistani tuotteista ja kuoseista oli myös mielenkiintoista, sillä on mukava kuulla, kuinka on onnistunut vastaamaan kaupallisen vaateteollisuuden tarpeisiin. Ajankäyttö tuotti minulle ongelmia, sillä en saanut jaksoitettua opinnäytetyön kirjallisen osuuden tekemistä niin, kuin alun perin ajattelin. Huomasin välillä keskittyväni liiaksi vähemmän tärkeisiin asioihin, jotka veivät suuren osan ajastani.

Malliston suunnittelussa huomattavia ongelmia ei ollut, välillä hieman tietysti kyseenalaistin suunnitelmiani, mikä ehkä kuuluu osaksi luovaa prosessia. Malliston suunnittelu sekä naisille että miehille oli toisaalta myös hyvin työläs prosessi ja opinnäytetyötä varten olisi riittänyt varsin hyvin vain esimerkiksi naisille suunniteltu mallisto. Yhteistyö yrityksen kanssa toimiessa lisäsi hieman paineita opinnäytetyön tekoon, vaikka siihen ei ollut mitään syytä. Toivon, että yritykselle on hyötyä suunnittelemani mallistosta sekä opinnäytetyöstä. Kysymykseen, onnistuinko suunnittelemaan kohderyhmälleni sen toiveita ja tarpeita vastaavan malliston saisin lopullisen palautteen vasta, jos mallisto päätettäisiin valmistaa myyntiin. Tällöin malliston tuotteiden myynneistä saisi hyvin selville mahdollisen onnistumisen tai epäonnistumisen ja sen, mitkä tuotteet tai värivalinnat miellyttivät kuluttajia.

Teettämäni kyselyn tulosten perusteella voisin väittää, että kohderyhmälle suunnatulle mallistolle olisi kysyntää ja tarvetta. Vastausten perusteella etenkin kohderyhmän naiset kaipaisivat vaatemallistoa, jossa heidän tarpeensa otettaisiin paremmin huomioon. Vastanneet miehet tuntuivat olevan tyytyväisempiä markkinoiden tarjontaan. Uskon, että pienellä jatkokehittämisellä, oikeilla vaatteiden mitoituksilla, kaavoituksellisilla toimenpiteillä sekä markkinoinnilla kohderyhmälle suunnatusta mallistosta saataisiin hyvin myyvä uusi tuoteperhe yhteistyöyritykselle.

## LÄHTEET

### PAINETUT LÄHTEET

Hallman, A., Iltanen, S., Karkulahti, A., Kokkola, A. & Östergård, I. 1999. Tänään haluan näyttää hyvältä. Vaatetus ja vanheneminen. Helsinki: Nykypaino.

Iltanen, S. 2007. Minihameesta mummonmekkoon. Helsinki: Gummerus kirjapaino Oy.

Jyrinki, E. 1977. Kysely ja haastattelu tutkimuksessa. Helsinki: Oy Gaudemus Ab.

Kettunen, I. 2001. Muodon palapeli. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Mooij, M., Kortesmäki, T., Lammi, M., Lautamäki, S., Pekkala, J. & Sinkkonen, I. 2005. Kompassina asiakas. Näkemyksiä ja kokemuksia käyttäjälähtöisyydestä. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Renfrew, E. & Renfrew C. 2009. Developing a collection. Lausanne: AVA Publishing SA.

### SÄHKÖISET LÄHTEET

Nansogroup.com. Viitattu: 19.4.2013.  
<http://www.nansogroup.com>

### TIEDOKSIANNOT

Lukala, H. 2013. Pääsuunnittelija. Finnwear. Tapaaminen. 8.1.2013

Lukala, H. 2013. Pääsuunnittelija. Finnwear. Tapaaminen. 19.2.2013

Lukala, H. 2013. Pääsuunnittelija. Finnwear. Tapaaminen. 23.4.2013

KIRJALLISUUS

Dedera, D. 1990. Navajo Rugs. Flagstaff: Northland Publishing Co.

Hardy, A. 2003. Art Deco Textiles the French designers. London: Thames & Hudson Ltd.

Keinonen, T. & Jääskö, V. 2004. Tuotekonseptointi. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Korosec, C. & Piña, L. 1999. The synthetic '70s. Fabric of the Decade. Atglen: Schiffer Publishing Ltd.

Samuels, C. 2003. Art Deco Textiles. London: V&A Publications.

International Textile Report 1/2013 S/S 2014.

Textile View magazine issue 100

Textile View2 issue 13

Finnwear. Viitattu: 27.4.2013.  
<http://www.nansogroup.com/finnwear>

Nanso. Viitattu: 27.4.2013.  
<http://www.nanso.fi/>

Spring/Summer 2014 trend forecast  
<http://stylesight.com/>

## NAISTEN KYSELYLOMAKE

KYSELY PUKEUTUMISTOTTUMUKSISTA IKÄIHMISILLE	<b>NAISET</b>
---	---------------

Hei,

Olen muotoilun opiskelija Johanna Isotalo Hämeen ammattikorkeakoulusta. Tämän kyselyn tuloksia käytetään opinnäytetyönä valmistettavan ikäihmisten trikoovaatemalliston suunnittelun taustana. Opinnäytetyö valmistetaan yhteistyössä suomalaisen Nanso Group Oy:n Finnwear -tuotemerkin kanssa. **Kysely on tarkoitettu teetettäväksi yli 65 vuotta täyttäneillä vastaajilla.** Kyselyn tarkoituksena on selvittää ja tutkia kohderyhmän mielipiteitä vaateuksesta. Vastaaminen tapahtuu täysin anonyymisti.

Ystävällisesti kiittäen vastauksista,  
*Johanna Isotalo*

.....

1. SYNTYMÄVUOSI? \_\_\_\_\_

2. OSTATKO ITSE SUURIMMAN OSAN VAATTEISTASI?  KYLLÄ  EI

3. ONKO SINUN HELPPO LÖYTÄÄ ITSELLESI SOPIVIA JA MIELLYTTÄVIÄ VAATTEITA?  
 KYLLÄ  EI

4. MISTÄ OSTAT YLEENSÄ VAATTEESI? \_\_\_\_\_

5. RASTITA SEURAAVISTA VAIHTOEHDOSTA TILANTEET, JOISSA KÄYTÄT JOUSTAVIA TRIKOOVAATTEITA?  
(Voit valita useamman vaihtoehdon)

<input type="checkbox"/> KOTONA	<input type="checkbox"/> TÖISSÄ	<input type="checkbox"/> NUKKUESSA	<input type="checkbox"/> HARRASTUKSISSA
<input type="checkbox"/> VAPAA-AIKANA	<input type="checkbox"/> KAUPUNGILLA	<input type="checkbox"/> JUHLISSA	<input type="checkbox"/> KUNTOILLESSA
<input type="checkbox"/> EN KÄYTÄ	<input type="checkbox"/> JOKIN MUU, MIKÄ? _____		

6. MINKÄ VÄRISIÄ VAATTEITA KÄYTÄT KEVÄÄLLÄ JA KESÄLLÄ?  
(Voit valita useamman vaihtoehdon)

<input type="checkbox"/> VALKOINEN	<input type="checkbox"/> PUNAINEN	<input type="checkbox"/> KELTAINEN	<input type="checkbox"/> RUSKEA
<input type="checkbox"/> HARMAA	<input type="checkbox"/> SININEN	<input type="checkbox"/> VIHREÄ	<input type="checkbox"/> BEIGE
<input type="checkbox"/> MUSTA	<input type="checkbox"/> VIOLETTI	<input type="checkbox"/> ORANSSI	

7. RASTITA SEURAAVISTA VAIHTOEHDOSTA NE, JOISTA PIDÄT KESÄVAATTEISSA?  
(Voit valita useamman vaihtoehdon)

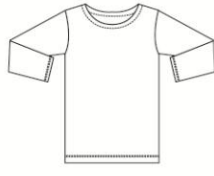
<input type="checkbox"/> YKSIVÄRINEN	<input type="checkbox"/> KUVIOLLINEN	<input type="checkbox"/> VÄRIKÄS	<input type="checkbox"/> MUSTAVALKOINEN
<input type="checkbox"/> PIENET KUVIOT	<input type="checkbox"/> ISOT KUVIOT	<input type="checkbox"/> HEMPEÄT VÄRIT	<input type="checkbox"/> KIRKKAAT VÄRIT
<input type="checkbox"/> TUMMAT VÄRIT	<input type="checkbox"/> PYSTYRAIDAT	<input type="checkbox"/> VAAKARAIDAT	<input type="checkbox"/> RUUDUT
<input type="checkbox"/> PALLOT	<input type="checkbox"/> KUKAT	<input type="checkbox"/> KOUKEROT	<input type="checkbox"/> ELÄINKUOSIT
<input type="checkbox"/> KUVIOLLINEN PAITA	<input type="checkbox"/> ABSTRAKTIT KUVIOT	<input type="checkbox"/> KASVIT	<input type="checkbox"/> KUVIOLLISET HOUSUT TAI HAME



8. NUMEROI SEURAAVAT PAIDAT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4= VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?



