

ANKARA ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BÜYÜK BEDEN GİYSİ KULLANAN KADINLARIN HAZIR GİYİM TERCİHLERİNİN
VE SORUNLARININ BELİRLENMESİ

Sibel ATAÇ

EV EKONOMİSİ ANABİLİM DALI
(EL SANATLARI)

ANKARA
2005

Her hakkı saklıdır

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

BÜYÜK BEDEN GİYSİ KULLANAN KADINLARIN HAZIR GİYİM TERCİHLERİNİN VE SORUNLARININ BELİRLENMESİ

Sibel ATAÇ

Ankara Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Ev Ekonomisi (El Sanatları) Anabilim Dalı

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Feryal SÖYLEMEZOĞLU

Bu araştırma büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giyim tercihlerinin ve sorunlarının belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Verilerin toplanmasında anket tekniğinden yararlanılmış gönüllü büyük beden giysi kullanılan toplam 300 kadın araştırma kapsamına alınmıştır. Veriler SPSS (Statistical Pochage of Social Science) istatistik paket yazılımından yararlanılarak değerlendirilmiştir ve gerekli görülenlere ki-kare (x^2) analiz tekniği kullanılmıştır.

Büyük beden giysi kullanan kadınların kilo durumunun ($P<0.01$) beden ölçüsüne göre önemli ölçüde değiştiği boy durumunun ($P<0.01$), medeni durumun ($P<0.01$) ve meslek durumunun ($P<0.01$) yaş değişkenine göre önemli ölçüde değiştiği saptanmıştır.

Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi seçiminde etkilendiği, model aldığı kimse veya kimselerin ($P<0.01$), giysi seçiminde modayı takip etme durumlarının ($P<0.01$), giysi satın alma davranışlarını etkileyen bireylerin ($P<0.01$) yaş değişkenine göre önemli ölçüde değiştiği; giysi alışverişinden hoşlanma durumlarının ($P<0.05$) ve giysi satın alma davranışlarını etkileyen kitle iletişim araçlarının ($P<0.05$) yaş değişkenine göre değişiklik gösterdiği belirlenmiştir.

Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilere ilişkin tercihlerine ilişkin araştırma bulgularında; büyük bedenli kadınların hazır giysilerdeki dokuma tercihleri ($P<0.05$), kışın üçüncü sırada tercih edilen renkler ($P<0.05$), hazır giysilerdeki model tercihleri ($P<0.05$), en çok tercih edilen hazır giysiler ($P<0.05$), üçüncü sırada tercih edilen ideal kıyafetlerin ($P<0.05$) beden ölçüsüne göre değişiklik gösterdiği; Yazın en çok birinci sırada tercih edilen renkler ($P<0.05$) ve en çok tercih edilen hazır giysiler ($P<0.05$) yaş değişkenine göre değişiklik gösterdiği ve yazın en çok ikinci sırada tercih edilen renklerin ($P<0.01$) yaş değişkenine göre önemli ölçüde değiştiği saptanmıştır.

Diğer yandan büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerle ilgili birinci önemli sorunları ($P<0.05$), hazır giysilerin ölçüleriyle ilgili sorunlar ($P<0.05$) hazır giysilerin dikişleriyle ilgili üçüncü önemli sorunları ($P<0.05$) beden ölçüsüne göre değişiklik gösterdiği; hazır giysilerin modelleri ile ilgili üçüncü önemli sorunları ($P<0.05$) yaş değişkenine göre değişiklik gösterdiği ve hazır giysilerin dokumaları ile ilgili sorunlarının ($P<0.01$) beden ölçüsü değişkenine göre önemli ölçüde değiştiği saptanmıştır.

2005, 152 sayfa

ANAHTAR KELİMELER: Büyük beden, hazır giyim, kadın, tercihler, sorunlar.

ABSTRACT

H.D.Thesis
THE DETERMINATION OF THE READY-TO-WEAR PREFERENCE
AND PROBLEM OF USING OF LARGE SIZED APPAREL WOMEN

Sibel ATAÇ

Ankara University
Institute of Applied Science
Department of Home Economoy

Supervisor: Assit. Prof. Dr. Feryal SÖYLEMEZOĞLU

In this research, purposed to determine the ready-to-wear preference and problem of using of large sized women. In the collection of data, the survey tecnique has been applied volunteer using of large sized apparel totally 300 women have been included within the extent of the research. The data have been assessed by the employment of the SPSS (Statistical Pochage of Social Science) statistics software and depending on the requirement khi-kare (x^2) technique of analysis has been applied.

Using of large sized apparel women of kilo state ($P<0.01$) importantly has been changed by size measure; state of lenth ($P<0.01$), state of civilized ($P<0.01$), state of occupation ($P<0.01$) importantly have been changed by age variable have been determined. People who affect to choose clothing of using of large sized apparel women ($P<0.01$), Choosing apparel to keep up with the latest fashions ($P<0.01$), people who affect to purchase of apparel behavior ($P<0.01$) importantly has been changed by age variable; have liked to purchase of behavior mass media tools ($P<0.05$) have been changed by age variable has been determined.

Using of large sized apparel women weaving preference of ready-to-wear ($P<0.05$), color preferred third now of winter ($P<0.05$), model preference of ready-to-wear ($P<0.05$)- third now pereferenced of ideal apparel ($P<0.05$) has been changed by size measure; Summer the most first now preferred volors ($P<0.05$) and the most preference of ready-to-wear ($P<0.05$) has been changed by age variable and summer the most second row preference colors ($P<0.01$) was found importantly has been changed by age variable.

On the other hand, using of large sized women first important problems concerned with ready-towear ($P<0.05$), problems concerned with measures of ready-to-wears ($P<0.05$), third important problems concerned with sewing of ready-to-wear ($P<0.05$) has been changed by size measure; third important problems concerned with model of ready-to-wear ($P<0.05$) has been changed by age variable and problems concerned with weaving of ready-to-wear ($P<0.01$) was found importantly has been changed by size measure.

2005, 152 sayfa

Key Words: Large sized, ready-to-wear, women, preference, problems.

TEŞEKKÜR

Bana bu konuda araştırma olanağı sağlayan ve çalışmanın her safhasında yardımlarını esirgemeyen danışman hocam Sayın Yrd. Doç. Dr. Feryal SÖYLEMEZOĞLU'na, araştırmamın istatistik ve bulgular kısmında bana yol gösteren Sayın Prof. Dr. Özlen ÖZGEN'e, araştırmamın verilerinin analizinde yardımlarını esirgemeyen Sayın Prof. Dr. Fikret GÜRBÜZ'e, Sayın Araş. Gör. Özgür KOŐKAN'a teőekkürlerimi bir borç bilirim.

Ayrıca araştırmamın çeviri kısmında arkadaşım Metin PORSUK'a, bulgular kısmında arkadaşım Tülay DİNÇER'e ,tez yazım aşamasında arkadaşım Hasan UZUN'a, power point çalışmamda yardımlarını esirgemeyen arkadaşım Güçlü Barış AKSU'ya, tezimin düzenlenmesi ve son halini almasını sağlayan arkadaşım Hüsniye KOÇAK'a, fotoğraf ekimlerimde firmasının kapılarını eğitime aan SEÇİL GİYİM SANAYİ'nin sahibi sanayici Sayın Faik GÜNGÖR'e, depo müdürü Sayın Güngör KESKİN'e ve hayatımın her alanında beni yalnız bırakmayan değerli aileme sonsuz teőekkürlerimi sunarım.

Sibel ATAÇ

Ankara, Temmuz 2005

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ÇİZELGELER DİZİNİ.....	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xii
1. GİRİŞ	1
2. KURAMSAL TEMELLER.....	3
2.1. Giyim ve Giyim Tarihi.....	3
2.2. Giyim Sınıflandırılması	4
2.3. Giyim Seçimini Etkileyen Etmenler	5
2.4. Giysi Elde Etme Yolları.....	7
2.4.1. İsmarlama giyim.....	7
2.4.2. Hazır giyim.....	7
2.4.2.1. Dünyada ve Türkiye’de hazır giyim	8
2.4.2.2. Hazır giyimde vücut ölçüleri.....	9
2.4.2.3. Hazır giyim sanayinde moda ve marka	12
2.4.2.4. Hazır giyim sanayinde model (tasarım)	13
2.4.2.4.1. Renkler	14
2.4.2.4.2. Çizgiler.....	15
2.4.2.4.3. Dokular.....	16
2.4.2.5. Hazır giyim sanayinde kullanılan hammaddeler.....	16
2.4.2.5.1. Ana maddeler	16
2.4.2.5.1.1. Kumaş	16
2.4.2.5.2. Yardımcı malzemeler.....	18
2.4.2.5.2.1. Astar	18
2.4.2.5.2.2. Tela.....	18
2.4.2.5.2.3. Dikiş ipliği.....	19
2.4.2.5.2.4. Düğme	19
2.4.2.5.2.5. Fermuar	19
3. KAYNAKÇA ÖZETİ	20
4. MATERYAL VE METOT	31

4.1. Araştırma Bölgesinin Seçimi	31
4.2. Deneklerin Seçimi	31
4.3. Anket Formunun Düzenlenmesi ve Uygulanması	31
4.4. Verilerin Değerlendirilmesi	32
5. ARAŞTIRMA VE BULGULAR.....	33
5.1. Deneklere İlişkin Demografik Bilgiler.....	33
5.1.1. Büyük beden, giysi kullanan kadınların kilo durumu	33
5.1.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların boy durumu	35
5.1.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların medeni hali	36
5.1.4. Büyük beden giysi kullanan kadınların meslek durumu	37
5.2. Deneklerin Hazır Giysilerin Tüketimine Yönelik Davranışları	39
5.2.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi elde etme biçimleri	39
5.2.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi alışverişlerinden hoşlanma durumları.....	41
5.2.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi alışverişi yapma nedenleri	42
5.2.4. Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi seçiminde etkilendiği, model aldığı kimse veya kimseler.....	44
5.2.5. Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi seçiminde modayı takip etme durumu.....	45
5.2.6. Büyük beden giysi kullanan kadınların modayı izleme durumu.....	47
5.2.7. Büyük beden giysi kullanan kadınların piyasadaki hazır giysileri beğenme durumları	49
5.2.8. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giyim satın alma davranışlarını etkileyen bireyler.....	50
5.2.9. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi satın alma davranışlarını etkileyen kitle iletişim araçları	52
5.3. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerdeki Dokuma Tercihleri	54
5.3.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerdeki dokuma tercihleri	55
5.3.2. Yazın en çok tercih edilen renkler	56
5.3.2.1. Yazın birinci sırada en çok tercih edilen renkler	56

5.3.2.2. Yazın ikinci sırada en çok tercih edilen renkler.....	58
5.3.2.3. Yazın üçüncü sırada en çok tercih edilen renkler	60
5.3.3. Kışın en çok tercih edilen renkler	61
5.3.3.1. Kışın birinci sırada en çok tercih edilen renkler	61
5.3.3.2. Kışın ikinci sırada en çok tercih edilen renkler.....	63
5.3.3.3. Kışın üçüncü sırada en çok tercih edilen renkler	65
5.3.4. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giyimlerdeki model tercihleri	67
5.3.5. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerdeki desen tercihleri	69
5.3.6. Büyük beden giysi kullanan kadınların en çok tercih ettikleri hazır giysi	70
5.3.7. Giysi alışverişinde en çok tercih edilen mağazalar	72
5.3.8. Büyük beden giysi kullanan kadınların önem sırasına göre ideal kıyafet ile ilgili tercihleri.....	74
5.3.8.1. Büyük beden giysi kullanan ideal kıyafet ile ilgili birinci tercihleri....	74
5.3.8.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların ideal kıyafet ile ilgili ikinci tercihleri	76
5.3.8.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların ideal kıyafet ile ilgili üçüncü tercihleri.....	78
5.4. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilere İlişkin Sorunları.....	80
5.4.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilere ilişkin en önemli üç sorunları.....	80
5.4.1.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilere ilişkin birinci önemli sorunları	80
5.4.1.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilere ilişkin ikinci önemli sorunları	82
5.4.1.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilere ilişkin üçüncü önemli sorunları.....	84
5.4.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi ölçüleri ile ilgili sorunlarının olması	86

5.4.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların önem sırasına göre hazır giysilerin ölçüleri ile ilgili sorunları.....	88
5.4.3.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin ölçüleriyle ilgili birinci önemli sorunları	88
5.4.3.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin ölçüleriyle ilgili ikinci önemli sorunları.....	90
5.4.3.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin ölçüleriyle ilgili üçüncü önemli sorunları	92
5.4.4. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi modelleri ile ilgili sorunlarının olması	94
5.4.5. Büyük beden giysi kullanan kadınların önem sırasına göre hazır giysilerin modelleri ile ilgili sorunları.....	96
5.4.5.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin modelleriyle ilgili birinci önemli sorunları	96
5.4.5.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi modelleriyle ilgili ikinci önemli sorunları	98
5.4.5.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi modelleriyle ilgili üçüncü önemli sorunları	100
5.4.6. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dikişleriyle ilgili sorunlarının olması	102
5.4.7. Büyük beden giysi kullanan kadınların önem sırasına göre hazır giysilerin dikişleri ile ilgili sorunlarının olması.....	104
5.4.7.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dikişleriyle ilgili birinci önemli sorunları	104
5.4.7.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dikişleriyle ilgili ikinci önemli sorunları.....	106
5.4.7.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dikişleriyle ilgili üçüncü önemli sorunları	107
5.4.8. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dokumaları ile ilgili sorunlarının olması	109
5.4.9. Büyük beden giysi kullanan kadınların önem sırasına göre hazır giysilerin dokumaları ile ilgili sorunları.....	110

5.4.9.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dokumaları ile ilgili birinci önemli sorunları	110
5.4.9.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dokumaları ile ilgili ikinci önemli sorunları.....	112
5.4.9.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dokumaları ile ilgili üçüncü önemli sorunları	113
5.4.10. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili sorunları.....	115
5.4.11. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili sorunlarının olması	117
5.4.11.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili birinci önemli sorunları	117
5.4.11.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili ikinci önemli sorunları.....	119
5.4.11.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili üçüncü önemli sorunları	121
5.4.12. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin renkleriyle ilgili sorunlarının olması	123
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	125
KAYNAKÇA	128
EKLER.....	132
EK-1	132
EK-2	140
ÖZGEÇMİŞ	152

ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 5.1. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Kilo Durumu.....	34
Çizelge 5.2. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Boy Durumu	35
Çizelge 5.3. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Medeni Hali	36
Çizelge 5.4. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Meslek Durumu	38
Çizelge 5.5. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Giysi Elde Etme Biçimleri.....	40
Çizelge 5.6. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Giysi Alışverişinden Hoşlanma Durumları.....	41
Çizelge 5.7. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Giysi Alışverişi Yapma Nedenleri	43
Çizelge 5.8. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Giysi Seçiminde Etkilendiği, Model Aldığı Kimse veya Kimseler.....	44
Çizelge 5.9. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Giysi Seçiminde Modayı Takip Etme Durumu.....	46
Çizelge 5.10. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Modayı İzleme Durumu..	48
Çizelge 5.11. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Piyasadaki Hazır Giysileri Beğenme Durumu	49
Çizelge 5.12. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Bireyler.....	51
Çizelge 5.13. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Kitle İletişim Araçları	53
Çizelge 5.14. Yazın Birinci Sırada En Çok Tercih Edilen Renkler	55
Çizelge 5.15. Yazın İkinci Sırada En Çok Tercih Edilen Renkler	57
Çizelge 5.16. Yazın Üçüncü Sırada En Çok Tercih Edilen Renkler	59
Çizelge 5.17. Kışın Birinci Sırada En Çok Tercih Edilen Renkler	60
Çizelge 5.18. Kışın İkinci Sırada En Çok Tercih Edilen Renkler	62
Çizelge 5.19. Kışın Üçüncü Sırada En Çok Tercih Edilen Renkler	64
Çizelge 5.20. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giyimlerdeki Model Tercihleri.....	66

