

## Kokkuvõte

Rõivatööstus on liikumas kehaskaneerimise suunas, millega seoses saavad tootjad paremini tundma inimeste kehakujusid ja vastavalt sellele ka parema istuvusega rõivaid valmistada jälgides inimeste erinevaid kehasuursi ja –kujusid. Kui kehaskaneerimine on paljudele ettevõtetele veel kauge tulevik, siis virtuaalne proovikabiin on kättesaadav juba praegu. Paljudel mainekatel brändidel on see juba kasutusel (Austin Reed, Baukjen, CC Fashion, Charles Tyrwhitt, Crew Rõivad, Hawes & Curtis, Henri Lloyd, HUGO BOSS, Isabella Oliver, LKBennett, M & Co, Pretty Green, QVC, Superdry, Thomas Pink ja Viyella).

Virtuaalses proovikabiinis kogutud andmed ei pruugi siiski olla tüüpfiguuri tabeli koostamiseks täielikult usaldusväärsed, kuna inimesed on end ise mõõtnud. Toon siia ka ühe näite: meesterahvas kelle pikkus on 156 cm (Rü 99, Vü 85), on oma käsivarre pikkuseks mõõtnud 90 cm (tavaline oleks sellise kehapikkuse juures ~ 68 cm). Proovikabiini võiks täiustada nii, et mõõtes ainult üks või kaks mõõtu oleks teised mõõdud ennustatavad, sest kogemusele tuginedes on mehed liiga mugavad, et end ise mõõta. Analüüsi tulemusel oli üheks selliseks mõõduks käsivarre pikkus.

Ettevõttele teeksin veel ettepaneku, et nad võiks proovikabiini täiustada vähemalt veel ühe suurustunnusega – puusaümbermõõt, mis on ka rõiva istuvust silmas pidades oluline mõõt. Ettevõtte võiks ka mõelda kehaskaneerimise teenuse pakkumisest erinevatele kaubamärkidele, mis on kindlasti üks tulevikutrende e-kaubandust silmas pidades.

Koostatud tüüpfiguuri tabeli alusel saab teha ettepanekuid tootjatele, milliseid mõõte nad võiksid oma mõõdutabelites muuta, et oma tabelleid kaasajastada. Andmebaasist puudus puusaümbermõõt, seetõttu ei saanud koostada sellist tabelit, mille alusel oleks saanud ka riideid konstrueerida.

Vaadates brändide kodulehekülgi, kus on kasutusel virtuaalne proovikabiin, leidsin, et brändid ei paku riideid erinevatele kehatüüpidele. Näiteks ostes pintsakut või ülikonda on valida kolme erineva pikkuse vahel kuid ainult ühele kehatüübile (langeväärtusega -12). Paremaid müüginumbreid silmas pidades võiksid tootjad mõelda erinevate kehatüüpide tootmisele.