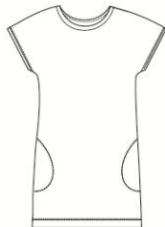
9. NUMEROI SEURAAVAT PAIDAT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4= VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?



10. NUMEROI SEURAAVAT JAKUT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4= VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?



11. NUMEROI SEURAAVAT TUNIKAT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4= VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?



12. NUMEROI SEURAAVAT HOUSUT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4= VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?



Shortsit



Caprit

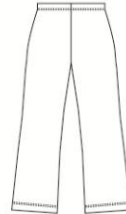
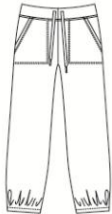


Caprit

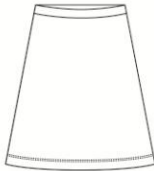


Pitkät legginsit

13. NUMEROI SEURAAVAT HOUSUT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4= VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?



14. NUMEROI SEURAAVAT HAMEET YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4= VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?



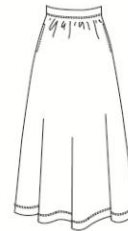
Polvipituus



Pohjepituus



Pohjepituus



Nilkkapituus

15. NUMEROI SEURAAVAT MEKOT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4= VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?



16. RASTITA SEURAAVISTA VAIHTOEHDOISTA NE, JOIDEN VÄRISIÄ VAATTEITA VOISIT KÄYTTÄÄ KEVÄÄLLÄ JA KESÄLLÄ? (Voit valita useamman vaihtoehdon)



17. MISTÄ SEURAAVISTA VAATTEEN SULKEMIS VAIHTOEHDOISTA PIDÄT?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

- |                                    |                                   |                                     |  |
|------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> VETOKETJU | <input type="checkbox"/> NEPPARIT | <input type="checkbox"/> ISOT NAPIT | <input type="checkbox"/> PIENET NAPIT          |
| <input type="checkbox"/> HAKASET   | <input type="checkbox"/> NYÖRIT   | <input type="checkbox"/> VYÖ        | <input type="checkbox"/> AVOIN, EI KIINNITYSTÄ |

18. ONKO NYKYVAATTEET MIELESTÄSI...? (Valitse seuraavista vaihtoehdoista mielestäsi paikkaansa pitävät väittämät)

- |  |   |   |  |
|--|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> LAADUKKAITA   | <input type="checkbox"/> HUONOLAATUISIA           | <input type="checkbox"/> KESTÄVIÄ               | <input type="checkbox"/> KALLIITA          |
| <input type="checkbox"/> EDULLISIA     | <input type="checkbox"/> SOPIVAN HINTAISIA        | <input type="checkbox"/> KAUNIITA               | <input type="checkbox"/> RUMIA             |
| <input type="checkbox"/> LIIAN KIREITÄ | <input type="checkbox"/> LIIAN VÄLJIÄ             | <input type="checkbox"/> HYVIN ISTUVIA          | <input type="checkbox"/> SOPIVAN VÄLJIÄ    |
| <input type="checkbox"/> KOTIMAISIA    | <input type="checkbox"/> ULKOMAILLA VALMISTETTUJA | <input type="checkbox"/> LIIAN NUOREK-<br>KAITA | <input type="checkbox"/> LIIAN PALJASTAVIA |

## MIESTEN KYSELYLOMAKE

KYSELY PUKEUTUMISTOTTUMUKSISTA IKÄIHMISILLE	MIEHET
Hei,	
<p>Olen muotoilun opiskelija Johanna Isotalo Hämeen ammattikorkeakoulusta. Tämän kyselyn tuloksia käytetään opinnäytetyönä valmistettavan ikäihmisten trikoovaatemalliston suunnittelun taustana. Opinnäytetyö valmistetaan yhteistyössä suomalaisen Nanso Group Oy:n Finnwear -tuotemerkin kanssa. <b>Kysely on tarkoitettu teetettäväksi yli 65 vuotta täyttäneillä vastaajilla.</b> Kyselyn tarkoituksena on selvittää ja tutkia kohderyhmän mielipiteitä vaatetuksesta. Vastaaminen tapahtuu täysin anonyymisti.</p>	
Ystävällisesti kiittäen vastauksista, <i>Johanna Isotalo</i>	
.....	
1. SYNTYMÄVUOSI? _____	
2. OSTATKO ITSE SUURIMMAN OSAN VAATTEISTASI? <input type="checkbox"/> KYLLÄ <input type="checkbox"/> EI	
3. ONKO SINUN HELPPO LÖYTÄÄ ITSELLESI SOPIVIA JA MIELLYTTÄVIÄ VAATTEITA? <input type="checkbox"/> KYLLÄ <input type="checkbox"/> EI	
4. MISTÄ OSTAT YLEENSÄ VAATTEESI? _____	
5. RASTITA SEURAAVISTA VAIHTOEHDOSTA TILANTEET, JOISSA KÄYTÄT JOUSTAVIA TRIKOOVAATTEITA? (Voit valita useamman vaihtoehdon)	
<input type="checkbox"/> KOTONA <input type="checkbox"/> TÖISSÄ <input type="checkbox"/> NUKKUESSA <input type="checkbox"/> HARRASTUKSISSA	
<input type="checkbox"/> VAPAA-AIKANA <input type="checkbox"/> KAUPUNGILLA <input type="checkbox"/> JUHLISSA <input type="checkbox"/> KUNTOILLESSA	
<input type="checkbox"/> EN KÄYTÄ <input type="checkbox"/> JOKIN MUU, MIKÄ? _____	
6. MINKÄ VÄRISIÄ VAATTEITA KÄYTÄT KEVÄÄLLÄ JA KESÄLLÄ? (Voit valita useamman vaihtoehdon)	
<input type="checkbox"/> VALKOINEN <input type="checkbox"/> PUNAINEN <input type="checkbox"/> KELTAINEN <input type="checkbox"/> RUSKEA	
<input type="checkbox"/> HARMAA <input type="checkbox"/> SININEN <input type="checkbox"/> VIHREÄ <input type="checkbox"/> BEIGE	
<input type="checkbox"/> MUSTA <input type="checkbox"/> VIOLETTI <input type="checkbox"/> ORANSSI	
7. RASTITA SEURAAVISTA VAIHTOEHDOSTA NE, JOISTA PIDÄT KESÄVAATTEISSA? (Voit valita useamman vaihtoehdon)	
<input type="checkbox"/> YKSIVÄRINEN <input type="checkbox"/> KUVIOLLINEN <input type="checkbox"/> VÄRIKÄS <input type="checkbox"/> MUSTAVALKOINEN	
<input type="checkbox"/> PIENET KUVIOT <input type="checkbox"/> ISOT KUVIOT <input type="checkbox"/> HEMPEÄT VÄRIT <input type="checkbox"/> KIRKKAAT VÄRIT	
<input type="checkbox"/> TUMMAT VÄRIT <input type="checkbox"/> PYSTYRAIDAT <input type="checkbox"/> VAAKARAIDAT <input type="checkbox"/> RUUDUT	
<input type="checkbox"/> PALLOT <input type="checkbox"/> KUKAT <input type="checkbox"/> KOUKEROT <input type="checkbox"/> ELÄINKUOSIT	
<input type="checkbox"/> KUVIOLLINEN PAITA <input type="checkbox"/> ABSTRAKTIT KUVIOT <input type="checkbox"/> KASVIT <input type="checkbox"/> KUVIOLLISET HOUSUT	

8. NUMEROI SEURAAVAT PAIDAT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4= VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?



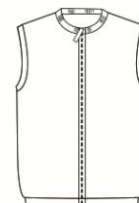
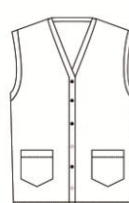
9. NUMEROI SEURAAVAT PAIDAT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4= VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?



10. NUMEROI SEURAAVAT PAIDAT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4= VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?



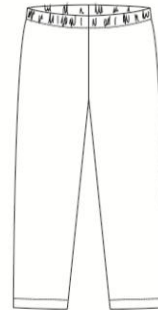
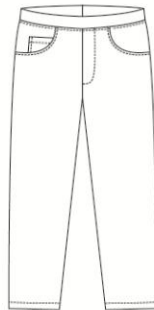
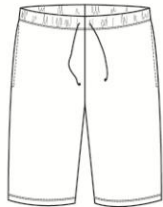
11. NUMEROI SEURAAVAT LIIVIT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4= VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?



12. NUMEROI SEURAAVAT PAIDAT YHDESTÄ VIIITEEN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 5= VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?