Çizelge 5.21. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerdeki Desen Tercihleri	68
Çizelge 5.22. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların En Çok Tercih Ettikleri Hazır Giysi	69
Çizelge 5.23. Giysi Alışverişinde En Çok Tercih Edilen Mağazalar.....	71
Çizelge 5.24. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların İdeal Kıyafetler İle İlgili Birinci Tercihleri	73
Çizelge 5.25. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların İdeal Kıyafetle İlgili İkinci Tercihleri	75
Çizelge 5.26. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların İdeal Kıyafetle İlgili Üçüncü Tercihleri	77
Çizelge 5.27. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilere İlişkin Birinci Önemli Sorunları	79
Çizelge 5.28. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilere İlişkin İkinci Önemli Sorunları	81
Çizelge 5.29. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilere İlişkin Üçüncü Önemli Sorunları	83
Çizelge 5.30. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Ölçüleri İle İlgili Sorunlarının Olması	85
Çizelge 5.31. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Ölçüleriyle İlgili Birinci Önemli Sorunları	87
Çizelge 5.32. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Ölçüleriyle İlgili İkinci Önemli Sorunları	89
Çizelge 5.33. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Ölçüleriyle İlgili Üçüncü Önemli Sorunları	91
Çizelge 5.34. Büyük Beden Giysi kullanan Kadınların Hazır Giysi Modelleri İle İlgili Sorunları Olması Durumu	93
Çizelge 5.35. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Modelleriyle İlgili Birinci Önemli Sorunları	95
Çizelge 5.36. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Modelleriyle İlgili İkinci Önemli Sorunları	97

Çizelge 5.37. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Modelleriyle İlgili Üçüncü Önemli Sorunları	99
Çizelge 5.38. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Dikişleriyle İlgili Sorunlarının Olması	101
Çizelge 5.39. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Dikişleriyle İlgili Birinci Önemli Sorunları	103
Çizelge 5.40. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Dikişleriyle İlgili İkinci Önemli Sorunları	105
Çizelge 5.41. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Dikişleriyle İlgili Üçüncü Önemli Sorunları.....	106
Çizelge 5.42. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Dokumaları İle İlgili Sorunlarının Olması.....	108
Çizelge 5.43. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Dokumalarıyla İlgili Birinci Önemli Sorunları.....	109
Çizelge 5.44. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Dokumaları İle İlgili İkinci Önemli Sorunları	111
Çizelge 5.45. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Dokumaları İle İlgili Üçüncü Önemli Sorunları	112
Çizelge 5.46. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysileri Satın Alma İle İlgili Sorunları.....	114
Çizelge 5.47. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysileri Satın Alma İle İlgili Birinci Önemli Sorunları.....	116
Çizelge 5.48. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysileri Satın Alma İle İlgili İkinci Önemli Sorunları.....	118
Çizelge 5.49. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysileri Satın Alma İle İlgili Üçüncü Önemli Sorunları.....	120
Çizelge 5.50. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Renkleri İle İlgili Sorunlarının Olması	122

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Kare Vücut	9
Şekil 2.2. Üçgen Vücut	10
Şekil 2.3. Çift Üçgen Vücut	10
Şekil 2.4. Ters Üçgen Vücut	11

1. GİRİŞ

Giyim insanın doğasında var olan korunma güdüsünün yanında, güzel görünme, süslenme bir gruba ve kategoriye dahil olma, kendini iyi ve güvenli hissetme, hatta kişiliğini ortaya koymada rol oynayan önemli bir faktör olarak birden fazla amaca hizmet etmektedir(Anonim 1986).

Vücudu dış etkilerden koruma ve rahatlık sağlama giyimin temel fizyolojik ihtiyacıdır.Kendini iyi ve şık hissetme, kendini beğenme gibi olgular kişinin psikolojisiyle ilgilidir. Giyim kişinin fizyolojik, psikolojik ve sosyal yaşantısını etkileyen önemli bir araçtır. Günümüzde giyim giderek kişilerin toplumsal ve sosyal durumlarını sembolize eder biçime dönüşmüştür. Dış görünüş bir imaj iletme şekli ya da iletişim biçimi haline gelmiştir.

Bireyin kendini topluma kabul ettirmesi ve prestij açısından önemli olan giyim, kişiliğin yansıtılması açısından da ipucu oluşturmaktadır. Ancak giysiler yolu ile kendini ifade edebilme ve moda uyma açısından özellikle büyük beden giysi kullanan bireyler güçlüklerle karşılaşmaktadır.

Obez ya da şişman olarak nitelendirilen büyük bedenli insanlar gerek fizyolojik gerekse psikolojik açıdan olumsuzluklar yaşamaktadır. Dengesiz beslenmenin ortaya çıkardığı sağlık sorununa “obezite” denir ve obezite beslenme, kalıtım ve çevre koşulları gibi birçok etmenlerin etkisi altındadır (Kömürcü 1978). Gelişmekte olan ülkemizde genel obezite sıklığı 25-50 yaşlarında yaklaşık % 29.0 iken, 50-59 yaşlarında % 45.0'e yükselmektedir (Yalçın 2004). Başka bir araştırmaya göre ülkemizdeki kadınlarda hafif şişmanlık oranı % 35.8 iken, şişmanlık oranı % 25.6'dır (Baysal 1999).

Aynı cins, yaş ve ırka sahip insanlar vücut özelliklerine göre çeşitli tiplere ayrılmaktadırlar. Bunlar atletik tip, arsenik tip, piknik tip, üçgen tip, ters üçgen, kare vücut ve benzeridir. Hazır giyim bu beden tiplerine göre sınıflandırılır. Buna “beden sınıflandırması” denir. Kıtalararası ve ülkemizde görülen beden sınıflandırması 34-

36-38-40-42-44-46-48-50 ve üstüdür (Sezer vd. 1992). Numaralı beden sınıflandırması çoğu kadın tüketiciye uygun değildir (Brown ve Rice 2001).

Siparişli kıyafetler hemen hemen ya çok zayıf ya da çok şişmanlar tarafından tercih edilmektedir. Üreticiler bu insanların siparişlerine göre giysiler geliştirmektedirler. Fakat giderlerin çok fazla olması nedeniyle bu bedenli giysiler daha popüler olan bedenli giysilere göre aynı numara, renk ve modelde yapılamamaktadır. Tüketiciler sadece farklı marka ve farklı bedenlerdeki uyumdan değil, aynı zamanda aynı sınıflandırılmış beden numaralı giysilerden ve aynı marka ve stillerden sık sık şikayet etmektedirler. Bedenleme sistemi yerleşik giysilere rehberlik edeceği yerde çoğu tüketiciyi hayal kırıklığına uğratmaktadır (Brown ve Rice 2001).

Bu araştırma büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giyim tercihleri ve sorunlarını belirlemek amacıyla yapılmıştır.

2. KURAMSAL TEMELLER

2.1. Giyim ve Giyim Tarihi

Sözlük anlamı “giyilecek şey, elbise” olarak açıklanan giyim “Vücudu tabiatın etkilerinden koruyan, medeniyetin ilerlemesiyle değişiklik gösteren, insan vücuduna göre şekil alan giysilerin tümüdür” diye açıklayabiliriz (Bayraktar 1996).

Giyim, tarih kadar eski olan bir konudur. Giyinmeye duyulan gereksinme, ilk çağlarda insanların vücutlarını tabiatın etkilerinden korumak için doğmuştur. Soğuk ülkelerde yaşayanla, avlandıkları hayvanların postlarına bürünerek, sıcak ülke insanları ise, sazlarla çeşitli bitkilerle vücutlarını korumaya çalışmışlardır (Bayraktar 1996). Giyim bugün ise, sadece vücudu dış etkilerden korumak amacıyla kullanılan bir vasıta değil, insan topluluklarının sosyal ihtiyaçlarını karşılayan, aynı zamanda süslenme ve zarif görünme isteğini yerine getiren bir vasıta olarak kullanılmaktadır. Bugün toplumların, uygarlık anlayışı içinde giyim, insanın maddi ve manevi varlığını tamamlayan, kaçınılmaz bir ihtiyaç haline gelmiştir (Kırzioğlu 1992).

İnsan yaşamı ile başlayan, cinsiyet, kültür, coğrafi bölge ve tarihsel çağlara göre farklılıklar gösteren maddi kültürün en dolaysız öğelerinden ve kolayca görülür parçalarından biri olan giyim, giysi modaları ve tasarımdan soyutlanamayan bir gereksinmedir. Aynı zamanda giyim, kullananın kişiliği hakkında çevresine mesaj veren bir kişisel dışa burum aracıdır. Toplumlar kültür değerleri ve inançları bakımından karmaşıktıkça, ekonomik açıdan geliştikçe kendilerine özgü giyim tarzları oluşturmuştur. Kendilerinden sonraki toplumların giyim modalarına da esin kaynağı olmuştur (Aydın vd. 1993).

İnsanların önemli ihtiyaçlarından biri olan giyim çok eski çağlardan günümüze dek toplum hayatında birçok değişiklikler göstererek süregelmiştir (Komşuoğlu vd. 1986). İnsanların ne zaman giyinmeye başladıkları tam olarak saptanamamakla birlikte ilk giysilere İsa’dan üç bin yıl önceleri rastlanmaktadır (Aydın vd. 1993). Arkeolojik çalışmalar Kuzey Avrupa’da taş devrine ait zamanlarda insanların

giyinme ihtiyacını derilerden imal edilmiş giysilerle karşıladıklarını ortaya koymuştur. Bu giysiler derinin üzerine açılan deliklerden yine deri bağlar geçirilerek birleştirilmiştir (Sezer vd. 1992).

Tarih devirlerine baktığımızda Ortaçağın giyim bakımından ayrı bir yeri vardır. Bu devirde giyim fizyolojik gereksinimleri karşılayan korunma aracı olmaktan çıkmış, güzelliği tamamlayan, süslenme özelliği kazanmıştır. 16 ve 17. yüzyıl elbiselerinin renkli ve değerli taşlarla işlendiği, erkeklerin bacakları saran dar pantolon ve uzun çorap giydikleri görülür. Erkekler bugünkü pantolon şekillerini 17. yüzyıl sonlarında, kadınlar vücutlarını ince gösteren korseyi 20. yüzyıl başlarında kullanmaya başlamışlardır. Bundan sonra kadınların etekleri kısalmış, I. Dünya Savaşından sonra sinemanın gelişmesi ve her tarafa hızla yayılmasıyla kadın giysileri etkilenmiş, dünyanın her yanındaki kadınların sinema yıldızları gibi giyinme hevesine kapıldıkları görülmüştür (Bayraktar 1996). Kadınlarda en kısa etek boyları “1960-1970” yılları arasında kullanıldığı görülmüştür (Altınay vd. 1996). II. Dünya savaşı, kadınların giyimleri üzerinde önemli etkiler yapmıştır. Savaş sırasında çeşitli yerlerde görev almak zorunda kalan kadınlar daha sade daha pratik giysilere gereksinme duymuşlardır (Bayraktar 1996). Yine 1920’li ve 1960’lı yıllarda I. Ve II. Dünya Savaşlarının etkisiyle erkeksi görünüme bürünme isteklerinin sonucu düşük bel kullanıldığı saptanmıştır (Altınay vd. 1996).

Ülkemizde de zaman zaman Avrupa’nın etkisinde kalan giyim, Cumhuriyetin ilanı ve kıyafet devrimi ile çeşitlilik kazanmış, Avrupa modası yurdumuzda hızla yayılmıştır giysi biçimleri, kumaşları, devamlı moda konusu olmuş, her mevsimin modası öncekinden farklı yenilikler getirmiştir. Türk kadını da bu moda akımları içinde yerini almış, yaratıcılıkta kendini göstermiştir (Bayraktar 1996).

2.2. Giyimin Sınıflandırılması

Giyimleri çeşitli şekillerde sınıflandırmak mümkündür. Bu sınıflandırmalar, sipariş ve hazır giyim olarak elde edilişlerine spor ve fantezi olarak kullanıldıkları yerlere,

alt ve üst giyim olarak giyilme şekillerine, yazlık ve kışık olarak kullanıldıkları mevsimlere veya başka özelliklerine göre yapılabilir (Bayraktar 1996).

2.3. Giyim Seçimini Etkileyen Etmenler

Giyim seçimini etkileyen etmenler: Yaş, iklim vücut yapısı, sosyal yaşantı ve çevre, zaman ve yer, moda ve marka, kumaş ve ekonomik yapıdır (Bayraktar 1996, Çağlayan 1978).

1. Yaş: Yaş giyim konusunda önemli bir yer tutmaktadır (Bayraktar 1996). Giysilerimizin modellerini kumaşlarını, renk ve desenlerini seçerken yaş çok önemlidir (Richards vd. 1997). Giyim yaşa göre çocuk giyimleri, genç giyimleri ve yetişkin giyimleri olarak 3 dönemde incelenir. Yetişkin hanımın giyimine yaşı, sosyal durumu, iş ve aile hayatı etki eder (Bayraktar 1996).

2. İklim: İlk insanların hayvan postları ve bitkilerle vücutları tabiatın etkilerinden korumaları iklim şartlarının giyimi etkileyen önemli bir etken olduğunu ortaya koyuyor (Bayraktar 1998). Soğğun etkisinden korunmak için yünlü kalın kumaşlar, yazın ise; vücudu serin tutan kumaşlar kullanılır (Richards vd. 1997). Mevsimler renkler üzerinde de etkisini gösterir. Güneş ışınlarını çekme özelliği gösteren koyu renkler tercih edilir (Çağlayan, 1978). Yazın ise güneş ışınlarını yansıtan açık renkli ve ince kumaşlar tercih edilir (Richards vd. 1997).

3. Ekonomik Yapı: Ailede de giyim için ayrılan kaynak, gelire, aile fertlerinin sayısına ve sosyal statüsüne göre değişmektedir (Bayraktar 1996).

Yaşlıların hazır giyim tercihleri üzerinde yapılan bir araştırmada yaşlıların hazır giysilerle ilişkin sorunlarında, ikinci sırayı fiyatların çok yüksek olması almıştır. Kadınların % 39.06'sının fiyatların çok yüksek olduğunu belirtmiştir (Özgen vd. 1999).

Yine Ankara'da Hazır giyim firmalarının ürün tutundurma faaliyetleri üzerinde yapılan bir araştırmada, tüketicinin satın alma kararlarını etkileyen faktörlerin başında (% 47) fiyatların geldiği belirtilmiştir (Vural vd. 1996).

Bir tüketici giysi seçerken o giysiyi denemeden önce giysi bedeni hakkında bir sınıflama bilgisine sahip olmalıdır. Kadının giysi bedeni vücut ölçüsü, yaş ve özellikle göğüs ölçüsüne göre sınıflandırılmıştır (Chun-Yoon vd. 1994).

Giysi bedeni problemlerinden biri, standartların dışında olmasıdır. Numaralı beden sınıflandırılması çoğu kadın tüketiciye uygun değildir. Çok küçük ya da çok büyük bedenli tüketiciler az olduğu için, bu bedende giysiler daha popüler bedenlere (...38-40-42-44.....) göre aynı, numara, renk ve modelde yapılamıyor (Brown vd. 2001).

5. Moda ve Marka: Moda bir etkidir, bir değişme isteği ya da zorunluluğudur. Zorunluluktur çünkü; moda, medeniyetin en önemli unsurlarından biridir. O ancak endüstriyel aşamaya gelmiş olan toplumlarda görülür, anlaşılır ve gelişmişlik düzeyine paralel olarak ta yaratılabilir. Toplumun ufuklarını genişletip ona taze kan verir. Eskiyi yeni tasarımlarla birleştirip devam ettiren moda bu nedendir ki belirli etkileşimlere bağlı olarak toplumlari yönetir (Altınay vd. 1996).

Marka ise bir malın belirlenmesi ve rakip mallardan ayrılması amacı ile kullanılan isim, işaret sembol, sözcük, harf, şekil ya da bunların karşımı olarak tanımlanır. Tüketiciler için marka bir ürünü tanımanın en kolay yoludur (Gönen vd. 1993).

6. Sosyal Yaşantı ve Çevre: Moda olan bir ürünün hedeflenen kitlenin çevresel koşullarına, ihtiyaçlarına ve değerlerine uygun değilse tüketicinin kazanımı yada satın alma davranışını sağlamayacağını göstermektedir (Richards vd. 1997).

Araştırmacılar Kızılderili ulusunun çevresinin kendine has olan özelliklerinden dolayı doğu şehirlerinden farklı olan giyim ihtiyaçları ve değerlerinin olduğunu öne sürmüşlerdir. Sonuç olarak bölgesel giyim tarzına moda olan giyimine benzer olduğu

fakat aynı olmadığı görülür ve farklılıklar Kızılderili ulusunun çevresel özelliklerini yansıtmaktadır (Richards vd. 1997).