13. NUMEROI SEURAAVAT HOUSUT YHDESTÄ VIIITEEN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 5= VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?



14. RASTITA SEURAAVISTA VAIHTOEHDOISTA NE, JOIDEN VÄRISIÄ VAATTEITA VOISIT KÄYTTÄÄ KEVÄÄLLÄ JA KESÄLLÄ? (Voit valita useamman vaihtoehdon)



15. MISTÄ SEURAAVISTA VAATTEEN SULKEMIS VAIHTOEHDOISTA PIDÄT?

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

- |                                    |                                   |                                     |  |
|------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> VETOKETJU | <input type="checkbox"/> NEPPARIT | <input type="checkbox"/> ISOT NAPIT | <input type="checkbox"/> PIENET NAPIT          |
| <input type="checkbox"/> HAKASET   | <input type="checkbox"/> NYÖRIT   | <input type="checkbox"/> VYÖ        | <input type="checkbox"/> AVOIN, EI KIINNITYSTÄ |

16. ONKO NYKYVAATTEET MIELESTÄSI...? (Valitse seuraavista vaihtoehdoista mielestäsi paikkaansa pitävät väittämät)

- |  |   |   |  |
|--|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> LAADUKKAITA   | <input type="checkbox"/> HUONOLAATUISIA           | <input type="checkbox"/> KESTÄVIÄ               | <input type="checkbox"/> KALLIITA          |
| <input type="checkbox"/> EDULLISIA     | <input type="checkbox"/> SOPIVAN HINTAISIA        | <input type="checkbox"/> KAUNIITA               | <input type="checkbox"/> RUMIA             |
| <input type="checkbox"/> LIIAN KIREITÄ | <input type="checkbox"/> LIIAN VÄLJIÄ             | <input type="checkbox"/> HYVIN ISTUVIA          | <input type="checkbox"/> SOPIVAN VÄLJIÄ    |
| <input type="checkbox"/> KOTIMAISIA    | <input type="checkbox"/> ULKOMAILLA VALMISTETTUJA | <input type="checkbox"/> LIIAN NUOREK-<br>KAITA | <input type="checkbox"/> LIIAN PALJASTAVIA |

## NAISTEN KYSELYN VASTAUKSET KYSYMYKSITTÄIN

1. SYNTYMÄVUOSI?									
1921	1923	1925	1926	1927	1928	1929			
1	1	1	3	1	1	2			
1930	1931	1932	1933	1934	1935	1936	1937	1938	1939
4	2	4	7	6	5	3	8	7	6
1940	1941	1942	1943	1944	1945	1946	1947	1948	1949
10	10	7	10	11	14	8	13	6	3
1952	EI KERRO								
1	1								

2. OSTATKO ITSE SUURIMMAN OSAN VAATTEISTASI?	
KYLLÄ	EI
151	4

3. ONKO SINUN HELPPO LÖYTÄÄ ITSELLESI SOPIVIA JA MIELLYTTÄVIÄ VAATTEITA?	
KYLLÄ	EI
69	84

4. MISTÄ OSTAT YLEENSÄ VAATTEESI?						
HEIKKILÄ	SOKOS	MUOTI-SISKO	ERIKOISLIIKE	NETTI	MISTÄ MILLOINKIN	KOTIKAUPUNGISTA
3	20	2	12	2	14	1
HELSINGISTÄ	TAMPE-REELTA	HÄMEEN-LINNASTA	NUORISOPUODIT	URHEILULIIKKEET	EI MITÄÄN ERITYISTÄ LIKETTÄ	HALPAHALLI
2	1	2	2	3	2	2
ULKOMAILTA	SOK LIIKKEET	VALINTATALO	VAPAA VALINTA	TEHTAAN-MYYMÄLÖISTÄ	TUKKULIIKKEIDEN FASHION MYYNTI OULUNKYLÄ	PUKULIIKKEET
3	1	1	2	2	1	1
KÄSITYÖ-LÄISILTÄ	NANSO	OUTLET	SUOMESTA	TAVARATALOISTA	MUOTITALO-MAIJA	KEKÄLE
1	10	1	1	21	1	4
PRISMA	STOCKMANN	MODA	BOUTIQUE	VOGLIA	MISTÄ EDULLISESTI LÖYTYY	HALONEN
4	9	2	1	1	1	4
KAPPAHL	LEENA	MARKETEISTA	LORELLA	AINO	VAATEKETJUT	KOSKIKESKUS
3	1	5	8	1	1	2
TOKMANN	ANTTILA	ADIATO	UFF	KONTTI	PELASTUSARMEIJA	POSTIMYYNNISTÄ
1	3	1	3	1	1	5
KLINGEL	FIDA	KIRPPUTORIT	ALAN LIIKKEET	NAISTEN VAATELIIKKEET	MONENLAISISTA KAUPOISTA	JOKINEN
1	1	13	11	7	3	2
TARJOUKSISTA	LAAKSO	HEIKKILÄ	KAUPOISTA	HILDEN	NIEMINEN	PUTIKEISTA
1	2	3	1	2	2	6
MARIMEKKO	ADATTO	ATELJEE GOLDENER SCHNITT	CELLBES	CITYMARKET	JOS JOSTAIN LÖYTYY SOPIVIA	MISSÄ ON HYVÄNNÄKÖSIÄ TUOTTEITA
2	1	2	1	1	1	1
EARTH CENTER	LINDEX					
1	1					



5. RASTITTA SEURAAVISTA VAIHTOEHDOSTA TILANTEET, JOISSA KÄYTÄT JOUSTAVIA TRIKOOVAATTEITA?

KOTONA	TÖISSÄ	NUKKUESSA	HARRASTUKSISSA
151	8	109	84
VAPAA-AIKANA	KAUPUNGILLA	JUHLISSA	KUNTOILLESSA
126	30	11	92
EN KÄYTÄ	JOKIN MUU, MIKÄ?		
2	2		

6. MINKÄ VÄRISIÄ VAATTEITA KÄYTÄT KEVÄÄLLÄ JA KESÄLLÄ?

VALKOINEN	PUNAINEN	KELTAINEN	RUSKEA
99	94	53	24
HARMAA	SININEN	VIHREÄ	BEIGE
18	81	56	55
MUSTA	VIOLETTI	ORANSSI	
64	36	26	

7. RASTITTA SEURAAVISTA VAIHTOEHDOSTA NE, JOISTA PIDÄT KESÄVAATTEISSA?

YKSIVÄRINEN	KUVIOLLINEN	VÄRIKÄS	MUSTAVALKOINEN
111	27	38	66
PIENET KUVIOT	ISOT KUVIOT	HEMPEÄT VÄRIT	KIRKKAAT VÄRIT
75	3	34	43
TUMMAT VÄRIT	PYSTYRAIDAT	VAAKARAI DAT	RUUDUT
17	21	22	15
PALLOT	KUKAT	KOUKEROT	ELÄINKUOSIT
19	30	9	9
KUVIOLLINEN PAITA	ABSTRAKTIT KUVIOT	KASVIT	KUVIOLLISET HOUSUT TAI HAME
11	22	6	6

8. NUMEROI SEURAAVAT PAIDAT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4=VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?

A	B	C	D
1	16	1	27
2	16	2	36
3	24	3	58
4	80	4	11
VAST/HLÖ:	136	132	141
PISTEET:	432	311	256

9. NUMEROI SEURAAVAT PAIDAT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4=VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?

A	B	C	D
1	48	1	36
2	19	2	47
3	32	3	34
4	39	4	13
VAST/HLÖ:	138	130	138
PISTEET:	332	280	447

10. NUMEROI SEURAAVAT JAKUT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4=VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?							
A		B		C		D	
1	34	1	62	1	17	1	35
2	28	2	38	2	20	2	41
3	42	3	34	3	12	3	34
4	28	4	3	4	89	4	22
VAST/HLÖ	132		137		138		132
PISTEET:	326		246		443		301

11. NUMEROI SEURAAVAT TUNIKAT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4=VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?							
A		B		C		D	
1	23	1	44	1	43	1	40
2	26	2	35	2	39	2	28
3	23	3	22	3	37	3	36
4	67	4	31	4	16	4	32
VAST/HLÖ	137		132		135		136
PISTEET:	406		297		293		328

12. NUMEROI SEURAAVAT HOUSUT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4=VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?							
A		B		C		D	
1	12	1	37	1	64	1	27
2	23	2	39	2	34	2	19
3	26	3	38	3	23	3	32
4	64	4	11	4	9	4	53
VAST/HLÖ	125		125		130		131
PISTEET:	386		267		234		368

13. NUMEROI SEURAAVAT HOUSUT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4=VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?							
A		B		C		D	
1	16	1	46	1	65	1	14
2	35	2	27	2	45	2	15
3	41	3	36	3	20	3	20
4	33	4	25	4	1	4	77
VAST/HLÖ	125		134		131		126
PISTEET:	337		301		217		405

14. NUMEROI SEURAAVAT HAMEET YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4=VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?							
A		B		C		D	
1	48	1	28	1	26	1	36
2	19	2	23	2	40	2	33
3	27	3	31	3	35	3	20
4	31	4	44	4	22	4	37
VAST/HLÖ	125		126		123		126
PISTEET:	289		337		293		304

15. NUMEROI SEURAAVAT MEKOT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4=VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?