7. Zaman ve Yer: Giyim, giyilecek yer ve zamana göre farklı özellikler gösterir yani giyim günün değişik saatlerine göre çeşitlilik kazanır (Çağlayan 1978, Richards vd. 1997). Günün bütünü içinde, sabah, akşam üstü ve gece giyim alanında ayrı ayrı düşünülür. Birey gideceği yere ve topluluğa göre giyinir örneğin, sinema, tiyatro, okul, kokteyl, pub, iş vb. (Bayraktar 1996).

2.4. Giysi Elde Etme Yolları

2.4.1. İsmarlama giyim

Hazır giyimin gelişmemiş olduğu yerlerde terciler giyim sanatında büyük rol oynarlar. Müşterinin ölçüsü alınıp her müşteri için ayrı kalıp çıkarılır ve giysi dikilir. İsmarlama giyim ufak çapta yapılabildiği gibi, atölye açılarak da iş genişletebilir. Bugün Türkiye’de bazı atölye sahiplerinin ve modacıların yaratıcı güçlerini ortaya koyarak hazırladıkları giysiler dış ülkelerde de taktir ve ilgiyle izlenmektedir (Bayraktar 1996).

2.4.2. Hazır Giyim

Hazır giyim giysinin bireysel olarak, değil, seri bir şekilde ortaklaşa olarak bitirilmesidir. Kısaca tanımlanacak olursa, kısa bir süre seri bir şekilde ortaya çıkarılan üretilimdir (Topaloğlu 1995).

Hazır giyim sanayiinin gelişmesinde ve fabrikasyona yönelmeye başlamasında özellikle büyük şehirlerde hazır giyim mallarına olan talebin büyük ölçüde artmasının rolü vardır. Kentleşme hızlılığı, kadınlarında çalışma hayatına gittikçe artan bir oranla girmeleri, ismarlama dikim ücretlerinin hızlı artışı günümüz insanının giysi ihtiyaçlarını diktirmek veya dikmek içmek gerekli zamanın olmaması, hazır giyimi genişleten ve ilerleten nedenlerdir (Topaloğlu 1995).

Hazır giyim endüstrisinin doğuşu, endüstri devrimine bağlı olarak değişen sosyal koşullar ve teknolojik ilerlemeler arasındaki etkileşim sonucunda gerçekleşmiştir. 18. yy.'ın ortalarında ortaya çıkan ilk teknolojik ilerlemeler arasında, iplik ve dokuma ile ilgili otomasyondan söz edilebilir. Böylece tarihte ilk kez pahalı olmayan dokumaların üretimi mümkün olmuştur (Gönen vd. 1991).

Dikiş makineleri seri üretime geçmeye neden olmuş ve hazır giyimin teknik gelişimini göstermiştir. Amerikalılar tarafından keşfedilen ilik açma makinesi düğme dikme makinesi ve ütöleme işlemini kolaylaştıran ütüler, giyim sanayiinin daha rasyonel çalışmasına yol açmıştır (Sezer vd. 1992).

Hazır giyimde üretim aşamaları, kalıp çizimi, kesim-dikim, ütü-kontrolüdür (Sezer vd. 1992).

2.4.2.1. Dünya’da ve Türkiye’de hazır giyim

Dünya hazır giyim sanayiinin dünya ticareti içindeki payı 2000 yılı itibariyle % 3.2 civarında gerçekleşmiştir. Dünya hazır giyim ticareti 1990 yılında 108 milyar dolardan yıllık ortama % 6.3 artışla 2000 yılında yaklaşık 199 milyar dolara yükselmiştir (Anonim 2002).

Dünya hazır giyim ihracatı incelendiğinde Çin, Hong Kong ve İtalya’nın uzun yıllardır ilk üç sırayı paylaştığı görülür. Türkiye ise 2000 yılı verilerine göre 6.5 milyar dolarlık ihracat ile Almanya’nın ardından 7. sırada yer almıştır (Anonim 2002).

2000 yılında Türkiye’nin hazır giyim üretimi (DPT devlet planlama teşkilatı verilerine göre) tahminen 243 bin tondur.

Hazır giyim sektörü, tekstil sektörü ile birlikte, gerek sağladığı istihdam imkanları, üretim sürecinde yaratılan katma değer ve gerekse de ihracat gelirleri içinde ki

yüksek payı nedeniyle ülkemiz ekonomisinin lokomotif sektörü durumundadır (Anonim 2002).

2.4.2.2. Hazır giyimde vücut ölçüleri

Giysilerin modaaya uygunluğu, kumaş ve dikiş kalitesinin olmasının yanı sıra istenilen ölçülere hitap etmesi gerekmektedir. Giysinin tüketici vücuduna uygunluğu çok önemlidir (Aydın vd. 1996).

Yeryüzünde yaşayan milyarlarca insan yani milyarlarca tip (beden) vardır. Bunların hepsine ayrı bir vücut ölçüsü yapılamayacağına göre bunları belirli bir beden gruplarında toplamak gerekir (Sezer vd. 1992).

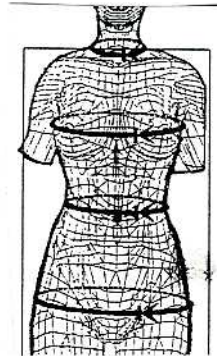
İnsan vücudu kişiye ve topluma göre değişen boyut ve özelliktedir. Her ne kadar boyutlar farklı ise de çeşitli vücut ölçüleri arasında sabit sayılabilen bazı oranlar söz konusudur (Topaloğlu 1995).

Aynı cins, aynı yaş ve aynı ırka sahip insanları, aralarında görülen önemli ayrımlara çeşitli tiplere ayırmak oldukça güçtür (Baysal 1995).

İnsanlar vücutlarına göre 4 şekilde sınıflandırılır (Asal 2002).

1. Kare vücut: Vücudun göğüs, bel kalça ölçüleri birbirine yakınsa Kare vücut denir. Bu vücut tipine uygun model önerilerinde bulunurken kişinin uzun ya da kısa boylu olması da dikkate alınır.

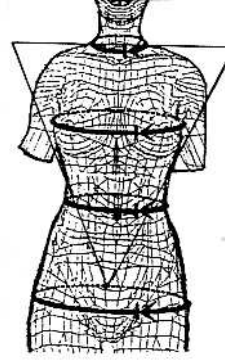
Şekil 1. Kare vücut



2. Üçgen vücut: Vücudun bel ve kalça ölçüleri dar, omuz ölçüsü geniş ise bu tip vücuda Üçgen vücut denir. Bu tip vücuda sahip olan kişilere;

- açık renk altlar,
- koyu renk üstler,
- kısa üstler,
- bol alt giyimler önerilir.

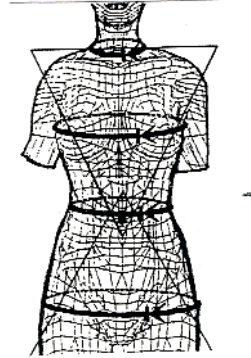
Şekil 2. Üçgen vücut



3. Çift üçgen vücut: Vücudun göğüs ve kalça ölçüleri geniş, bel ölçüsü dar ise bu tip vücuda çift üçgen vücut denir. Bu tip vücuda sahip kişilere;

- baseni örten üstler,
- orta ve koyu renkler,
- bele fazla oturmayan modeller,
- uyumlu alt ve üst giyimler önerilir.

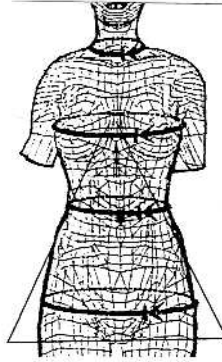
Şekil 3. Çift üçgen vücut



4. Ters üçgen vücut: Vücudun omuz ve bel ölçüleri dar, kalça ölçüsü geniş ise bu tip vücuda ters üçgen vücut denir. Bu tip vücuda sahip kişilerde;

- koyu renkler altlar,
- açık renk üstler,
- uzun üstler,
- çizgili desenli kıyafetler önerilir.

Şekil 4. Ters üçgen vücut



Bir başka araştırmacıya göre bedenler, cinsiyet, yaş ve/veya tüketicinin vücut tipine göre “Beden sınıflandırılması” ile gruplandırılır (Brown vd. 2001).

Beden sınıflandırılması numaralarla, harflerle veya her ikisinin de birlikte kullanılmasıyla kodlanır (Chun-Yoon vd. 1994).

Dünya da 3 temel beden sistemi vardır. Bunlar;

1. ABD bedenleri (6-8-10-12-16-18-20),
2. İngiliz bedenleri (32-33-35-38-39) ve
3. Avrupa veya Kıtalararası denilen beden (34-36-38-40-42-44-46-48)’dir (Brown vd. 2001).

Kadın giyiminde Avrupa’da ve ülkemizde daha çok “36-38-40-42-44-46-48-50-52” beden şeklinde ifade edilen bir numaralandırma sistemi kullanılmaktadır (Sezer vd. 1992).

Günümüzde beden harfleri genellikle XS=extrasmall, S=small, M=medium, L=Large, XL=extra large, XXL=extra extra large, XXXL= extra extra extra large şeklinde de sınıflandırılır. Tüketiciler (özellikle ara beden olanlar) XS, S, M, L, XL bedenlerine tam bir uygunluk bulamayabiliyorlarda (Brown vd. 2001).

Türkiye’de kadın giyim ürünlerinde ölçü birimleri Avrupa standartlarıdır. Bayan giyim sektörü Alman bedenleme sistemini referans almaktadır. Ancak Türk kadınının beden ölçüleri Alman kadın ölçülerinden farklı olduğu için, her farklı giyim markası, bu sistemi kendi içinde yeniden standartlaştırmıştır (Asal 2002).

2.4.2.3. Hazır giyim sanayiinde moda ve marka

Moda insanların değişiklik arama ve yeni biçimler ortaya koyma tutkusudur. İnsan, modayı düşünürken insanlara ve onların çevrelerine dikkat etmelidir. Değişik tarihi devirlerdeki moda olayı yalnızca o devrin zevklerini değil o devrin kültürel ve politik durumunu da yansıtır. Bu durumlardan birinin değişmesi doğal olarak insan hayatının değişmesine bu da modanın değişmesine neden olur. Moda kelimesi Latince olayların tarzı ve şekli anlamına gelen “modos” kelimesinden alınmıştır (Yanmaz 1995).

Modada amaç yararlı olmak değil değişik olmaktır. Aslında insanlar bir yandan var olanı korumak isterken diğer yandan da farklı olmak isterler. Moda, tüm bu karşıt fikirleri birlikte yorumlayarak ortak bir duygu platformu yaratma gayreti içindedir. Modayı kullanarak ulaşılmak istenen hedef yalnızca güzel, şık, farklı ve çekici olmak değildir. Bunun yanı sıra kişinin giyim tarzı onun kişiliğini de yansıtır. Bu bir tür kartvizit, kendini takdim şeklidir (Öndoğan 1995).

Moda aktüellik güncellik çağdaşlık demektir. Geniş halk kitleleri tarafından tutulan ve uygulanan her eğitim modanın kendisidir. Modayı yakalamak günü yaşamak demektir. Modacılar kişisel yeteneklerini sanatçı kişiliklerini toplum dinamiği ile birleştirerek modayı yaratırlar (Gener 1996).

Bugün gelişmiş ülkelerde moda yaratıcıları ve tasarımcılar kendi özgün modellerini seri üretime sokarak geniş kitleleri akımlarıyla etkilemektedirler. Ancak yüzyıllarca modacıların yarattıkları tükenme aşamasına gelmiş, geleneksel tarzlarından bir türlü vazgeçemeyen İngiltere'nin moda, anlayışı birçok pazarda ilgiyi çekmemeye başlamış, Amerikan modacıların tasarımları ise ya çok çılgın ya da çok yavan bulunarak giyim tüketiminin giderek düşmesine neden olmuştur (Üstün 1995).

Marka, karmaşık bir bütün olmasına rağmen, özünde çok basit bir işaret olarak düşünülebilir. Temel işlevi ise, "birini diğerinden ayırmaktadır". En basit anlamda markalama, kimlik sorununu çözmek için kullanılan bir farklılaştırma eylemidir. Tüketicinin aynı kategoride yarışan yüzlerce ürün yada hizmeti birbirinden ayırması, onları tanıması, anımsaması, onlara karşı bir tutum oluşturması ve nihayet yeniden satın alma davranışı göstermesi için, öncelikle onları ayırması gerekir (Göksel 2003).

Tüketiciler arasında ürünün yararı ve kalitesi açısından önemli bir imaj oluşturmuş, firmanın adı ile özdeş hale gelmiş başarılı bir hazır giyim markası büyük önem taşımaktadır. Hazır giyim ürünlerinde markanın diğer ürünlere göre daha fazla önem taşıması, ürünler arası rekabetin şiddetini arttıran moda akımlarının hazır giyim ürünlerine daha hızlı değişmesinden kaynaklanmaktadır (Gönen vd. 1999).

2.4.2.4. Hazır giyim sanayiinde model (tasarım)

Giyimde model, moda akımının günlük yaşantıdaki ihtiyaca göre kümelere ayrılıp inceleyebilir. Basit modeller, spor modeller, yarı fantezi, modeller, fantezi modeller gibi (Çağlayan 1978).

Giysi tasarımı en önemli faktör insandır. Buradaki insan faktörünü önemli kılan; insanın ister korunmak, ister örtünmek ister süslenmek amacıyla olsun kullandığı giysinin birincil gereksinimler içerisinde yer alması ve giysi tasarımının insan için yapılmasıdır (Aydın vd. 1993).

Giysinin tüketiciye uygunluğu ve fonksiyonelliği, insan vücudunu iyi tanımak, hareket alanlarını bilmek ile mümkündür. İnsan vücudunun ayakta, oturarak, yatarak, hareketli ve hareketsiz durumlarda almış olduğu pozisyonlar vardır. Bu pozisyonlar giysi tasarımının en can alıcı noktalarından biridir (Aydın vd. 1993).

Model tasarımında daima göz önünde bulundurulması, seçiminde dikkat edilmesi ve titizlik gösterilmesi gereken moda ve modelle ilgili faktörler bulunmaktadır (Sezer vd. 1992).

Bu faktörler;

- 1- Renkler
- 2- Çizgiler
- 3- Dokular (Kumaş dokusu)'dır (Aydın vd. 1993, Sezer vd. 1992).

2.4.2.4.1. Renkler

Renk bilimi temellerini fizik ve kimyadan almıştır. Bunları fizyoloji takip eder. Çünkü görme, gözün fizyolojik yapısına bağlıdır. Renk hisleri fiziki ve fizyolojik şartlara bağlı ise de, renk bilgisi ruhi temellere bağlıdır. Seçilen renklerin insanların iç dünyasını yansıttıkları bilinmektedir. Renklerin insan üzerine etkilerine bakacak olursak, sıcak renklerin canlılık ve neşe, soğuk renkleri ise dinlendirici ve huzur verici özellikleri mevcuttur. Genellikle sıcak renkler yakın, soğuk renkler uzakmış hissi verirler. Kırmızı, sarı turuncu gibi sıcak renkler, sevinç uyandıran, enerji veren, kararlı dışa dönük ve yaşama gücü olanların tercih ettiği renklerdir. Mavi ve yeşil gibi soğuk renkler ferahlık, rahatlık, huzur ve mutluluk veren renklerdir. Bunun aksine mor keder ve içine kapanıklığı ifade eder. Siyah acı ve nefretin sembolüdür. Beyaz siyah gibi çoğu zaman renk dışı olarak kabul edilir (Oğuztörelî 1995).

Giysiyi almak isteyen tüketiciyi ilk anda etkileyen öge renktir. Kişinin ruh halini ortaya koyan ve açıklayan bir ögedir. Giysi tasarımcısı bu ögeyi aynı zamanda çizgi ögesinde olduğu gibi vücut problemlerini ortadan kaldırmak ve görüntüyü yanıltmak amacıyla kullanılır (Aydın vd. 1993, Sezer vd. 1992). Renkler, kişinin vücut yapısının görünüşünü etkilediği dikkate alınarak, vücut yapısına göre seçilmelidir. Çok koyu ve çok açık renk tonları vücut hatlarını belirginleştirir. Sıcak renkler vücudu olduğundan daha büyük gösterdiğinden büyük bedenler tarafından tercih edilmemelidir. Soğuk renkler ise vücudu olduğundan zayıf gösterir (Kırzıoğlu 1992). Çünkü soğuk renkler cisimleri küçük gösterir.

Siyah bir elbise kişiyi olduğundan daha ince gösterir (Sezer vd. 1992).

Zayıf görünmenin yolları konusunda yapılan bir araştırmaya göre, tek renk giyinmeye dikkat edilmeli, bu mümkün değilse bir rengin farklı tonları giyilmelidir. Bu, daha uzun ve ince gösterir (Anonim 2003).

2.4.2.4.2. Çizgiler

Bir model çeşitli dikişlerin meydana getirdiği bir bütündür. Bu dikişler, bir yandan vücut hareketlerini kolaylaştırır diğer yandan modelin daha güzel görünmesini sağlar.

Tasarımcı giysinin stilini kup vb. yerleri göstermek amacıyla, dikdörtgen, daire, dikey, yatay çizgiler kullanır. Ancak tasarımcının bu amaçlar için kullandığı çizgiler ayrıca vücut problemlerini ortadan kaldıracı ve yanıltıcı bir özelliği de sahiptirler (Aydın 1993). Düz çizgiler boyuna kullanıldığında görünüşü uzattığı, enine çizgilerin ise görünüşü kestiği ve geniş gösterdiği bilinir. Kullanılan çizgilerin sayısı, incelikleri, kalınlıkları, çizgiler arasındaki uzaklık ve yakınlık durumları ayrı ayrı görünüşü etkilemektedir. Genel olarak yuvarlak çizgiler, düz çizgilerden daha hareketli ve canlı bir etki yaratır. Bunun yanında yarattıkları yuvarlaklık hissi yüzünden şişman kişileri daha şişman gösterir (Sezer vd. 1992).

2.4.2.4.3. Dokular

Tasarımcı düşüncesinin ürünü olan hammaddesinin dokusunu çiziminde gerçekmiş gibi bir görüntü ile sergilemelidir. Aksi takdirde ürünün hammaddesi ile ilgili görüntü yanlış algılanır doğru iletişim sağlanamaz. Tasarımcı dokuya esas görüntüyü sağlayan lif özelliğini çok iyi bilmek zorundadır. Giysi tasarımında ve üretiminde seçilen doku giysinin tüm bölümlerinde aynı özelliği göstermeli ve taşınmalıdır (Aydın vd. 1993).

2.4.2.5. Hazır giyim sanayiinde kullanılan hammaddeler

2.4.2.5.1. Ana maddeler

2.4.2.5.1.1. Kumaş

Tekstil liflerinin düzgün bir yüzey ve değişmez kalınlıkta ince bir doku oluşturacak biçimde bir araya getirilmesiyle elde edilen her tür yapıya kumaş denir (Sezer vd. 1993). Piyasada bulunan kumaşlar; cinsine (yünlü, pamuklu vb. şekil örgü tekniklerine (saten triko, çuha vb.), kullanılacakları ve renklerine (allı, morlu, sarılı vb.) göre isimlendirilirler (Çağlayan 1998).

Kumaşın cinsi, çizgiler ve desen kadar önemlidir. Büyük bir bedende (44 bedenden büyük bedenlerde) tüylü ve kalın kumaş tavsiye edilmez. Kumaşın lif özelliği, kalınlığı, inceliği pürüzlü veya düz yüzeyli oluşu, yumuşaklığı sertliği gibi özellikleri üretimi yapılacak giysi türünü modelini ve giysi beden numaralarının seçimini etkileyecektir. Pürüzlü yüzeyli buklet gibi kumaşlar vücudu olduğundan daha geniş göstereceğinden 44 beden ve üstünden ziyade küçük bedenlere önerilir (Sezer vd. 1992).

Desenli kumaşlar, düz renkli kumaşlardan daha şişman gösterir. Açık ve parlak renkler ile kuvvetli kontrastların kullanıldığı büyük motifler görünüşü büyütür. Bu

bakımdan şişman bedenler için düşünülmemelidir. Puanlı kumaşlarda da puanlar büyükse şişman gösterir, küçük puanlar görünüşü değişmez (Sezer vd. 1992).

Kökenlerine (liflerine) göre bazı kumaş cinsleri:

Pamuklu kumaşlar: Pamuktan dokunan veya pamuğa çeşitli bitkisel lifler karıştırılarak elde edilen kumaşlardır. Bu kumaşlar hafif ve sağlam olup, serin tutma ve ter emme özelliğine sahiptir. Bunlar; patiska, amerikan bezi, tülbent, memerşahi, opal, pazen, etamin, pike, margizet, basma, gaz gibi kumaşlardır (Sevgi 1979, Bayraktar 1996).

Yünlü Kumaşlar: Bu kumaşlar, daha esnek, dayanıklı ve sıcak tutma özelliğine sahiptir (Bayraktar 1996). Bunlar gabardin, tüvid, flanel, kaşe, dra, çuha, aba, alpaga, krep, kaşmir, ekose gibi kumaşlardır (Bayraktar 1996, Asal 2002).

İpekli kumaşlar: Tabir ve yapay ipek liflerinden veya bunların karıştırılmasıyla yapılmış kumaşlara ipekli kumaşlar denir.

Keten Kumaşlar: Keten çok azda kenevir liflerinden dokunan kumaşlardır. Yıkanmaya elverişlidir. Yazın serin tutması nedeniyle sıcakta aranan kumaşlardır. Keten dokumacılığı, çamaşırılık, çarşafılık, elbiselik gibi kişisel gereksinimleri karşılamak amacıyla kullanılmaktadır (Arlı vd. 1999)

Örme Kumaşlar: Örme kumaşlar genel karakter olarak diğer tekstil dokumalarına oranla, hem enine hem boyuna daha elastik, esnek ve doldun, yumuşak bir tutuma sahiptirler.

Madensel Kumaşlar: Dış görünüşleri parlak, yüzeyleri ışığı yansıtan görünüme sahiptir. Genelde fantezi kadın kıyafetlerinde kullanılır. Bunlar brokar, lame, dore gibi kumaşlardır (Bayraktar 1996).

Karışık Kumaşlar: Çeşitli liflerin karıştırılmasıyla dokunmuş kumaşlardır. Karışık kumaşlarda iki ayrı doğal lif bir arada dokunduğu gibi, doğal liflerle yapay liflerde karıştırılabilir. Karışık kumaşların hangi liflerden dokunduğunu anlamak için çözgü ve atkı ipliklerinin ayrı ayrı yakma deneyi ile incelenmesi gerekir (Bayraktar 1996).

2.4.2.5.2. Yardımcı malzemeler

Hazır giyim sektörünün modayla iç içe ve sezona yönelik nedeniyle düzenli modern çalışma sistemini içinde barındırması gerekmektedir. Bu ise büyük ölçüde, çalışmanın sürekliliğini sağlayacak malzeme akışı ile gerçekleşebilmektedir. Yardımcı malzemelerin yurt dışından temin edilmesi ise teslimatta gecikmelere yol açmakta ve yer yer üretim kesintisine ve yüksek maliyetlere sebep olmaktadır (Lokmanoğlu 1996).

Hazır giyimde kullanılan yardımcı malzemeler astar, tela, dikiş ipliği, düğme fermuar ve benzeridir (Sezer vd. 1992).

2.4.2.5.2.1. Astar

Giysilerin içine temiz bir görünüm vermek, süslemek, kullanım kolaylığı sağlamak için kullanılan ince kumaşlara astar denir (Bayraktar 1996).

Astar kumaşı elektriklenmemelidir aksi takdirde giysiye veya vücuda yapışarak istenmeyen kırışıklıklar meydana getirir.

2.4.2.5.2.2. Tela

Bir yüzü düzgün diğer yüzü yapışkan özelliği bulunan plastik maddeyle kaplı, giysinin belli parçalarını (yaka, kol ağzı, apolet vb.) sert tutan kumaşlara tela denir.

2.4.2.5.2.3. Dikiş ipliği

Dikiş ipliği; yapay veya doğal kaynaklı ya da her ikisinin karışımı olan liflerden yapılmış, istenen katsayısına göre bükülmüş, taşınması istenen özelliklere göre bitim işlemlerinden geçirilmiş, yumak, bobin, masura veya çile haline getirilmiş konfeksiyon ve el dikişinde kullanılan ipliklerdir. Dikiş giysinin kalitesini ve dayanıklılığını belirlemektedir (Sezer vd. 1999).

2.4.2.5.2.4. Düğme

Düğme giysilerde kullanılan bir kavuşturma ve süsleme aracıdır. Bollukları gidermek, giyip çıkarmayı kolaylaştırmak için kullanılan bu düğmelerin bir kısmı daha sonra süsleme unsuru olarak kullanılmaya başlanmıştır (Sezer vd. 1992).

2.4.2.5.2.5. Fermuar

Düğme veagraflarda olduğu gibi giyim eşyalarının kapanacak yerlerine kullanılır bu fermuarların esas kısımları kumaşın kenarına tutturulmuş olan iki dişli dizisiyle, bunu açıp kapamaya yarayan sürmeden ibarettir.

3. KAYNAKÇA ÖZETİ

Giysi performansı ile ilgili tüketici şikayetlerinin belirlenmesi üzerine yapılan bu araştırma Colombia ve Ohio bölgesinde oturan 18 yaşından büyük olan 543 kadına uygulanan anketlerden elde edilmiştir. Tüketicinin giysinin performansı hakkında satıcıya şikayetlerini iletme eğilimi birçok tüketici özelliği ile ilgili olarak araştırılmıştır. Giysi performansları hakkında şikayetlerini iletenlerin ve iletmeyenlerin kişilik özellikleri farklı çıkmıştır. İletmeyenler, şikayet etmekten hoşlanmayanlar, utangaç ve kendine güvensiz, tekstil seçimi ve bakımıyla ilgili bilgisi olmayanlar ve hataları göz ardı eden kişilerdir. Ayrıca araştırmaya göre iletenlerin gelirleri şikayetini iletmeyenlerden daha yüksektir. Bu nedenle bu araştırmayla birçok tüketicinin ürünün performansından memnun olmadıklarında satıcıya şikayette bulunmadığı savı desteklenmiştir. Tüketicilere satın alma kararlarını söyleme fırsatı tanımak ve onların memnuniyet düzeylerini en üst düzeye çıkarma şanslarını arttırmak için bilgi, seçimi, güvenlik ve kusuru düzeltmek ile ilgili olan temel hakların korunması gereklidir (Wall vd.1979).

Marcia O. Perry ve arkadaşlarının giysi merakı ve kendini gerçekleştirme ve demografik değişkenleri (yaş, eğitim, gelir ve meslek) içeren seçilmiş bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için yaptığı bu araştırmada 90 kadın üç teste tabi tutulmuştur. Bunlar tüketicinin kendini gerçekleştirme testi, giysi merakıyla ilgili algısal hazırlama ölçümü ve Creekmore giysi merakı alt ölçeği testleridir. Yapılan bu çalışmanın sonuçları gösteriyor ki, Creekmore Alt ölçeği ile ölçülen giyim merakı kendini gerçekleştirme düzeyinin artışıyla negatif olarak ilişkilidir. Yani yeteneklerinin ve yapabileceklerinin en üst sınırına ulaşan ve psikolojik olarak sağlıklı olan bireylerin giysi merakı daha az olur. Fakat, Algısal Hatırlama ölçümü ile ölçülen kendini gerçekleştirme giysi merakı ile benzer anlamlı bir ilişki göstermemiştir. Kendini gerçekleştirme giysi merakının tahmin edilmesinde tek başına ya da başka değişkenlerle birlikte demografik değişkenlerin herhangi birinden daha iyi bir tahmincidir, bu da gösteriyor ki kişilik kişinin kendi giysisiyle ilgilenmesinin en önemli belirleyicisidir (Perry vd. 1983).

Lynne Richards ve arkadaşları (1885-1900) Kızılderili Ulusu kadının gündelik giyiminin Doğu Amerika gazetelerinde moda olduğu açıklanan giyim tarzıyla benzerlik gösterme derecesi araştırmış ve Kuzey Amerika (KAKU) Kızılderili Ulusu, gazetelerinde moda haberleri olarak yayınlamışlardır. Sonuçlara göre Kızılderili Ulusunda giyilen giysiler moda olduğu açıklanan giysilere göre daha rahattı, daha az kumaş kullanımı gerektiren daha basit tasarımlı giysi unsurları ve daha dayanıklı süslemeler içermekteydi. Araştırmacılar bu farklılık varmışlardır. Bu sonuçlar moda olan bir ürünün hedeflenen bir pazara olduğu gibi sunulmasının, o ürün hedeflenen kitlenin çevresel koşullarına ihtiyaçlarına ve değerlerine uygun değilse tüketicinin kazanımı ya da satın alma davranışını sağlamayacağını göstermekteydi. Bu araştırma modanın giysi seçiminde önemli bir faktör olduğunu gösteriyor. Richards L. Ticari giysi ve kumaşlar temine den sınırlı sayıdaki perakende mağazalarının kadınları doğal çevresel kaynaklarla uyumlu olmaya yönelttiğini açıklamıştır. Çalışmanın sonucu Kızılderili kadınların kullanışlılık adına moda olan giysi anlayışlarını değiştirdiğini gösteriyor. Rahat hareket etmeyi zorunlu kılan zorlu ev işleri, mekanik dikiş donanımının azlığı ve yazın görülen sıcaklık ve nem kadın giysisinin Doğu Amerika'da moda olan giysilerden daha bol, daha az karmaşık ve daha çok yıkanabilir ve dayanıklı olmasına neden olmuştur (Richards vd. 1997).

Bu çalışmada ev kadınlarının giysi doyumlarının sosyo-ekonomik ve sosyal psikolojik belirleyicilerinden bazıları araştırılmıştır. Veriler 204 çekirdek ailedeki kadınlardan toplanmıştır. Sonuçlar giysi ile ilgili doyumun seçilen sosyo-ekonomik ve sosyo-psikolojik değişkenlerin bir fonksiyonu olduğu hipotezini desteklemektedir. Önem sırasına göre bir ev kadını eğer, maddi gücünden memnunsa, ailesinin onun için harcadığı yıllık giyim harcamalarının oranında daha üst sıradaysa, giysi gelirlerinin yeterli olduğuna inanıyorsa, giyim tarzı kısıtlanmıyorsa, gönüllü çalışmalara haftalık olarak daha fazla zaman harcıyorsa, yeni moda olan giysileri ilişkide bulunduğu kişilerden daha önce satın alıyorsa ve hangi giysi türlerinin onun için satın alınması gerektiğinde kendisinden başka biri karar veriyorsa, o ev kadınının giysisinden daha çok memnun olduğu bulunmuştur. Giysi doyumunun başkalarıyla etkileşiminden etkilenmesi de bağımlı değişkenin sosyo-psikolojik yapısını desteklemektedir. Bu fikri yeni moda giysileri arkadaşlarından daha önce

satın alan ev kadınlarının giysi doyumlarının daha fazla olduğunun bulunması doğrulanmıştır. Bununla ilişkili bir buluntuda şudur; Ev kadınları ailenin kendileri için harcadığı yıllık giyim bütçesi oranında kendilerini ne kadar üst sıraya yerleştirirlerse, giysilerle ilgili olan doyumları da o kadar fazla olmaktadır. Kısıtlamalar genel giysi doyumunun önemli bir belirleyicisi olarak görülür (Lowe vd. 1981).

Yaşlı tüketicilerin giysi tüketimine yönelik davranışlarını incelemek ve sorunlarını belirlemek amacıyla Özgen ve Ufuk 1999 da 60'ı kadın 49'u erkek toplam 109 denek üzerinde bir araştırma yapmıştır. Araştırma bulguları yaşlı tüketicilerin giysilerini daha çok hazır aldıklarını, giysiler için para harcamaktan hoşlandıklarını, giysi satın almadan önce piyasa araştırması yaptıklarını, giysilerde aradıkları en önemli özelliklerin rahatlık-kullanışlılık, vücut ölçülerine uygunluk ve ekonomik fiyat olduğunu ve çoğunluğunun hazır giysileri beğendiklerini, bununla birlikte en çok etek, pantolon, bluz, gömlek, elbise, takım elbise ve pantolon ölçüleri, modelleri, dokumaları ya da dikişleri ile ilgili sorunları olduğunu göstermiştir. Buna ilaveten deneklerin en önemli sorunları, ölçülerin uygun olmaması ve fiyatların çok yüksek olması şeklinde belirlenmiştir. Yaşlıların hazır giyim tercihlerine bakıldığında, hem kadınların hem d erkek tüketicilerin daha çok bol, rahat ve klasik modelleri; mevsimlik yünlü ve sentetik olmayan kumaşları; siyah, lacivert ve kahverengi gibi koyu renkleri ve bütçelerine uygun fiyatlara sahip hazır giysileri tercih ettikleri belirlenmiştir (Özgen ve Ufuk 1999).