	A	B	C	D
1	39	1	37	1
2	34	2	29	2
3	28	3	20	3
4	30	4	40	4
vast/hlö	131		126	130
Pisteet:	306		307	299

16. RASTITA SEURAAVISTA VAIHTOEHDOSTA NE, JOIDEN VÄRISIÄ VAAKTEITA VOISIT KÄYTTÄÄ KEVÄÄLLÄ JA KESÄLLÄ?



17. MISTÄ SEURAAVISTA VAAKTEEN SULKEMIS VAIHTOEHDOSTA PIDÄT?

VETOKETJU	NEPPARIT	ISOT NAPIT	PIENET NAPIT
131	48	38	61
HAKASET	NYÖRIT	VYÖ	AVOIN, EI KIINNITYSTÄ
10	13	19	55

18. ONKO NYKYVAATTEET MIELESTÄSI...?

LAADUKKAITA	HUONOLAATUISIA	KESTÄVIÄ	KALLIITA
58	36	34	57
EDULLISIA	SOPIVANHINTAISIA	KAUNIITA	RUMIA
20	37	34	25
LIIAN KIREITÄ	LIIAN VÄLJIÄ	HYVIN ISTUVIA	SOPIVAN VÄLJIÄ
51	0	25	34
KOTIMAISIA	ULKOMAILLA VALMISTETTUJA	LIIAN NUOREKKAITA	LIIAN PALJASTAVIA
35	68	39	50

## MIESTEN KYSELYN VASTAUKSET KYSYMYKSITTÄIN

1. SYNTYMÄVUOSI?						
1927						
1						
1931	1933	1934	1937	1938	1939	
1	2	1	2	2	2	
1941	1942	1943	1944	1945	1946	1947
4	1	3	2	1	4	5
1953						
1						

2. OSTATKO ITSE SUURIMMAN OSAN VAATTEISTASI?	
KYLLÄ	EI
28	4

3. ONKO SINUN HELPPO LÖYTÄÄ ITSELLESI SOPIVIA JA MIELLYTTÄVIÄ VAATTEITA?	
KYLLÄ	EI
21	10

4. MISTÄ OSTAT YLEENSÄ VAATTEESI?				
ALENNUS-MYYNIT	ULKOMAILTA	TAVARATALO	VALIOMIES	?
2	2	6	1	1
PUKUMYYMÄLÄ	VAATE-LIIKKEET	DRESSMAN	HALONEN	ERI KAUPOISTA
2	3	2	1	2
MISTÄ MILLOINKIN	NANSO	KEKÄLE	MARKETISTA	PIENKAUPOISTA
2	1	1	2	1
ERIKOISLIIKKEET	VAIMO OSTAA	KIRPPUTORI	ESPANIASTA	KAUPASTA
2	1	1	1	1
LUHTASELTA LAHDESTA	KOISO OY	HALPAHALLI	HML PUKIMOT	
1	2	1	1	

5. RASTITA SEURAAVISTA VAIHTOEHDOSTA TILANTEET, JOISSA KÄYTÄT JOUSTAVIA TRIKOOVAATTEITA?			
KOTONA	TÖISSÄ	NUKKUESSA	HARRASTUKSISSA
27	0	17	13
VAPAA-AIKANA	KAUPUNGILLA	JUHLISSA	KUNTOILLESSA
20	2	0	15
EN KÄYTÄ	JOKIN MUU, MIKÄ?		
2	0		

6. MINKÄ VÄRISIÄ VAATTEITA KÄYTÄT KEVÄÄLLÄ JA KESÄLLÄ?

VALKOINEN	PUNAINEN	KELTAINEN	RUSKEA
16	5	4	9
HARMAA	SININEN	VIHREÄ	BEIGE
14	20	7	11
MUSTA	VIOLETTI	ORANSSI	
16	0	0	

7. RASTITA SEURAAVISTA VAIHTOEHDOSTA NE, JOISTA PIDÄT KESÄVAATTEISSA?

YKSIVÄRINEN	KUVIOLLINEN	VÄRIKÄS	MUSTAVALKOINEN
24	3	4	2
PIENET KUVIOT	ISOT KUVIOT	HEMPEÄT VÄRIT	KIRKKAAT VÄRIT
7	3	3	5
TUMMAT VÄRIT	PYSTYRAIDAT	VAAKARAI DAT	RUUDUT
4	7	3	3
PALLOT	KUKAT	KOUKEROT	ELÄINKUOSIT
0	0	0	4
KUVIOLLINEN PAITA	ABSTRAKTIT KUVIOT	KASVIT	KUVIOLLISET HOUSUT
4	1	2	1

8. NUMEROI SEURAAVAT PAIDAT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4=VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?

A	B	C	D				
1	3	1	5	1	12	1	10
2	4	2	4	2	12	2	6
3	2	3	14	3	5	3	6
4	20	4	4	4	1	4	5
VAST/HLÖ	29		27		30		27
PISTEET:	97		71		55		60

9. NUMEROI SEURAAVAT PAIDAT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4=VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?

A	B	C	D				
1	4	1	4	1	13	1	7
2	6	2	5	2	8	2	9
3	3	3	13	3	3	3	7
4	16	4	6	4	4	4	5
VAST/HLÖ	29		28		28		28
PISTEET:	89		77		54		66

10. NUMEROI SEURAAVAT PAIDAT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4=VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?

A	B	C	D				
1	6	1	2	1	2	1	19
2	2	2	9	2	12	2	3
3	6	3	10	3	7	3	3
4	14	4	5	4	4	4	4
VAST/HLÖ	28		26		25		29
PISTEET:	84		70		63		50

11. NUMEROI SEURAAVAT LIIVIT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4=VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?

	A	B	C	D			
1	3	1	9	1	15	1	3
2	1	2	8	2	6	2	12
3	6	3	10	3	2	3	9
4	20	4	1	4	5	4	3
vast/hlö	30		28		28		27
pisteet:	103		59		53		66

12. NUMEROI SEURAAVAT PAIDAT YHDESTÄ VIIITEEN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 5=VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?

	A	B	C	D	E				
1	4	1	6	1	4	1	11	1	5
2	6	2	4	2	2	2	9	2	6
3	6	3	5	3	5	3	3	3	7
4	9	4	8	4	3	4	4	4	1
5	2	5	3	5	13	5	0	5	8
vast/hlö	27		26		27		27		27
Pisteet:	80		76		100		54		82

13. NUMEROI SEURAAVAT HOUSUT YHDESTÄ NELJÄÄN NIIN, ETTÄ 1=ENITEN MIELLYTTÄVÄ JA 4=VÄHITEN MIELLYTTÄVÄ KESÄLLÄ?

	A	B	C	D	E				
1	4	1	16	1	2	1	0	1	5
2	5	2	7	2	8	2	4	2	3
3	5	3	3	3	4	3	9	3	5
4	7	4	0	4	9	4	3	4	6
5	5	5	2	5	3	5	11	5	6
VAST/HLÖ	26		28		26		27		25
PISTEET:	82		49		81		102		80

14. RASTITA SEURAAVISTA VAIHTOEHDOSTA NE, JOIDEN VÄRISIÄ VAATTEITA VOISIT KÄYTTÄÄ KEVÄÄLLÄ JA KESÄLLÄ?



17. MISTÄ SEURAAVISTA VAATTEEN SULKEMIS VAIHTOEHDOISTA PIDÄT?				
VETOKETJU	NEPPARIT	ISOT NAPIT	PIENET NAPIT	
27	4	8	7	
HAKASET	NYÖRIT	VYÖ	AVOIN, EI KIINNITYSTÄ	
1	3	14	3	

18. ONKO NYKYVAATTEET MIELESTÄSI...?				
LAADUKKAITA	HUONOLAATUISIA	KESTÄVIÄ	KALLIITA	
18	5	13	7	
EDULLISIA	SOPIVANHINTAISIA	KAUNIITA	RUMIA	
5	14	2	2	
LIIAN KIREITÄ	LIIAN VÄLJIÄ	HYVIN ISTUVIA	SOPIVAN VÄLJIÄ	
5	0	8	9	
KOTIMAISIA	ULKOMAILLA VALMISTETTUJA	LIIAN NUOREKKAITA	LIIAN PALJASTAVIA	
15	13	3	2	

TOIMITUSVIIKOLLE 5 EHDOTETTU RAITAKUOSI

NAISET TOIMITUSVIIKKO 5  
T-PAITAAAN JA TUNIKAAN EHDOTETTU KUOSI





TOIMITUSVIIKOLLE 5 EHDOTETTU KUKKAPAINATUS

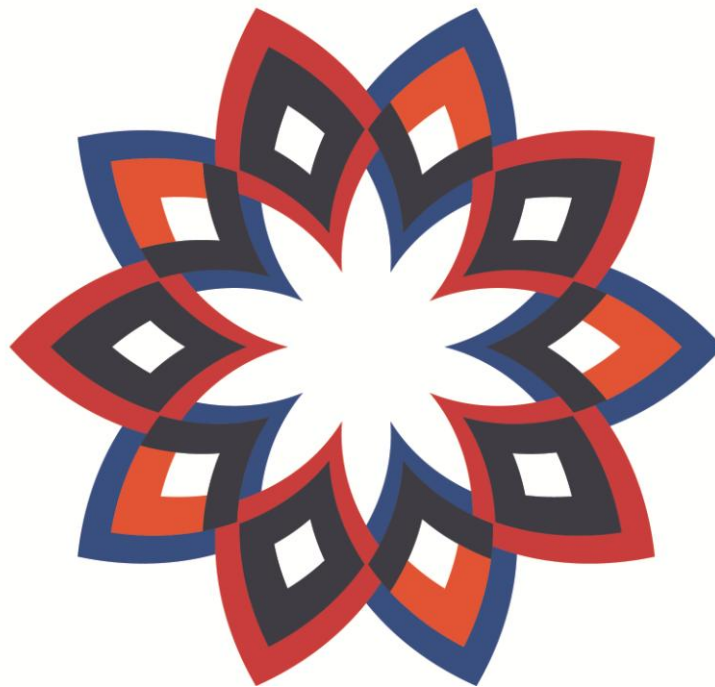
NAISET TOIMITUSVIIKKO 5  
KUKKAPAINATUS EHDOTELMA

19-4025

17-1664

17-1456

16-4535

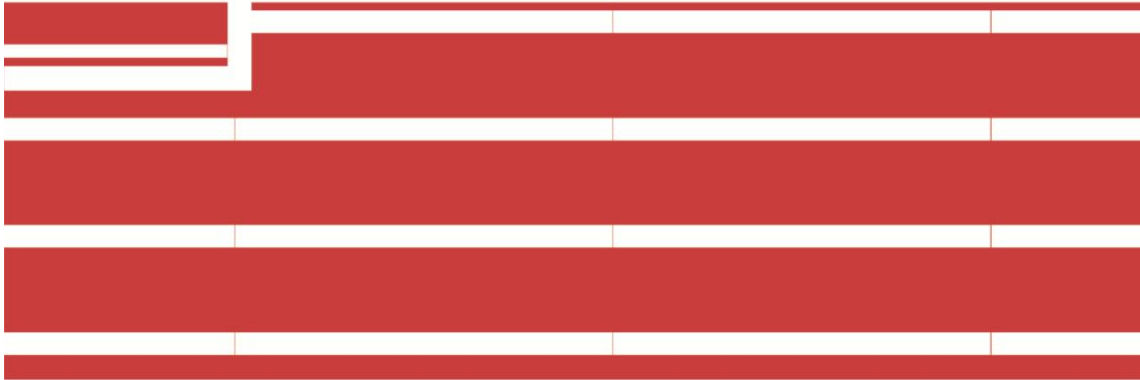


TRIO-RAITAKUOSI

NAISET TOIMITUSVIIKKO 5  
TRIO-KUOSI VALITUT VÄRIT

17-1664

11-0701



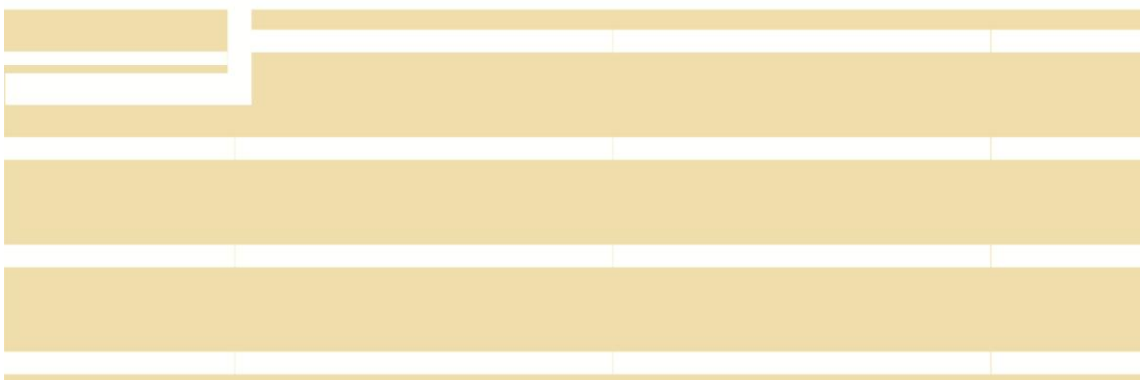
19-4025

11-0701



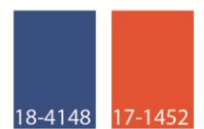
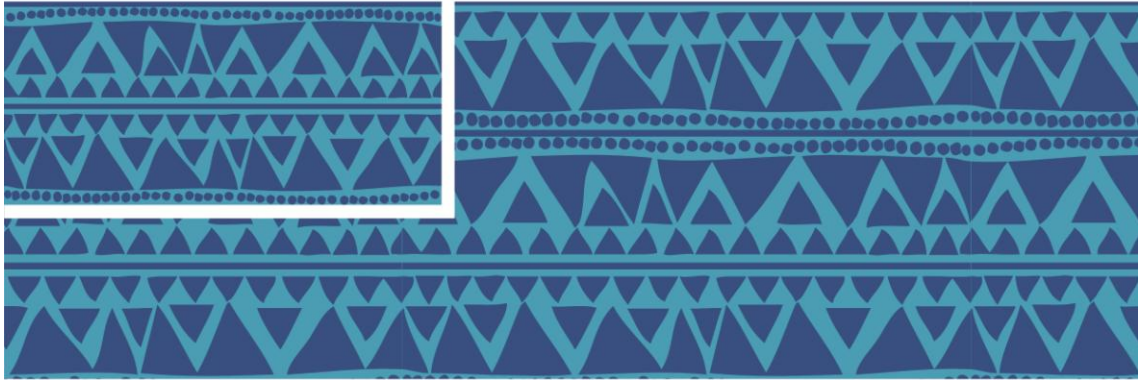
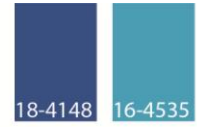
13-1008

11-0701



NAVAJO-KUOSI

NAISET TOIMITUSVIIKKO 12  
NAVAJO-KUOSI VALITUT VÄRIT



NAVA-PAINATUS

NAISET TOIMITUSVIIKKO 12  
NAVA-PAINATUS RAPORTTI\*

11-0701



\*Huom, Esitysteknisistä syistä raportti esitetty mustana.