Altınay ve İşbilen'in yapmış olduğu bu araştırma tercümelere dayanarak, onar yıllık periyotlarda belirlenen her bir dönemin karakteristiğini taşıyan modeller tespit edilmiştir. Bu kadın giysi modelleri “etek, bluz, elbise ve ceketten oluşmaktadır. Kadın giyiminin temel elemanlarından olan bu parçaların seçilme nedeni; birbirlerine benzer formlar içermeleri ve bunlardan yararlanılarak karşılaştırılabilir olmalarıdır. Bu dört tür mamul kadın giyimindeki form değişimleri, yüzyıllık süreyi kapsayarak, toplam 22 tür değişken (ölçü) açısından incelenmiş ve sonuçlara varılmıştır. 20. yy'da en uzun etek boylarının “101,50 m” ile 1900-1910 yılları arasında kullanıldığı görülmüştür. Yüzyıllar boyunca, en uzun süre ile en kısa etek boylarının (42 cm)

“1960-1970” yılları arasında kullanıldığı tespit edilmiştir. Omuz genişliği açısından incelendiğinde 1900’lü yıllarda kadın üst giyimlerinin en natural omuz genişliğinde olduğu, bununla beraber 19. yy. karakteristik, bedene sıkça oturan üst giyimlerinin 20. yy. başında da etkilerini oldukça fazla göstermesi olduğu saptanmıştır. Bu kadın giyimlerinin beden boylarındaki değişimler hemen hemen birbirine paralel gerçekleşmiştir. 1900’lü yıllarda giysiler doğal beden boylarında; 1920’li ve 1960’lı yıllarda ise I. Ve II. Dünya savaşlarının etkisiyle erkeksi görünüme bürünme isteklerinin sonucu düşük bel kullanıldığı saptanmıştır. Sonuç olarak giysi formlarının; sosyo-ekonomik şartlardaki değişiklikler ile şekillenen, kendini yenileyen, sürekliliğini sağlayan; belli bir yaşam biçimi ve standardını paylaşan insan toplulukları tarafından oluşturulan bir yapı olduğu kanısına varılmıştır (Altınay ve İşbilen 1996).

Ankara’daki hazır giyim firmalarının ürün tutundurma faaliyetleri üzerinde yapılan bu araştırmada, tüketicinin satın alma kararlarını etkileyen faktörlerin başında %47’si fiyatlar olmak üzere, % 17,6’sı beğeni, zevk, % 11,8’i moda, % 11,8’i reklam, %11,8’i de markanın geldiğini belirtmiştir. Sonuçlara göre giyim eşyası alırken, tüketicinin beğeni, zevk ve modadan önce fiyatlara önem verdiği ortaya çıkmıştır (Vural vd. 1996).

Hazır dış giyim alışverişi ve kullanımına ilişkin bilgi ve düşünceleri, karşılaştıkları problemleri saptamak amacı ile 96 bayan akademik personel üzerinde (Ankara Üniversitesi Ziraat Fak. Ev Ekonomisi Y.O. ‘unda bulunan) bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada deneklerin % 65,62’si hazır dış giyimi tercih etmektedir. Deneklerin hazır giyimi tercih etmelerinin nedenleri de % 59,38’i deneyerek almak mümkün olduğu için, % 50.0’si çeşit çok olduğu için, % 35,42’si zamandan tasarruf sağladığı için, % 11,46’sı dikiş bilmediği için, % 2,08’i ise fiyatı uygunluğu şeklinde belirlenmiştir. Deneklerin hazır giyimde aradıkları en önemli özellikler % 93,75 ile kalite faktörü, % 68,75 ile fiyat, % 65,63 ile rahatlık, % 43,75 ile model, % 21,88 ile modaya uygunluk olarak saptanmıştır. Araştırmaya göre deneklerin hazır giyimde tercih ettikleri kumaş çeşitleri yazın % 94,79 oranla keten, kışın % 83,33 ile gabardin ilk sırayı almıştır. Araştırmada deneklerin hazır giyim eşyaları ile ilgili genel

problemleri Şu Şekilde bulunmuştur. Denekler % 43.75 ile ölçülerinin uygun olmaması, % 20.83 ile fiyatların yüksek olması, %18.75 ile kumaşların kalitesinin uygun olmaması, % 16.67 ile dikim hatalarının bulunması, % 9.38 ile yeterli renk seçeneklerinin bulunmaması problemleriyle karŐılaŐtıklarını belirtmişlerdir (Söylemezoğlu ve Kayabaşı 1996).

Yetişkin kadınların hazır dış giyim piyasasına ilişkin görüŐlerini saptamak amacıyla yapılan bir araştırmada, 20-45 yaş grubundaki toplam 254 kadın araştırma kapsamına alınmıştır. Araştırma kapsamına alınan deneklerin % 46.31'i hazır dış giyim piyasasını tercih edici bulmaktadır. Karşılıklı görüŐmeler sırasında denekler firmaların beden ölçülerinin birbirini tutmadığını belirtmişlerdir. Deneklerin hazır dış giyimde aradığı özellikler 520 kalite, 409 rahatlık ve 305 fiyat olarak belirlenmiş ve elde edilen bu bulgular kalitenin fiyattan daha önemli olduğunu ortaya koymuştur. En çok problemle karŐılaŐılan hazır giyim eşyalarının başında % 88.73 oranı ile etek gelmektedir. Deneklerin satın aldıkları eteklerin bel, basen ve boy ölçüsü ile ilgili problemleri vardır. Deneklerin % 30.08'inin etek ceket takımı satın aldıklarında alt ve st bedeninin uymaması ile ilgili problemleri olduğu saptanmıştır. Araştırmaya göre en çok satın alınan ve en az problemle karŐılaŐılan giyim eşyası kazaktır. Deneklerin sadece % 2.81'i satın aldıkları kazakların göğüs ölçüsü ile ilgili problemleri olduğunu belirtmişlerdir (Gönen vd. 1991).

Bu araştırma Amerika'da satılan kadın giysilerinde beden sınıflama sisteminin geliŐimi gözden geçirilmiŐtir. Bu, giderek azalan bir beden numara kodu, büyük ve kk bedenin önemi ve ayrı tanıtılan bedenler gibi 3 açık eğilimi gösteriyor. Bir giysi tüketicisi giysi seçerken, o giysiyi denemeden önce giysi bedeni hakkında bir etiket bilgisine sahip olmalıdır. Bu çalışmada giysi bedenlerini tanımlamanın yolu beden sınıflama sistemi olarak isimlendirilmiŐtir. Yoğun giyim üretimi baŐladıđında kadının hazır giyim giysi bedeni vücut ölçüleri yaşa ve özellikle göğüs ölçüsüne göre sınıflandırılır. Kısa zamanda kadın, kız ve genç kız gibi çeşitli beden sınıflaması sunulur. Bu çeşitli sınıflamayla ilişkili olan giysi bedenleri farklı bir Şekilde sınıflandırılır. Onlar genellikle numaralarla, harflerle ya da ikisinin birleŐtirilmesiyle kodlanır. Hazır giyim giysi endüstrisinin ilk zamanlarında, kadın giysi bedeni hemen

hemen her zaman göğüs ölçüsüne göre sınıflandırılmıştır. Göğüs ölçüsünün seçiminin bir nedeni o dönemde yoğun giysi üretiminde daha pratik bir çözüm olabileceği içindir. Tüketici için daha uygun olması için çoğu kadın hazır giyim giysilerine Missed (Genç kız), Junior (Küçük kız), Women (kadın) olmak üzere birkaç sınıflama getirilmiştir. Her sınıfta beden sınıflama sistemi farklıdır. Kadın bedenleri 34'ten 48 veya 52 ye kadar sınıflandırılmıştır. Bu numaralar göğüs ölçüleriyle belirlenmiştir (Chun-Yoon ve Jasper 1994).

Topaloğlu'nun Türk Kadın ölçüleri standardizasyon çalışmaları üzerinde yaptığı araştırmaya göre insan vücudu kişiye ve topluma göre değişen boyut ve özelliktedir. Araştırma Ankara'da 500 kadın üzerinde yapılmıştır. Araştırmaya göre, hazır giyim sanayiinde giysi üretiminde kullanılan kalıplar yetişkin Türk kadın ölçüleri üzerinde yapılmış, araştırmalara dayanan standart kalıplar değildir. Giysi üretimi yapan firmalar kendi geliştirdikleri kalıplara göre çalışmaktadır. Ülkemizde hazır giyim sanayiinin hızla gelişmesi ve hazır giyim ürünlerinin geniş halk kesiminin ihtiyacını karşılar duruma gelmesi, bu ürünlerin her bedene uyum sağlaması arz ve talep sorunlarını ön plana çıkartmıştır. Bu sorunlardan en önemlisi şüphesiz, standart beden ölçülerinin bilinmesi ve bu ölçülere uygun kalıp sisteminin geliştirilmesidir. Araştırmaya alınan 500 yetişkin kadının hesaplanan yardımcı beden ölçüleri, vücut ölçülerinden alınan ölçülerden düşük olduğu, bu değerlerin birbirine intibak etmediği belirtilmiştir. Deneklerin göğüs, bel ve kalça çevresi ölçülerinin burada model beden numaralarına uygunluğu yönünden göğüs çevresinin 34 bedenle 52 beden arasında geniş varyasyon gösterdiği, araştırma kapsamına alınan kadın bireyleri göğüs çevresinin büyük oranda 40 bedene uyum gösterdiği diğer beden numaralarında uyum oranının azaldığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak yetişkin kadın bireylerin vücut ölçüleri moda mecmualarındaki beden numaralarının ölçülerine bütünüyle intibak etmemektedir (Topaloğlu 1995).

Yazıcıoğlu ve Şener'in kadınların vücut özelliklerine uygun standart kalıp çizim sistemi geliştirme üzerine yaptığı bu araştırmada yaşları 19-60 arası dağılım gösteren 500 Türk kadınından belirli kurallara uygun olarak 33 boyutta 16.500 ölçü bizzat araştırmacı tarafından alınmıştır. Genellikle insan vücudu belirli oranlar içerisinde

birbirlerine büyük benzerlikler göstermekle birlikte, ayrıntılarda önemli oranlarda birbirlerine ayrılmaktadır. Uzun-kısa, şişman-zayıf vücut tipleri içinde geniş göğüs, dar kalça, ince bel veya dar göğüs, geniş kalça, geniş bel ve karın gibi değişik vücut özellikleri söz konusudur. Bu nedenle Türk toplumunun vücut özelliklerine göre ve Antropometrik yapısına uygun standart ölçülerin tespit edilerek hazır giyim sektöründe kullanılabilecek yeni bir kalıp sisteminin geliştirilmesine ihtiyaç vardır. Araştırma sonucunda diğer ülkelerin kalıp sistemlerinin, Türk kadınının vücut özelliklerine uygun olmadığı bir kez daha ortaya çıkmıştır. Kadınların vücut özelliklerine uygun olan, ona güzel bir görünüm kazandıran, basit, kolay anlaşılıp, uygulanabilen bir kalıp çizim yöntemi geliştirmenin gerekli olduğu kanısı iyice pekiştiğinden çalışmalar bu konuda yoğunlaştırılmıştır. Mevcut ölçüler ve kalıp sistemleri detaylı olarak incelendikten ve kadınların vücut özellikleri en ince ayrıntısına kadar etüt edildikten sonra Müller, İngiliz ve temel blok sistemleri dikkate alınarak özgün bir kalıp çizim yöntemi geliştirilmiştir. Geliştirilen özgün kalıp çizimi yönteminde temel ve yardımcı ölçüler kullanılarak Amerikan bezinden seri olarak '9' örneklem grubu dışından seçilmiş 154 kadına tüm boy ve göğüs çevresi ölçüsü esas alınarak temsil ettiği gruba ait temel beden kalıbı giydirilerek kontrol edilmiştir. Kontrol sonucunda elde edilen kalıp sisteminin istenen özellikleri taşıdığı halihazır mevcut kalıp sistemleri içerisinde kadınların bedenlerine en iyi uyum sağladığı bu sistemle kalıp üretiminin öğretilmesinin oldukça kolay olduğu sonucuna varılmıştır. Geliştirilen bu yöntemle göre giysi satın alacak müşteri bütün boy ve göğüs çevresi ölçülerini söyleyerek "9" beden grubu içerisinde vücut özelliklerine uygun olan giysiyi bulabilecektir (Yazıcıoğlu vd. 1996).

Brown ve Rice'in hazır giyimde giysi analizi adlı kitabında, giyim; iç giyim, dış giyim, kadın giyimi, erkek giyimi, çocuk giyimi, genç giyimi gibi sınıflara ayrılarak işlenmiştir. Kitapta kadın giyimi genellikle 4 ticari sınıf içinde yer almaktadır. Bunlar Junior (küçük), Missed (genç kız), Petites (minyon), Largesizes (büyük beden)'dir. Bu dört sınıflama 3 temel beden tipinin sınıflanmasına neden olur. Bu sınıflandırma Junior, Genç kız ve kadın bedenidir. Bu beden tipleri genel vücut tiplerini açıklar. Çoğu elbise ve dış giyim bu bedenlere göre sınıflandırılır. Bedenler, cinsiyet, yaş ve tüketicinin vücut tipine göre "beden sınıflandırılmasıyla "gruplandırılır. Çoğu üretici

beden sınıflandırması yapmıyor ve çoğu perakendeci beden sınıflandırmasında her bedeni kullanmıyor, çünkü çok az tüketici aşırı derecede küçük ve aşırı derecede büyük beden istiyor. İstekli beden standartlarını kapsayan daha küçük ve daha büyük bedenleri henüz bazı bireyler istemektedir. Siparişli kıyafetler hemen hemen ya çok zayıf ya da aşırı şişmanlar tarafından tercih edilmektedir. Üreticiler bu insanların (aşırı zayıf ya da şişmanların) siparişlerine göre bedenli giysiler geliştiriyor fakat masraflarının çok fazla olması yüzünden bu bedenli giysiler daha popüler olan benli giysilere göre aynı numara, renk ve modelde yapılamıyor. Tüketiciler sadece farklı marka ve farklı bedenlerdeki uyumdan değil, aynı zamanda aynı sınıflandırılmış beden numaralı giysilerinden ve aynı marka ve stillerden sık sık şikayet etmektedirler. Giysi beden problemlerinden biri, standartların dışında olmasıdır. Numaralı beden sınıflandırması çoğu kadın tüketici için gerçek (uygun) değildir. Bedenleme yerleşik giysilere rehberlik sağlayacağı yerde çoğu tüketiciyi hayal kırıklığına uğratmaktadır. Brown ve Rice'a göre Dünyada 3 temel beden sistemi vardır. ABD bedenleri (6-8-10-12-16-18-20), İngiliz bedenleri (32-33-35-38-39) ve Avrupa veya kıtalar arası da denilen beden (34-36-38-40-42-44-46-48)'dir. Beden numaralama popülerliği son yıllarda giderek artmıştır. Örgü kumaşların sağladığı esneklik ve bedene uyan bolluğun popüler olması bu trendi cesaretlendirmiştir. Bu beden harfleri S= Small (küçük), M= Medium (orta), L= Large (geniş beden), XL= Extra large, XXL= Extra extra large, XXXL= Extra extra extra large gibi bedenleri içerir. Bu beden harfleri, kadın giyim, erkek giyim, çocuk giyim, unisex giysiler için hiç farkı olmadan kullanılır. Uluslar arası bir beden harflendirilmesi yapılırken o ülkede ki tüketiciler hakkında biraz bilgi sağlanır. Örneğin Avrupa insanının "small" bedeni Asya insanının "small" bedeninden daha geniştir (Brown ve Rice 2001).