ORKIDEA-MEKON ALKUPERÄINEN PAINATUS

NAISET TOIMITUSVIIKKO 19  
ORKIDEA-MEKON ALKUPERÄINEN PAINATUS\*

11-0701

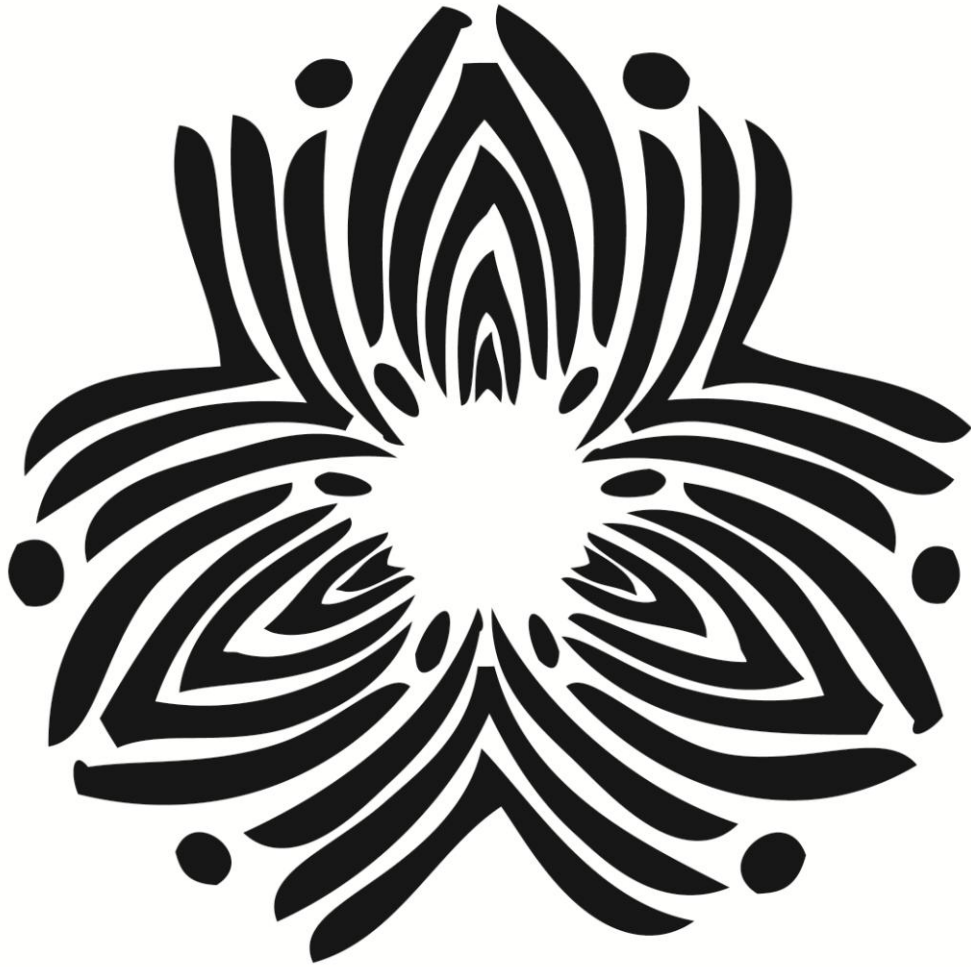


\*Huom, Esitysteknisistä syistä painatus esitetty mustana.

ORKIDEA-TOPIN PAINATUS

NAISET TOIMITUSVIIKKO 19  
ORKIDEA-TOPIN PAINATUS\*

11-0701



\*Huom, Esitysteknisistä syistä painatus esitetty mustana.

ORKIDEA-MEKON LOPULLINEN PAINATUS

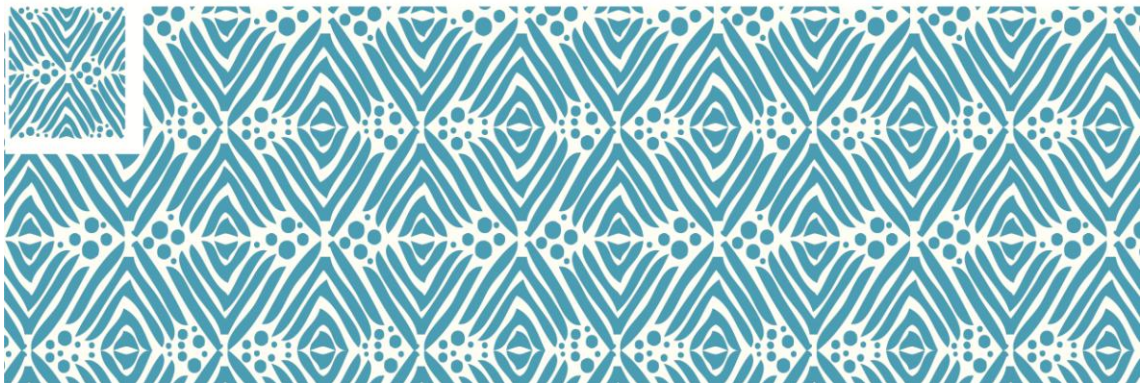
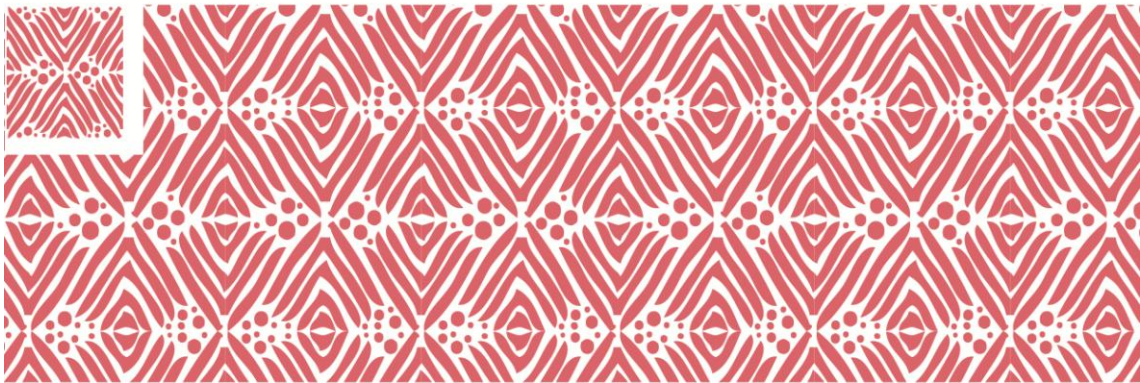
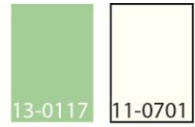
NAISET TOIMITUSVIIKKO 19  
ORKIDEA-MEKON LOPULLINEN PAINATUS\*



\*Huom, Esitysteknisistä syistä painatus esitetty mustana.

OLIVIA-TUNIKAN KUOSI

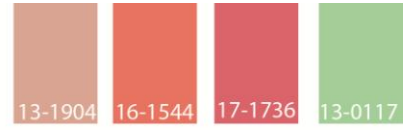
NAISET TOIMITUSVIIKKO 19  
OLIVIA-TUNIKAN KUOSIN VALITUT VÄRIT



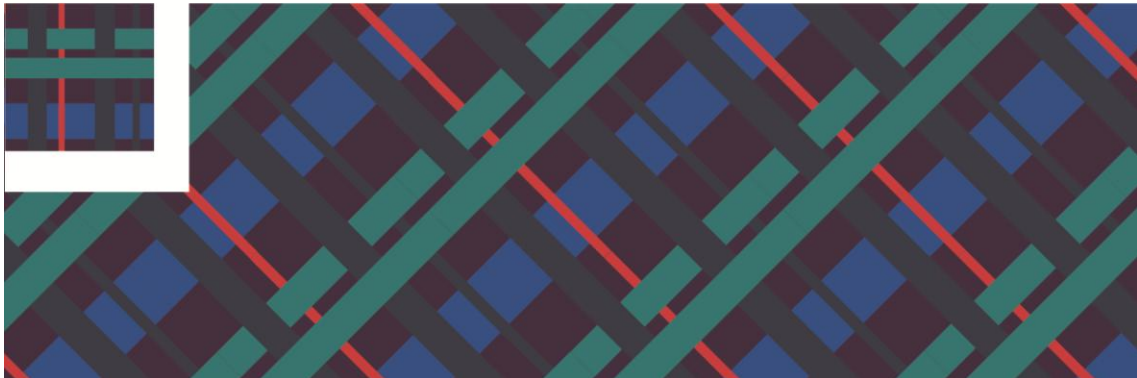
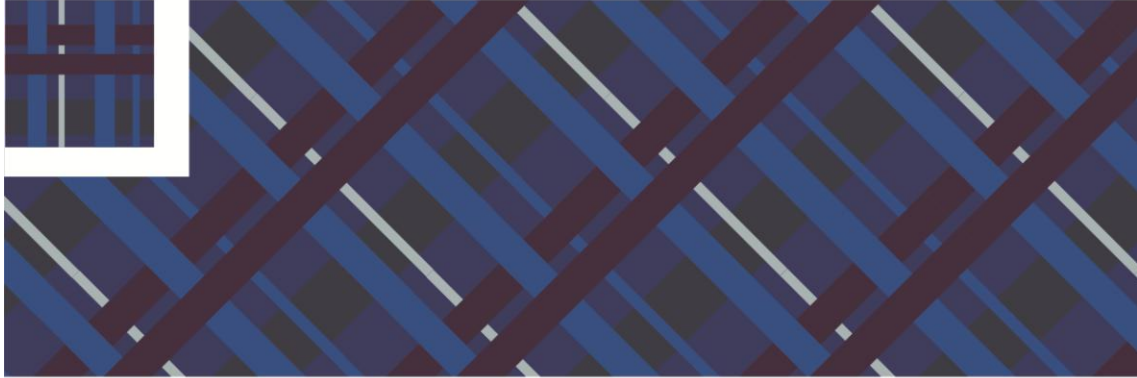


TOIMITUSVIIKOLLE 19 SUUNNITELTU PAINATUS

NAISET TOIMITUSVIIKKO 19  
T-PAITA PAINATUS EHDOTUS

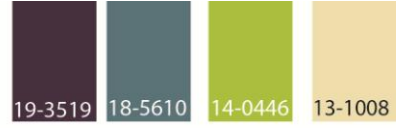


KARL-PAIDAN VINORUUTUKUOSI

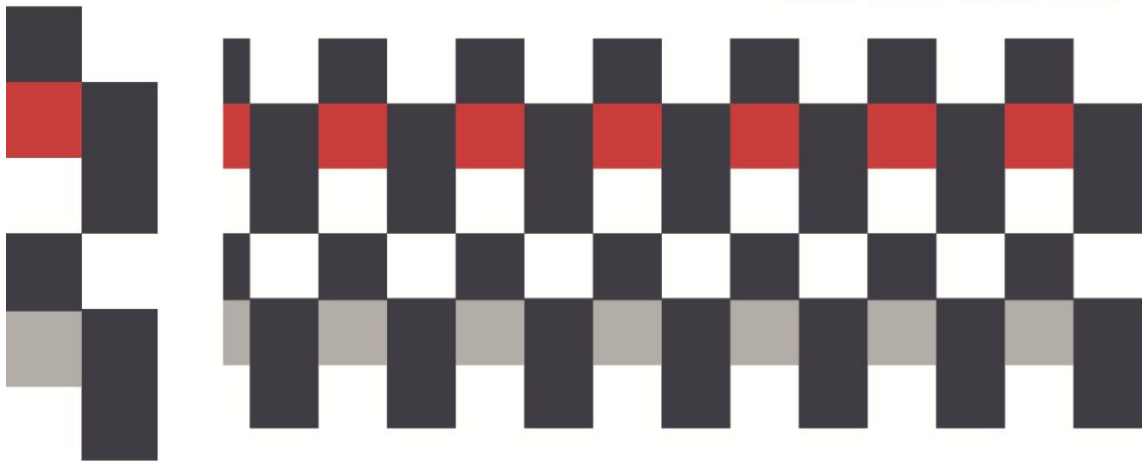
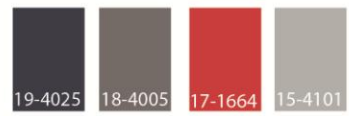
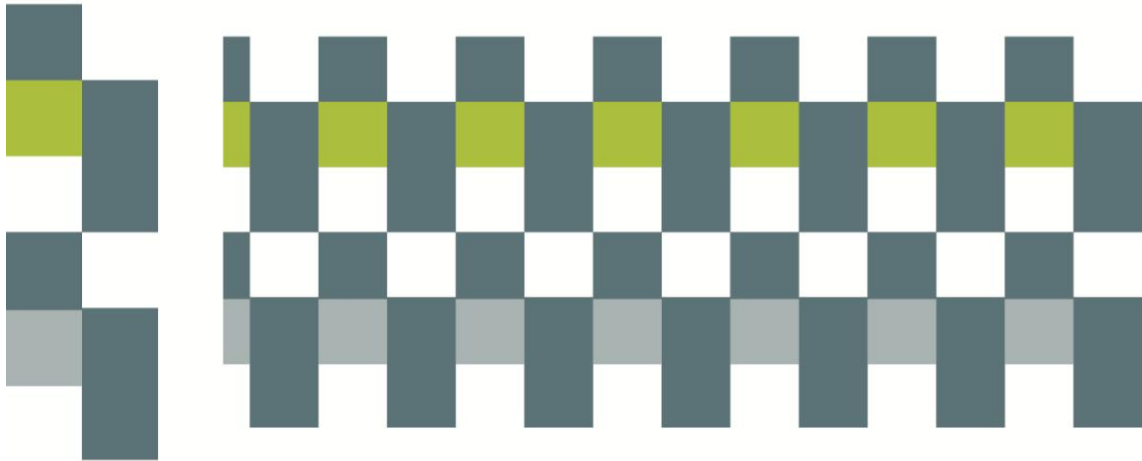


TOIMITUSVUOKON 12 LIIVIIN EHDOTETTU PAINATUS

MIEHET TOIMITUSVUOKKO 12  
LIIVIIN EHDOTETTU PAINATUS RAPORTTI

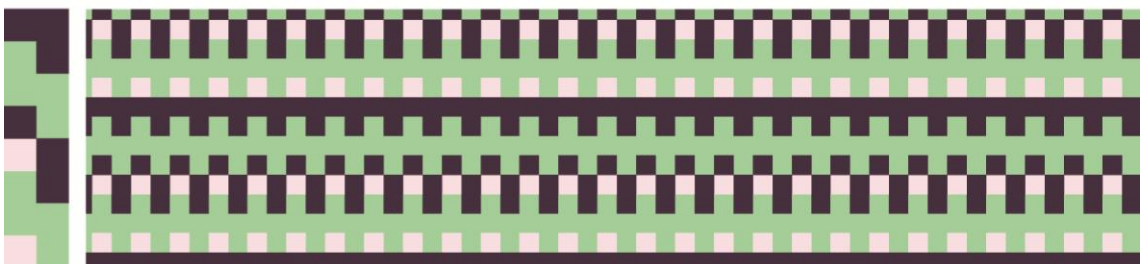
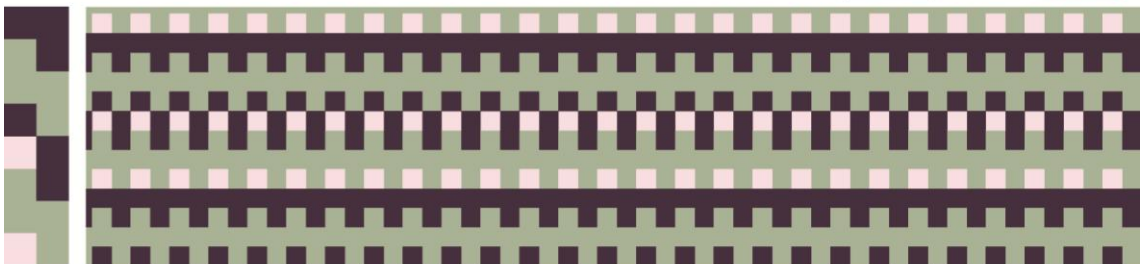
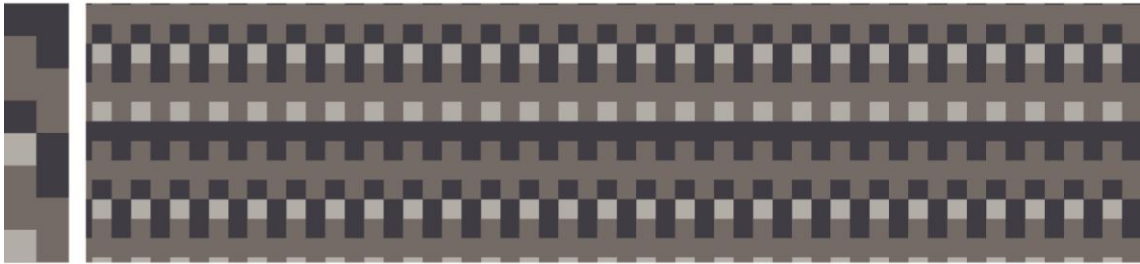


PATRICK-LIIVIIN VALITTU PAINATUS



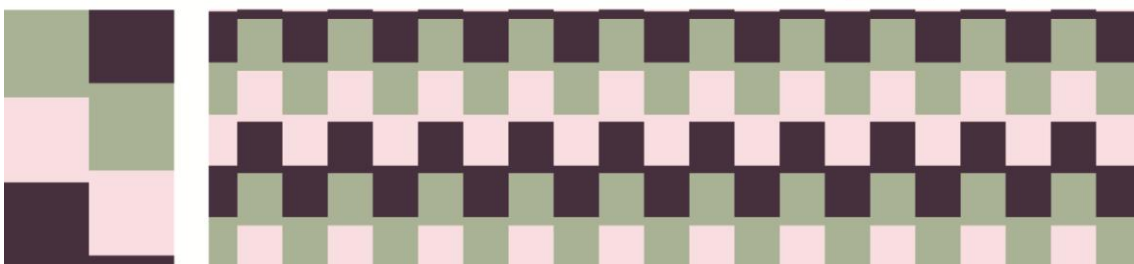
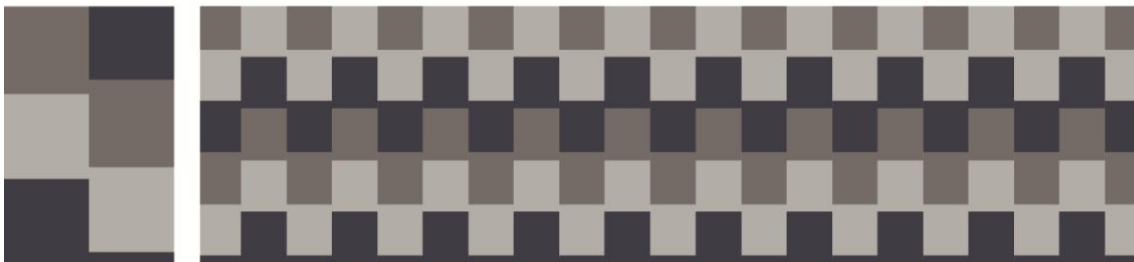
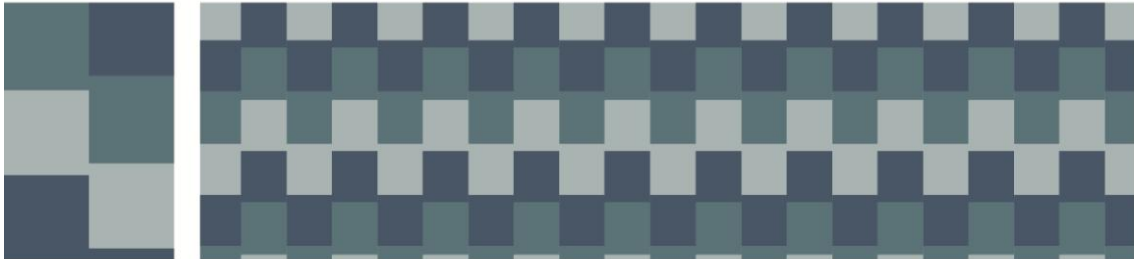
TOIMITUSVIIKON 12 KAULUSPAITAAAN EHDOTETTU KUOSI A