Bu araştırma tekstil tüketicisine atfedilen dermatolojik sağlık problemlerinin analizidir. İki safhalı incelemede veri toplama yöntemi kullanılmıştır. Birinci safha rastgele seçilen 750 (örnek) ev halkına gönderilen mail anketlerini içermektedir. Bu kullanılabilir anketlerden elde edilen bilgiler tekstile atfedilen dermatolojik problemlerin var olan temel verilerini anlamayı sağlar. Burada onların demografik karakterlere ve iklimsel şartlara direncini anlamak ve cevaplamak arasındaki ilişki analiz edilmiştir. İkinci safha tekstil ürünüyle temasıyla ortaya çıkan dermatolojik

sağlık problemini yaşayan kişilere sunulan direkt telefon anketlerini içermektedir. Araştırmaya göre, kumaşlara, liflere ve boyalara olumsuz bir şeylerin karıştırıldığı tespit edilmiştir. Araştırmada böyle problemler tarafından meydana gelen finansal kayıplar değerlendirilmiştir. Araştırmaya göre yaşlı tüketiciler de dokumalar ile ilgili dermatolojik sağlık sorunları ile karşılaşmaktadır. Tüm bunlar hazır giyim üreticileri açısından önemli sonuçlar meydana getirmektedir (Davis vd.1990).

Hogge ve arkadaşları Kuzey Kolarado'da yaşayan yaşlı ve yaşlı olmayan erkekler üzerinde hazır giyim giysi seçimlerinde varolan uygunluk problemini anlamak bir araştırma yapmıştır. İstatistiklerin çıkarımı yaşlı ve genç erkekler arasında varolan farklılıkları veya ilişkileri incelemek için hesaplanmıştır. Yaşlı erkekler genç erkeklere göre yerel mağazalarda istedikleri beden ve renkteki giysileri daha fazla bulabilmişlerdir. Her iki gruptaki erkekler seçtikleri giysilerin içeriğindeki lif çeşitlerini açıklamışlardır. Bununla birlikte yaşlı erkekler doğal lifleri daha çok ceketteki kol uzunluğudur. Giysi satın alırken, her iki grubunda en önemli faktörü uygunluktur. Model yaşlı olmayan, erkekler için ikinci sırayı ve yaşlı erkekler içinde 8. sırayı almıştır. Yaşlı erkeklerde dayanıklılık ve uygun fiyat yaşlı olmayan erkeklere göre daha önemlidir. Her iki grubunda istediği en önemli unsur uygunluktur (Hogge vd. 1988).

Bu araştırma kadınların satın almaktan hoşlandıkları giysileri bulmaları ve alışveriş yanılığ durumlarını, başarılı giyim üretiminde profesyonel kadınların algılarını açıklamak için yapılmıştır. Bu araştırma, ürünle ilgili kriterler ve durumlar kullanılarak ürün cinsleri arasındaki farkları ortaya koymak için yapılmıştır. Başarılı bir ürün, daha ayrıntılı ve kişiyi daha fazla memnun eden durum olarak açıklanmıştır. Alışveriş yanılığ ve memnuniyeti gibi alışveriş modellerindeki değişiklikler başarılı satın alma algısına sahip olgun tüketici üzerinde araştırılmıştır. Ne kadar az sıklıkta alışveriş yapılırsa alışverişten önce giysiyi denemek, görmek ve dokunmak gibi somut tecrübeler o kadar az güven anlamına gelir. gelecekteki Pazar ve ürün belirlemede tüketicinin ne düşündüğü daha önemlidir. Örneğin renk veya yüzey modelleri gibi somut açık özellikteki giysilere konsantre olmuş tüketiciler, işe giderken giyinen daha genelleşmiş soyut özellikteki giysilere konsantre olmuş

tüketicilerden daha farklı alışveriş yapar. Böyle soyut açılı formasyon, başarılı bir giysi ürününün oluşturduğu algıya ve geçmiş tecrübelere güveni oluşturur. Kategorilere ayrılabilen giysi ve giysi tutumu bazen kişisel tecrübelere göre zamanla değişebilir. Oysa daha az tecrübeli olan tüketici başarılı satın almayı “yeni görünüyor, neşeli” veya “beni mutlu ediyor” gibi doğrudan (yani sadece o anlık) bir memnuniyetle belirlerken, mevsimlik tüketici (mevsiminde alışveriş yapan) “çalışırken giyerim” veya “gardrobunda bulunsun” gibi diğer memnuniyete odaklanır. Böylece başarılı bir giyim durumu daha tecrübeli tüketiciler tarafından belirlenir (De Long vd. 1991).

Şule Civitçi'nin yaptığı araştırmada tüketicilerin hazır giyim ürünü satın alma tercihlerinde markanın önemini vurgulamıştır. Araştırma Ankara'da 18 yaş ve üstü 3-72 tüketici üzerinde yürütülmüştür. Araştırma sonucunda, tüketicilerin çeşitli önemli özelliklerine ulaşılmıştır. Bunlar; genellikle 6-12 ayda bir alışverişe çıktıkları, hazır giyim ürünü satın alırken çoğunlukla bilgi kaynağı olarak geçmişteki deneyimlerinden yararlandıkları, diğer alışverişlerinde ise piyasa araştırması yaptıkları, alışverişe aileden biri ile ya da bu konuda güvendikleri bir arkadaşları ile çıktıkları, alışveriş merkezlerinden ya da export mağazalardan alışveriş yapmayı tercih ettikleri, markaya önem verdikleri, satın almadan en çok ürünün markasına, modeline ve moda olmasına dikkat ettikleri belirlenmiştir. Tüketicilerin genellikle tanınmış markalı hazır giyim ürünlerinin kaliteli olduğu, güven duygusuna verdiği ve vücuda daha uygun olduğu görüşünde oldukları tespit edilmiştir (Çivitçi 2003).

Gönen ve Özgen'in yapmış olduğu bu araştırmada hazır giyimde mark tutkusu ele almıştır. Giyim eşyası yüksek düzeyde görüntüye dayanan bir iletişim sistemidir. Sözlü iletişim durabilir, ancak giyim eşyası onu giyen ile ilgili mesaj vermeye devam eder. Bu nedenle, kaliteyi de çağrıştıran marka pek çok tüketici açısından vazgeçilmez özellik taşımaktadır. Hazır giyimde dünyanın önemli firmaları isimleri ile değil markaları ile anılmaktadır. Ünlü markalar giysinin kalitesi, renk ve desen zenginliği açısından tüketici için güvence oluşturmaktadır. Araştırma sonucuna göre bir hazır giyim ürününün markasının başarılı olabilmesi ve tutunabilmesi için sürekli geliştirilmesi ve korunması zorunludur. Dünya hazır giyim sektöründeki

gelişmelerde kaliteli ve standartlaşmaya dayanan, moda etkileri taşıyan, detaylara önem veren, bir stili olan, tüketici ihtiyaçlarını karşılayan özgün ürünlere yönelik talebin artacağını göstermektedir. Talep markaya yönelik olmakta; tüketici istediği rahatlığı ve kaliteyi, kişiliğini yansıtan, stili belli bir markada bulmaya çalışmaktadır (Gönen ve Özgen 1993).

4. MATERYAL VE METOT

Araştırma materyalini Ankara’da yoğun alışverişlerin yapıldığı hazır giysi departmanlı büyük mağazalardan alışveriş yapan 44 ve daha büyük beden giysi kullanan gönüllü 300 kadın oluşturmaktadır.

Araştırmanın bu bölümü “araştırma bölgesinin seçimi”, “deneklerin seçimi”, “anket formunun düzenlenmesi ve uygulanması”, “verilerin değerlendirilmesi” başlıkları altında verilmiştir.

4.1. Araştırma Bölgesinin Seçimi

Araştırma bölgesini olarak Ankara ilinin Kızılay ve Etlik ilçelerinde bulunan Ekol, Selin, Coşkun, Yeni Karamürsel, Elit, Gürel, Mine Mağazaları oluşturmaktadır. Araştırmanın bu bölgedeki mağazalarda yapılma nedenlerinin başında tüketicilerin genellikle bu mağazalara yönelmeleri gelmektedir. Ayrıca mağazalardaki ürün çeşitlerinin bolluğu ve kalitesiyle büyük bedenli kadınlara uygun olması nedeniyle anket yapmaya elverişli mağazalar olarak belirlenmiştir. Ek 2’de büyük beden giysilerden örneklerden sunulmuştur.

4.2. Deneklerin Seçimi

Araştırma kapsamına alınacak denek sayısının saptanmasında “Tabakalı Örneklem” de kullanılan üç yöntemden biri olan “Eşit Dağıtım Yöntemi” kullanılmıştır. Bu yöntemin kullanılmasının nedeni örnek hacminin yüksek olmayışındır (Yamane vd. 2001)

4.3. Anket Formunun Düzenlenmesi ve Uygulanması

Anket formu denekler tarafından anlaşılabilir şekilde konu ile ilgili kaynaklar ve daha önce yapılmış bazı araştırmalardan yararlanılarak düzenlenmiştir (Hogge 1988, Özgen vd. 1999). Anket formu örneği Ek-1’de sunulmuştur. Anket formu “Deneklere

ilişkin demoğrafik bilgiler”, “Deneklerin hazır giysilere ilişkin tercihleri”, “Deneklerin hazır giysilere ilişkin sorunları” ‘Deneklerin hazır giysilerin tüketimine yönelik davranışları olmak üzere 4 bölümden oluşmaktadır.Çizelgelerdeki bazı sınıflarda frekanslar 5’den küçük olduğu için khi kare testi uygulanamamıştır.

Anket formu önce her mağazada 5’er denek üzerinde uygulanarak denenerek, uygulamadaki aksaklıklar belirlenmiş, daha sonra formda gerekli düzeltmeler yapılarak esas uygulamaya başlanmıştır.

Anket uygulaması mağaza yetkililerinden izinlerin alınmasıyla 1 Ağustos 2004-28 Şubat 2005 tarihleri arasında yapılmıştır. Anket formları, araştırma kapsamına alınan deneklere araştırmacı tarafından bizzat karşılıklı görüşme yöntemi ile uygulanmıştır. Anket uygulanması yaklaşık 21-40 yaş grubunda 25 dakika; 40-72 yaş grubunda yaklaşık 35 dakika sürmüştür. Anket uygulaması 44 ve 44 den daha büyük bedenli kadınlar üzerinde yapılmıştır.

4.4. Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırma sonucunda elde edilen veriler Ankara Üniversitesi Ziraat Fak. Zootekni bölümü Biyometri ve Genetik Ana Bilim Dalı bilgi işlem merkezinde değerlendirilmiştir. Elde edilen tüm veriler yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre irdelenmiştir. Her soru ile ilgili mutlak ve yüzde değerleri gösteren çizelgeler hazırlanmış gerekli olanlar için aritmetik ortalamaları alınmıştır. Veriler SPSS (Statistical Pachage of Social Sciences) yazılımında, uygun istatistik yöntemler ile değerlendirilmiş gerekli olanlara χ^2 testi uygulanmıştır. Deneklerin birden çok seçenek belirterek yanıtladıkları sorulara ilişkin yüzde değerler, her bir seçenek için n sayısı dikkate alınarak hesaplanmıştır (Düzgüneş vd. 1993, Arıcı 2004).

5. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular; “Deneklere ilişkin genel bilgiler, “Deneklerin hazır giysilerin tüketime yönelik davranışları” “Deneklerin hazır giysilere ilişkin tercihleri” “Deneklerin hazır giysilere ilişkin sorunları” başlıkları altında verilmiŐ ve tartıŐmaları yapılmıştır.

5.1. Deneklere İlişkin Demografik Bilgiler

Araştırma kapsamına alınan büyük beden giysi kullanan kadınların yaş ortalaması 41’dir. Yaş oranları minimum 21, maksimum 72’dir. Öğrenim durumları incelendiğinde büyük beden giysi kullanan kadınların 34’ü ilkokul mezunu, 23’ü ortaokul mezunu, 127’si lise mezunu ve 116’sı yüksekokul mezunu olduğu belirlenmiŐtır. Kilo, boy, medeni durum, meslek durumu bu bölümde araştırma kapsamına alınmıştır.

5.1.1. Büyük beden, giysi kullanan kadınların kilo durumu

Büyük bedenli kadınların kilo durumunun yaş ve beden ölçüsü faktörlerine göre dağılımı çizelge 5.1.’de verilmiŐtır.

Çizelge 5.1. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Kilo Durumu.

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Kilo Durumu									
	<69 kg		70-79 kg		80-89 kg		90 ve üstü kg		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	1	2.3	17	39.5	21	48.8	4	9.3	43	100.0
31-39	9	9.3	32	33.0	39	40.2	17	17.5	97	100.0
40-49	9	9.4	28	29.2	41	42.7	18	18.8	96	100.0
50+	10	15.6	24	37.5	21	32.8	9	14.1	64	100.0
TOPLAM	29	9.7	101	33.7	122	40.7	48	16.0	300	100.0
$\chi^2 = 9.812$ SD = 9 P>0.05										
Beden Ölçüsü										
44-46	28	22.4	71	56.8	23	18.4	3	2.4	125	100.0
48-50	1	0.9	29	25.4	73	64.0	11	9.6	114	100.0
52+	-	-	1	1.6	26	42.6	34	55.7	61	100.0
TOPLAM	29	9.7	101	33.7	122	40.7	48	16.0	300	100.0
$\chi^2 = 184.853$ SD = 6 P<0.01										

Çizelge 5.1'e göre büyük beden giysi kullanan kadınların % 40.7'si 80-89 kg, %33.7'si 70-89 kg, % 16.7'si 90 ve üstünde kg'a % 9.7'si de 69 ve altı kg'a sahiptir. Yaş değişkenleri dikkate alındığında 30 yaş ve altındakilerin en çok %48.8'sinin 80-89 kg olduğu belirlenmiştir. 31-39 yaş kategorisinde olanların en çok % 40.2'sinin 80-90 kg arasında olduğu, 40-49 yaş kategorisinde olanların en çok 42,7'sinin 80-90 kg'da olduğu, 50 ve üstünün en çok % 37.5'inin 70-79 kg arasında olduğu bulunmuştur. Beden ölçüsü değişkenlerine göre 44-46 beden arasında olan deneklerin % 56.8'si 70-79 kg arasında, 48-50 beden arasında olan deneklerin %64.0'ı 80-89 kg arasında ve 52 ve üstü bedene sahip deneklerin % 55.7'sinin 90 ve üstü kg'a sahip olduğunu çizelge 5.1'de görülmektedir.

χ^2 analiz sonuçları deneklerin kilo durumlarının yaş değişkenine göre farklılık göstermediğini ($P>0.05$), beden ölçüsü değişkenine göre ise önemli ölçüde farklılık yarattığını ($P<0.01$) göstermektedir.

5.1.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların boy durumu

Büyük beden giysi kullanan kadınların boy durumunun yaş faktörüne göre çizelge 5.2.'de verilmiştir.

Çizelge 5.2. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Boy Durumu

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Boy Durumu								
	Boyu 1,59'dan kısa olan		Boyu 1,60-1,67 olan		Boyu 1,68 ve daha uzun olan		TOPLAM		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
-30	8	18.6	24	55.8	11	25.6	43	100.0	
31-39	31	32.0	44	45.4	22	22.7	97	100.0	
40-49	29	30.2	52	54.2	15	15.6	96	100.0	
50+	31	48.4	30	46.9	3	4.7	64	100.0	
TOPLAM	99	33.0	150	50.0	51	17.0	300	100.0	
$\chi^2=18.265$		SD=6		P<0.01					
Beden Ölçüsü									
44-46	44	35.2	62	49.6	19	15.2	125	100.0	
48-50	33	28.9	56	49.1	25	21.9	114	100.0	
52+	22	36.1	32	52.5	7	11.5	61	100.0	
TOPLAM	99	33.0	150	50.0	51	17.0	300	100.0	
$\chi^2=3.983$		SD=4		P>0.05					

Çizelge 5.2'den de anlaşılacağı gibi büyük beden giysi kullanan kadınların % 50.0'ı 1.60-1.67 boya sahipken % 38.0'ı 1.59'un altında boya sahip ve % 17.0'ı da 1.68 ve üstü boya sahiptir. Yaş değişkenine göre en uzun boya sahip olan denekler % 55.8 oranıyla 30 ve 30 yaş altında olanlardır. En kısa boya sahip olanlar ise % 4.7 oranıyla

50 yaş ve altında olanlardır. Beden ölçüsü dikkate alındığında deneklerin en çok 1.60-1.67 boy oranına sahip olduğu belirlenmiştir. Yine deneklerin boy ortalaması 61.597, standart hatası 0.314 ve standart sapması 5.446 olarak bulunmuş minimum ve maksimum boy değerleri min=1.45 max=1.80 olarak belirlenmiştir.

Yapılan χ^2 analiz sonuçları boy durumunun yaş değişkenine göre önemli ölçüde değiştiği ancak beden ölçüsü değişkenine göre bir farklılık göstermediğini saptanmıştır.

5.1.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların medeni hali

Büyük beden hazır giyim kullanan kadınların medeni halinin yaş faktörüne göre dağılımı çizelge 5.3'te verilmiştir.

Çizelge 5.3. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Medeni Hali

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Medeni Hali								
	Evli olanlar		Bekar olanlar		Dul olanlar		TOPLAM		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
-30	15	34.9	28	65.1	-	-	43	100.0	
31-39	79	81.4	16	16.5	2	2.1	97	100.0	
40-49	87	90.6	5	5.2	4	4.2	96	100.0	
50+	42	65.6	-	-	22	34.4	64	100.0	
TOPLAM	223	74.3	49	16.3	28	9.3	300	100.0	
$\chi^2=149.378$		SD=6		P<0.01					
Beden Ölçüsü									
44-46	90	72.0	21	16.8	14	11.2	125	100.0	
48-50	82	71.9	23	20.2	9	7.9	114	100.0	
52+	51	83.6	5	8.2	5	8.2	61	100.0	
TOPLAM	223	74.3	49	16.3	28	9.3	300	100.0	
$\chi^2=5.209$		SD=4		P>0.05					

Çizelge 5.3'ün incelenmesinden de anlaşılacağı gibi deneklerin % 74.3'ü evli, %16.3 bekar ve % 9.3'ü duldu. Yaş değişkenine göre 30 ve altı yaşların % 34.9 evli % 65.1'i bekar. 40-49 yaş aralığında olanların % 90.6'sı evli % 5.2'si bekar %4.2'si ise duldu. Yine 50 ve üstü yaşta olan deneklerin % 65.6'sı evli % 34.4'ü duldu ve bu grupta bekar olan yoktur. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 bedende olanların % 72.0'ı evli % 16.8'i bekar, 48-50 bedende olanların % 71.9 evli % 20.2'si bekar, 52 ve üstü bedende olanların ise % 83.6'sı evli % 8.2'si bekar, %8.2'side duldu.

χ^2 analiz sonuçları deneklerin medeni halinin yaş değişkenine göre önemli ölçüde değiştiğini (P<0.01) fakat beden ölçüsü değişkenine göre önemsiz olduğunu (P<0.05) göstermektedir.

5.1.4. Büyük beden giysi kullanan kadınların meslek durumu

Büyük beden kullanan kadınların meslek durumu yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre dağılımı çizelge 5.4'de verilmiştir.

Çizelge 5.4.'de görüldüğü gibi deneklerin % 25.3'ünü memur, % 25.0'ı ev hanımı, % 17.3'ü emekli, % 11.7'si serbest meslek, % 8.7'si doktor ve avukat % 8.3'ü işçi, % 3.7'si esnaftan oluştuğu belirlenmiştir. Yaş değişkeni göz önüne alındığında 30 ve altında olanların % 34.9 ile 31-39 yaş kategorisinde olanların % 40.2'si memur iken 40-49 yaş arasında olanların % 33.3'ü ev hanımıdır. 50 ve daha fazla yaşında olanların % 54.7'si emekli olarak belirlenmiştir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden olanlar en yüksek % 25.6 ile 48-50 bedenlilerin % 27.2'si memurlardan oluşurken, 50 ve üstü bedenlilerin % 25.3'ü memurlardan, % 32.8'i ev hanımlarından oluşmaktadır.

Yapılan χ^2 analiz sonuçlarına göre deneklerin meslek durumu yaş değişkenine göre önemli ölçüde farklılık gösterirken ($P<0.01$), beden ölçüsü değişkenine göre değişiklik göstermediği ($P>0.05$) ortaya çıkmıştır.

5.2. Deneklerin Hazır Giysilerin Tüketimine Yönelik Davranışları

Bu bölümde büyük beden giysileri kullanan kadınların giysi elde etme biçimleri, giysi alışverişinden hoşlanma durumları, giysi alışverişi yapma nedenleri, giysi seçiminde etkilendiği, model aldığı kimse ya da kimseler, giysi seçiminde modayı takip etme durumu, modayı nasıl izledikleri hazır giysileri beğenme durumları, satın alma, davranışını etkileyen bireyler, satın alma davranışlarını etkileyen kitle-iletişim araçları yaş ve beden ölçüsü değişkenleri dikkate alınarak incelenmiştir.

5.2.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi elde etme biçimleri

Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi elde etme biçimleri yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre çizelge 5.5'de verilmiştir.

Çizelge 5.5. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Giysi Elde Etme Biçimleri.

YAŞ	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Giysi Elde Etme Biçimleri									
	Hazır alıyorum		Diktiriyorum		Kendim dikiyorum		Hem hazır alıyorum hem de diktiriyorum		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	30	69.8	1	2.3	-	-	12	27.9	43	100.0
31-39	74	76.3	-	-	1	1.0	22	22.7	97	100.0
40-49	66	68.8	3	3.1	1	1.0	26	27.1	96	100.0
50+	36	56.3	4	6.3	-	-	24	37.5	64	100.0
TOPLAM	206	68.7	8	2.7	2	0.7	84	28.0	300	100.0
$\chi^2=12.209$ SD=9 P>0.05										
Beden Ölçüsü										
44-46	95	76.0	2	1.6	1	0.8	27	21.6	125	100.0
48-50	77	67.5	3	2.6	1	0.9	33	28.9	114	100.0
52+	34	55.7	3	4.9	-	-	24	39.3	61	100.0
TOPLAM	206	68.7	8	2.7	2	0.7	84	28.0	300	100.0
$\chi^2=9.363$ SD=6 P>0,05										

Çizelge 5.5'in incelenmesinden de anlaşılacağı gibi deneklerin % 68.7'sinin giysilerini hazır aldıkları, % 2.7'sinin diktirdikleri, % 0.7'sinin kendisinin diktiğini % 28.0'ının ise hem hazır aldıkları hem de diktirdikleri saptanmıştır . Deneklerin yaş değişkenleri dikkate alındığında 30 ve altındaki yaşa sahip deneklerin % 69.8'i giysilerini hazır almaktadırlar.Ayrıca bu yaş gurubundaki deneklerde giysilerini kendi dikenlerine rastlanılmamıştır. 31-39 yaş grubundakilerin % 76.3 ile 40-49 yaş grubundakilerin % 68.8'i giysilerini en çok hazır aldıkları ve yaşları 50 ve üstü olan deneklerin ise giysilerini kendilerinin dikmedikleri belirlenmiştir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan deneklerin % 76.0'ının giysilerini hazır aldıkları saptanmıştır. 48-50 beden kullanan deneklerin % 67.5'i ile 52 ve üstü beden kullanan deneklerin % 55.7'si giysilerini hazır aldıklarını belirtmiş ve 52 beden ve üstü kullanan deneklerin giysilerini kendilerinin dikmedikleri belirlenmiştir.büyük beden giysi kullanan kadınların giysilerini hazır almalarının nedeni;hazır giysilerin

fiyatlarının daha ucuz olması,daha kısa zamanda elde edilmesi ve daha fazla çeşit ve alternatiflerin bulunması olabilir.

İstatistik analizi sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların giysi elde etme biçimleri yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre değişiklik göstermediği belirtilmiştir (P>0.05).

5.2.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi alışverişinden hoşlanma durumları

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre kadınların giysi alışverişinden hoşlanma durumları Çizelge 5.6'da verilmiştir.

Çizelge 5.6. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Giysi Alışverişinden Hoşlanma Durumları.

Yaş	Deneklerin Giysi Alışverişinden Hoşlanma Durumları								
	Hoşlanıyorum		Hoşlanmıyorum		Kararsızım		TOPLAM		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
-30	23	53.5	14	32.6	6	14.0	43	100.0	
31-39	67	69.1	18	18.6	12	12.4	97	100.0	
40-49	59	61.5	15	15.6	22	22.9	96	100.0	
50+	32	50.0	15	23.4	17	26.6	64	100.0	
TOPLAM	181	60.3	62	20.7	57	19.0	300	100.0	
$\chi^2=12.805$		SD=6		P<0.05					
Beden Ölçüsü									
44-46	77	61.6	25	20.0	23	18.4	125	100.0	
48-50	70	61.4	21	18.4	23	20.2	114	100.0	
52+	34	55.7	16	26.2	11	18.0	61	100.0	
TOPLAM	181	60.3	62	20.7	57	19.0	300	100.0	
$\chi^2=1.623$		SD=4		P>0.05					

Çizelge 5.6'da görüldüğü gibi büyük beden giysi kullanan kadınların % 60.3 giysi alışverişinden hoşlandıkları, % 20.7'si hoşlanmadıklarını % 19.0'ı ise kararsız olduklarını belirtmiştir. Beden ölçüsü değişkeni dikkati alındığında 44-46 beden kullanan kadınların % 61.6 ile 48-50 beden kullanan kadınların % 61.4'ü giysi alışverişinden hoşlandıklarını belirlenmiştir. 52 ve üstü beden kullanan kadınların giysi alışverişinden hoşlanma oranları % 55.7, hoşlanmama oranları % 26.2, kararsız olma durumları da %18.0'dır. Yaş kategorilerine göre incelendiğinde ise 30 yaş ve altının % 53.5'i , 31-39 arası yaş grubunun % 69.1'inin 40-49 arası yaş grubunun %61.5'inin ve son olarak 50 yaş ve üstünün % 50.0'sinin giysi alışverişinden hoşlandıkları saptanmıştır.

χ^2 analiz sonuçları büyük beden giysi kullanan kadınların giysi alışverişlerinden hoşlanma durumları yaş değişkenine göre önemli olduğunu ($P<0.05$) fakat beden ölçüsü değişkenine göre önemsiz olduğunu göstermiştir ($P>0.05$).

5.2.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi alışverişi yapma nedenleri

Yaş ve beden ölçüsüne göre büyük beden giysi kullanan bireylerin giysi alışverişi yapma nedenleri çizelge 5.7'de sunulmuştur.

Çizelge 5.7. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Giysi Alışverişi Yapma Nedenleri.

YAŞ	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Alışveriş Yapma Nedenleri									
	İhtiyaçlarını karşılamak için		Farklı görünmek için		Sıkıntılarından kurtulmak için		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	19	44.2	21	48.8	3	7.0	-	-	43	100.0
31-39	46	47.4	35	36.1	16	16.5	-	-	97	100.0
40-49	53	55.2	33	34.4	8	8.3	2	2.1	96	100.0
50+	44	68.8	12	18.8	6	9.4	2	3.1	64	100.0
TOPLAM	162	54.0	101	33.7	33	11.0	4	1.3	300	100.0
$\chi^2=19.382$ SD=9 P>0.05										
Beden Ölçüsü										
44-46	68	54.4	35	28.0	19	15.2	3	2.4	125	100.0
48-50	56	49.1	47	41.2	11	9.6	-	-	114	100.0
52+	38	62.3	19	31.1	3	4.9	1	1.6	61	100.0
TOPLAM	162	54.0	101	33.7	33	11.0	4	1.3	300	100.0
$\chi^2=11.401$ SD=6 P>0.05										

Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi alışverişi yapma nedenlerinin % 54.0'ı ihtiyaçlarını karşılamak için, % 33.7'si farklı görünmek için, % 11.0'ı sıkıntılarından kurtulmak için % 1.3'ü ise diğer nedenler olduğu saptanmıştır. Yaş değişkenine göre 30 ve altında olanların % 48.8'i farklı görünmek için % 44.2'si ihtiyaçlarını karşılamak için alışveriş yapıyorken 31-39 yaşındaki deneklerin % 47.4'ü ihtiyaçlarını karşılamak, % 16.5'i sıkıntılarından kurtulmak için alışveriş yaptıklarını belirtmiştir. 50 yaş ve üstü olanların % 68.8'i ise ihtiyaçlarını karşılamak için alışveriş yaptıklarını söylemişlerdir. Beden ölçüsü değişkeni göz önüne alındığında 44-46 beden kullanan kadınların % 54.4'ü 48-50 beden kullanan kadınların % 49.1, 52 ve üstü benden kullanan kadınlarda % 62.3'ü ihtiyaçlarını karşılamak için giysi aldıklarını belirtmişlerdir.

Yapılan χ^2 analiz sonuçlarına göre deneklerin giysi alışverişi yapma nedenleri yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre değişiklik göstermemiştir ($P>0.05$).

5.2.4. Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi seçiminde etkilendiği, model aldığı kimse veya kimseler

Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi seçiminde etkilendiği, model aldığı kimse veya kimseler yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre çizelge 5.8'de verilmiştir.

Çizelge 5.8. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Giysi Seçiminde Etkilendiği, Model Aldığı Kimse veya Kimseler

YAŞ	Deneklerin Giysi Seçiminde Etkilendiği, Model Aldığı Kimse veya Kimseler											
	Aile		Arkadaşlar		Favori sanatçılar ve sporcular		Mankenler		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	1	2.3	22	51.2	3	7.0	4	9.3	13	30.2	43	100.0
31-39	6	6.2	59	60.8	9	9.3	7	7.2	16	16.5	97	100.0
40-49	19	19.8	43	44.8	5	5.2	5	5.2	24	25.0	96	100.0
50+	23	35.9	17	26.6	5	7.8	1	1.6	18	28.1	64	100.0
TOPLAM	49	16.3	141	47.0	22	7.3	17	5.7	71	23.7	300	100.0
$\chi^2=44.906$ SD=12 P<0.01												
Beden Ölçüsü												
44-46	20	16.0	63	50.4	9	7.2	7	5.6	26	20.8	125	100.0
48-50	20	17.5	51	44.7	10	8.8	4	3.5	29	25.4	114	100.0
52+	9	14.8	27	44.3	3	4.9	6	9.8	16	26.2	61	100.0
TOPLAM	49	16.3	141	47.0	22	7.3	17	5.7	71	23.7	300	100.0
$\chi^2=5.107$ SD=8 P>0.05												

Çizelge 5.8'in incelenmesinden de anlaşılacağı gibi; büyük beden giysi kullanan kadınların giysi seçiminde etkilendiği, model aldığı kimselerin % 47.7'sini arkadaşlar % 16.3'sünü aile, % 7.3 favori sanatçılar ve sporcular, % 5.7'si mankenler

% 23.7'sini de diğerleri (sosyetik kimseler, işvereni vb.) olarak belirlenmiştir. Yaş değişkenine göre 30 ve altındaki yaşa sahip deneklerin en çok etkilendikleri kimseler % 51.2 ile arkadaşlar en az etkilendikleri kimseler ise % 2.3 ile ailedir. 50 yaş ve üstü olanlar en çok % 35.9 ile aileden, en az % 1.6 ile mankenlerden etkilendiklerini belirtmişlerdir. Beden ölçüsü dikkate alındığında ise 44-46 beden kullanan deneklerin % 50.4 ile 48-50 arasındaki denekleri % 44.7 ile, 52 ve üstü beden kullanan % 44.3 ile aileden etkilendiği saptanmıştır. Büyük beden kullanan kadınların giysi seçiminde etkilendiği ve model aldığı kimselerin çoğunluğunun arkadaşlarının oluşturmasının nedeni; dış görünüşün bir imaj iletme şekli olduğu şu günümüzde kadınların kendilerini topluma kabul ettirmesinin ve prestij kazanmasının başlangıcının bireylerin birbirleriyle özellikle arkadaşlarıyla iletişiminden kaynaklanmasıyla açıklanabilir.

χ^2 analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların giysi seçiminde etkilendiği, model aldığı kimse veya kimseler yaş değişkenlerine göre önemli ölçüde fark gösterdiği ($P < 0.01$). Fakat beden ölçüsü değişkenine göre değişiklik göstermediği belirlenmiştir ($P > 0.05$).

5.2.5. Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi seçiminde modayı takip etme durumu

Yaş ve beden ölçüsüne göre giysi seçiminde modayı takip etme durumu çizelge 5.9'da verilmiştir.

Çizelge 5.9. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Giysi Seçiminde Modayı Takip Etme Durumu.