MIEHET TOIMITUSVIIKKO 12  
KAULUSPAITAAAN EHDOTETTU KUOSI A VÄRIVAIHTOEHDOT



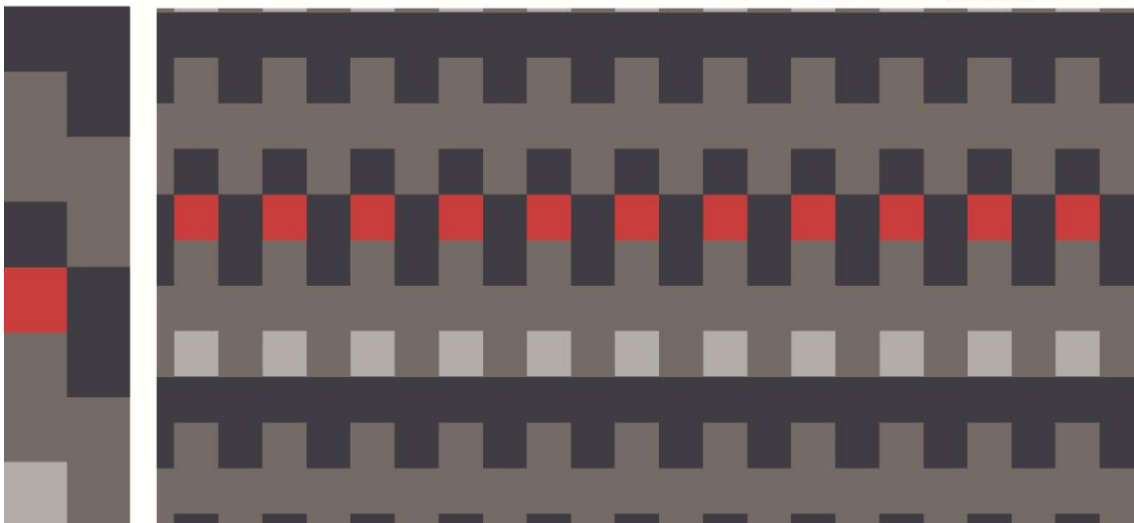
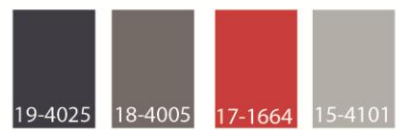
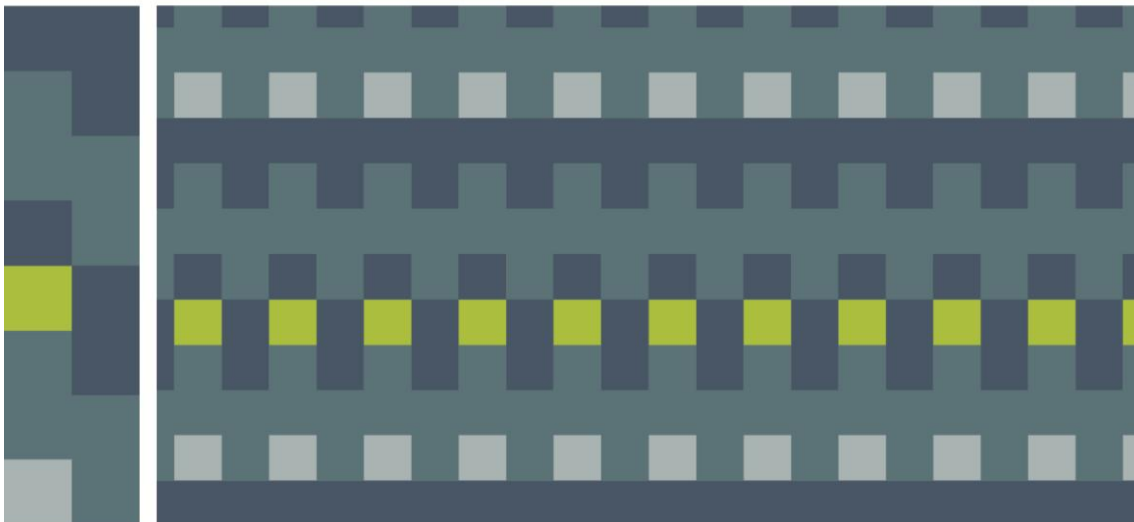
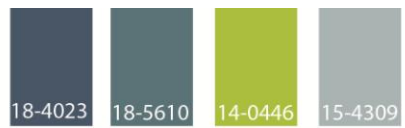
TOIMITUSVIIKON 12 KAULUSPAITAN EHDOTETTU KUOSI B

MIEHET TOIMITUSVIIKKO 12  
KAULUSPAITAN EHDOTETTU KUOSI B VÄRIVAIHTOEHDOT



MARTIN-KAULUSPAITAAAN VALITTU KUOSI

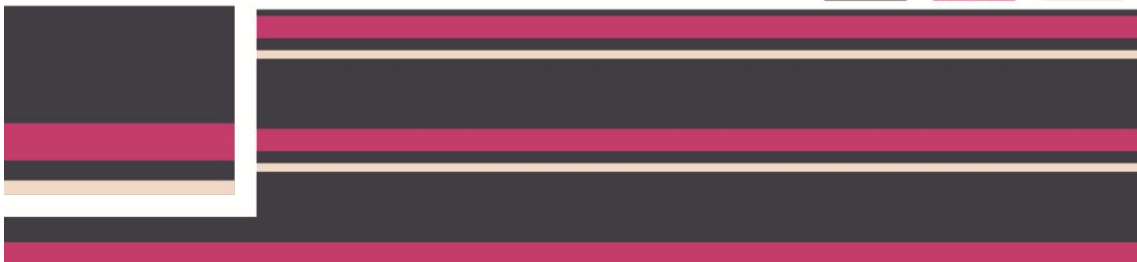
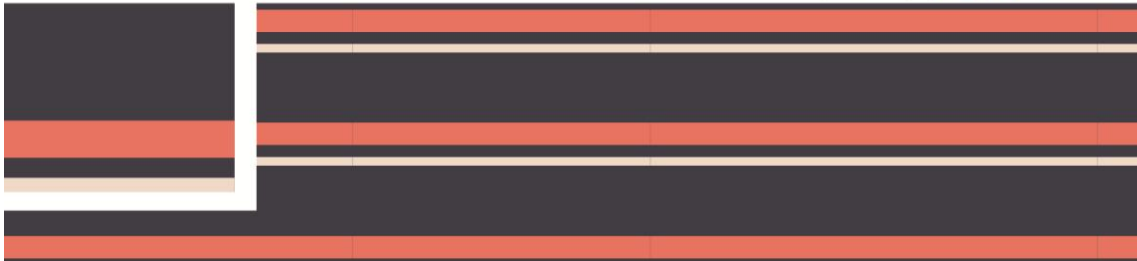
MIEHET TOIMITUSVIIKKO 12  
MARTIN-KAULUSPAITAAAN VALITTU KUOSI



TOIMITUSVIIKON 19 KAULUSPAITAAN EHDOTETTU KUOSI A

MIEHET TOIMITUSVIIKKO 19  
KAULUSPAITAAN EHDOTETTU KUOSI A VÄRIVAIHTOEHDOT\*

\*Turkoosi ja oranssi väri vaihtoehto valittiin lopulliseen tuotteeseen





TOIMITUSVIIKON 19 KAULUSPAITAAAN EHDOTETTU KUOSI B

MIEHET TOIMITUSVIIKKO 19  
KAULUSPAITAAAN EHDOTETTU KUOSI B VÄRIVAIHTOEHDOT