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Giysi Seçiminde Modayı Takip Etme Durumu								
	Evet		Hayır		Bazen		TOPLAM		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
-30	21	48.8	4	9.3	18	41.9	43	100.0	
31-39	47	48.5	13	13.4	37	38.1	97	100.0	
40-49	47	49.0	14	14.6	35	36.5	96	100.0	
50+	16	25.0	20	31.3	28	43.8	64	100.0	
TOPLAM	131	43.7	51	17.0	118	39.3	300	100.0	
$\chi^2=17.331$		SD=6		P<0.01					
Beden Ölçüsü									
44-46	51	40.8	22	17.6	52	41.6	125	100.0	
48-50	52	45.6	16	14.0	46	40.4	114	100.0	
52+	28	45.9	13	21.3	20	32.8	61	100.0	
TOPLAM	131	43.7	51	17.0	118	39.3	300	100.0	
$\chi^2=2.545$		SD=4		P>0.05					

Çizelge 5.9’da görüldüğü gibi deneklerin % 43.7’si modayı takip ettiğini, % 17.0’sı modayı takip etmediğini ve % 39.3’ü ise modayı bazen takip ettiğini belirtmiştir. Yaş değişkeni göz önüne alındığında 30 ve üstü yaşların % 48.8’i 31-39 yaş kategorisinde olanların % 48.5’i 40-49 yaş kategorisinde olanların % 49.0’ı, modayı takip ederken 50 yaş ve üstündeki deneklerin % 25.0’ı modayı takip ettiğini % 43.8’i modayı bazen takip ettiğini belirtmiştir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan %40.8’i, 48-50 beden kullanan % 45.6’sı, 52 ve üstü beden kullanan deneklerin %45.9’unun modayı takip ettiği saptanmıştır. Büyük beden kullanan kadınların giysi seçiminde modayı takip etmesi, büyük beden kullanan kadınların yeniliğe açık olması ve farklı görünmek istemesiyle açıklanabilir.

İstatistik analiz sonuçlarına göre deneklerin giysi seçiminde modayı takip etme durumu yaş değişkenine göre önemli ölçüde değiştiği ($P<0.01$). beden ölçüsü değişkenine göre ise değişiklik göstermediği ($P>0.05$) belirlenmiştir.

5.2.6. Büyük beden giysi kullanan kadınların modayı izleme durumu

Araştırma kapsamına alınan büyük beden kullanan kadınların % 43.7'sinin ($n=130$) modayı takip ettiği belirlenmiştir. Büyük beden giysi kullanan deneklerin modayı aylık moda dergilerini okuyarak TV'deki moda programlarını izleyerek, moda fuarlarını takip ederek, büyük alışveriş mağazalarını izleyerek moda fuarlarını takip ederek, büyük alışveriş mağazalarının vitrinlerini takip ederek, büyük giysi firmalarının giysi kataloglarını takip ederek izledikleri saptanmıştır. Araştırmanın bu bölümünde değerlendirme büyük beden kullanan deneklerden 130 denek üzerinde yapılmıştır.

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların modayı izleme durumu çizelge 5.10'da verilmiştir.

Çizelge 5.10. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Modayı İzleme Durumu

YAŞ	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Modayı İzleme Durumu											
	Aylık moda dergilerini okuyarak		TV'deki moda programlarını izleyerek		Moda fuarlarını takip ederek		Büyük alışveriş mağazalarının vitrinlerini takip ederek		Büyük giysi firmalarının giysi kataloglarını takip ederek		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	4	19.0	9	42.9	3	14.3	4	19.0	1	4.8	43	100.0
31-39	7	14.9	16	34.0	4	8.5	15	31.9	5	10.6	97	100.0
40-49	4	8.5	15	31.9	-	-	22	46.8	6	12.8	96	100.0
50+	4	26.7	6	40.0	-	-	4	26.7	1	6.7	64	100.0
TOPLAM	19	14.6	46	35.4	7	5.4	45	34.6	13	10.0	300	100.0
$\chi^2=15.844$ SD=12 P>0.05												
Beden Ölçüsü												
44-46	10	20.0	17	34.0	3	6.0	19	38.0	1	2.0	125	100.0
48-50	6	11.5	20	38.5	4	7.7	16	30.8	6	11.5	114	100.0
52+	3	10.7	9	32.1	-	-	10	35.7	6	21.4	61	100.0
TOPLAM	19	14.6	46	35.4	7	5.4	45	34.6	13	10.0	300	100.0
$\chi^2=11.305$ SD=8 P>0.05												

Büyük beden giysi kullanan kadınların modayı izleme durumu çizelge 5.10'da sunulmuştur.

Çizelge 5.10'un incelenmesinden de anlaşılacağı gibi deneklerin % 35.4'ü TV'deki moda programlarını izledikleri, % 34.6'sı büyük alışveriş mağazalarının vitrinlerini takip ettikleri, % 14.6'sı aylık moda dergilerini okudukları, %10.0'ı büyük giysi firmalarının giysi kataloglarını takip ettikleri belirlenmiştir. Yaş değişkenine göre 30 yaş ve altı % 42.9 ile, 31-39 yaş kategorisi % 34.0 ile 50 yaş ve üstü % 40.0 ile modayı en çok televizyonlardaki moda programlarını izleyerek takip ettiklerini belirtmiştir. 40-49 yaş kategorisi % 46.8 ile büyük alışveriş mağazalarının vitrinlerini takip ederek modayı izlemişlerdir. Ayrıca 40-49 yaş kategorisiyle 50 yaş ve üstünün moda fuarlarını takip etmedikleri belirlenmiştir.

Yapılan χ^2 analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların modayı izleme durumu yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre değişiklik göstermemektedir ($P>0.05$).

5.2.7. Büyük beden giysi kullanan kadınların piyasadaki hazır giysileri beğenme durumları

Büyük beden giysi kullanan kadınların piyasadaki hazır giysileri beğenme durumları yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre çizelge 5.11’de belirtilmiştir

Çizelge 5.11. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Piyasadaki Hazır Giysileri Beğenme Durumları

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Piyasadaki Hazır Giysileri Beğenme Durumları								
	Beğeniyorum		Beğenmiyorum		Kararsızım		TOPLAM		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
-30	27	62.8	8	18.6	8	18.6	43	100.0	
31-39	72	74.2	9	9.3	16	16.5	97	100.0	
40-49	66	68.8	12	12.5	18	18.8	96	100.0	
50+	32	50	12	18.8	20	31.3	64	100.0	
TOPLAM	197	65.7	41	13.7	62	20.7	300	100.0	
$\chi^2=11.652$		SD=6		P>0.05					
Beden Ölçüsü									
44-46	83	66.4	19	15.2	23	18.4	125	100.0	
48-50	82	71.9	11	9.6	21	18.4	114	100.0	
52+	32	52.5	11	18.0	18	29.5	61	100.0	
TOPLAM	197	65.7	41	13.7	62	20.7	300	100.0	
$\chi^2=7.620$		SD=4		P>0.05					

Çizelge 5.11’e göre büyük beden giysi kullanan kadınların % 65.7’si piyasadaki hazır giysileri beğenirken, % 13.7’si beğenmemektedir. Ayrıca deneklerin % 20.7’si

kararsız olduğunu belirtmiştir. Yaş değişkenine göre piyasadaki hazır giysileri en çok 40-49 yaş grubu beğenirken (% 74.2) en az 50 yaş ve üstü beğenmektedir (% 50). Beden ölçüsü değişkenlerine göre 44-46 beden kullanan deneklerin % 66.4'ü, 48-50 beden kullanan deneklerin % 71.9'u 52 ve üstü beden kullanan sahip deneklerin %52.5'i piyasadaki hazır giysileri beğenmektedir.

İstatistik analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların piyasadaki hazır giysileri beğenme durumları yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre önemsiz bulunmuştur ($P>0.05$).

5.2.8. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giyim satın alma davranışlarını etkileyen bireyler

Yaş ve beden ölçüsüne göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi satın alma davranışlarını etkileyen bireyler çizelge 5.12'de belirtilmiştir.

Çizelge 5.12. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Bireyler

YAŞ	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Bireyler											
	Arkadaşların önerileri		Akrabaların önerileri		Satış personelinin önerileri		Diğer		Hiç kimse		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	18	41.9	1	2.3	14	32.6	-	-	10	23.3	43	100.0
31-39	45	46.4	1	1.0	35	36.1	4	4.1	12	12.4	97	100.0
40-49	32	33.3	3	3.1	34	35.4	4	4.2	23	24.0	96	100.0
50+	13	20.3	3	4.7	12	18.8	5	7.8	31	48.4	64	100.0
TOPLAM	108	36.0	8	2.7	95	31.7	13	4.3	76	25.3	300	100.0
$\chi^2=38.070$ SD=12 P<0.01												
Beden Ölçüsü												
44-46	47	37.6	4	3.2	34	27.2	6	4.8	34	27.2	125	100.0
48-50	41	36.0	2	1.8	42	36.8	2	1.8	27	23.7	114	100.0
52+	20	32.8	2	3.3	19	31.1	5	8.2	15	24.6	61	100.0
TOPLAM	108	36.0	8	2.7	95	31.7	13	4.3	76	25.3	300	100.0
$\chi^2=6.817$ SD=8 P>0.05												

* Diğer: Eşler ve çocuklar

Çizelge 5.12'den anlaşılacağı gibi büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi satın alma davranışlarını etkileyen bireyler % 36.0 ile arkadaşların önerileri, % 31.7 ile satış personelinin önerileri, % 25.3 hiç kimse, % 4.3 diğer (eşi, çocuğu vb.), % 2.7 akrabaların öneri olarak belirlenmiştir. Yaş değişkenine göre 30 yaş ve altı kadınlar en çok arkadaş önerilerinden etkilenirken (% 41.9), 40-49 yaş grubu en çok satış personelinin dikkate almaktadır (% 35.4). 50 yaş ve üstü kadınların ise hiç kimseden etkilenmediklerini belirtmişlerdir. Beden ölçüsü dikkate alındığında 44-46 bedenlilerin % 37.6'sı 48-50 bedenlilerin % 36.0'ı, 52 ve üstü beden kullanan kadınların % 32.8'i arkadaşlarının önerilerinden etkilenmektedir. 52 ve üstü beden kullanan kadınların % 31.1 ile satış personelinin önerilerinden etkilendiklerini belirtmişlerdir.

İstatistik analiz sonuçlarına göre deneklerin hazır giysi satın alma davranışlarını etkileyen bireyler yaş değişkenine göre önemli ölçüde farklılık yaratmasına rağmen ($P < 0.01$) beden ölçüsüne göre farklılık yaratmadığı saptanmıştır ($P > 0.05$).

5.2.9. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi satın alma davranışlarını etkileyen kitle iletişim araçları

Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi satın alma davranışlarını etkileyen kitle iletişim araçları yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre çizelge 5.13'de verilmiştir.

Çizelge 5.13. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Kitle İletişim Araçları.

YAŞ	Hazır Giysi Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Kitle İletişim Araçları											
	Televizyon reklamları		Reklam panoları		Moda dergileri		Moda dergilerinde yer alan reklamlar		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	23	53.5	-	-	5	11.6	6	14.0	9	20.9	43	100.0
31-39	47	48.5	5	5.2	17	17.5	18	18.6	10	10.3	97	100.0
40-49	50	52.1	3	3.1	13	13.5	13	13.5	17	17.7	96	100.0
50+	27	42.2	4	6.3	5	7.8	5	7.8	23	35.9	64	100.0
TOPLAM	147	49.0	12	4.0	40	13.3	42	14.0	59	19.7	300	100.0
$\chi^2=23.210$ SD=12 P<0.05												
Beden Ölçüsü												
44-46	52	41.6	4	3.2	17	13.6	16	12.8	36	28.8	125	100.0
48-50	62	54.4	6	5.3	14	12.3	19	16.7	13	11.4	114	100.0
52+	33	54.1	2	3.3	9	14.8	7	11.5	10	16.4	61	100.0
TOPLAM	147	49.0	12	4.0	40	13.3	42	14.0	59	19.7	300	100.0
$\chi^2=13.901$ SD=8 P>0.05												

* Diğer: İnternet alışverişleri

Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi satın alma davranışlarını etkileyen kitle iletişim araçları çizelge 5.13'e göre % 49.0'u televizyon reklamları % 14.0'u moda dergilerinde yer alan reklamları, % 13.3 moda dergileri % 4.0'ı reklam panoları % 19.7'si ise diğer kitle iletişim araçları olarak belirlenmiştir. Yaş değişkeni dikkate alındığında 30 yaş ve altı % 53.5'inin en çok televizyon reklamlarından etkilendiği ve reklam panolarından hiç etkilenmediği belirlenmiştir. 31-39 yaş grubu % 48.5 ile 40-49 yaş grubu % 52.1 ile, 50 yaş ve üstü ise % 42.2 ile en çok televizyon reklamlarından etkilendiği saptanmıştır. Beden ölçüsü değişkeni göz önüne alındığında 44-46 beden kullanan kadınların % 41.6'sı, 48-50 beden kullanan kadınların % 54.4'ü, 52 beden ve üstü kullanan kadınların ise % 54.1'i en çok televizyon programlarından etkilenmektedir.

χ^2 analiz sonuçlarına göre deneklerin hazır giysi satın alma davranışlarını etkileyen kitle iletişim araçları yaş değişkenine göre önemliken ($P<0.05$), beden ölçüsü değişkenine göre önemsizdir ($P>0.05$).

5.3. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerdeki Kumaş Tercihleri

Bu bölümde büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerdeki kumaş tercihleri, en çok tercih edilen kumaş türleri, en çok tercih edilen renkler, hazır giysi modelleri, hazır giysilerde desen özellikleri, en çok tercih edilen hazır giysiler, giysi alışverişinde en çok tercih edilen mağazalar ve ideal kıyafet ile ilgili tercihler yaş ve beden ölçüsü değişkenleri dikkate alınarak incelenmiştir.

5.3.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerdeki kumaş tercihleri

Hazır giysilerde dokuma tercihleri yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre çizelge 5.14'de belirtilmiştir.

Çizelge 5.14. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerdeki Kumaş Tercihleri

YAŞ	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerdeki Kumaş Tercihleri									
	Pamuklu		Yünlü		Sentetik		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	32	74.4	5	11.6	-	-	6	14.0	43	100.0
31-39	75	77.3	10	10.3	1	1.0	11	11.3	97	100.0
40-49	71	74.0	18	18.8	2	2.1	5	5.2	96	100.0
50+	51	79.7	6	9.4	2	3.1	5	7.8	64	100.0
TOPLAM	229	76.3	39	13.0	5	1.7	27	9.0	300	100.0
$\chi^2=9.154$ SD=9 P>0.05										
Beden Ölçüsü										
44-46	91	72.8	17	13.6	1	0.8	16	12.8	125	100.0
48-50	94	82.5	14	12.3	-	-	6	5.3	114	100.0
52+	44	72.1	8	13.1	4	6.6	5	8.2	61	100.0
TOPLAM	229	76.3	39	13.0	5	1.7	27	9.0	300	100.0
$\chi^2=16.022$ SD=6 P<0.05										

* Diğer: İpekli kumaşlar

Çizelge 5.14'de görüldüğü gibi büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerdeki kumaş tercihleri en çok % 76.9'u pamuklu olmak üzere % 13.0'ı yünlü, % 1.7'si sentetik ve % 9.0'ı diğer kumaşlardır. Yaş değişkeni dikkate alındığında 30 yaş ve altı % 74.4 ile en çok pamuklu kumaşı tercih ederken sentetik kumaşları hiç tercih etmemektedir. 31-39 yaş gurubu % 77.3'ü, 40-49 yaşındakiler % 74.0'ı, 50 yaş ve üstü % 79.7 ile en çok pamuklu kumaşları tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Beden ölçüsü değişkenlerine göre 44-46 beden kullanan kadınların % 72.8'i 48-50 beden

kullananların % 82.5'i, 52 beden ve üstü kullananların olanların % 72.1'i en çok pamuklu kumaşları tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Büyük beden kullanan kadınların hazır giysilerdeki kumaş tercihlerinin pamuklu kumaşlar olmasının nedenleri; pamuklu kumaşların hafif ve sağlam olup, serin tutma ve ter emme özelliğine sahip olmaları olabilir.

Yapılan χ^2 analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerdeki dokuma tercihleri yaş değişkenine göre önemli ölçüde farklılık yaratmadığı ($P>0.05$), beden değişkenine göre ise farklılık gösterdiği saptanmıştır ($P<0.05$).

5.3.2. Yazın en çok tercih edilen renkler

Bu bölümde yazın en çok tercih edilen renkler yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre açıklanmıştır.

5.3.2.1. Yazın birinci sırada en çok tercih edilen renkler

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre yazın birinci sırada en çok tercih edilen renkler çizelge 5.15'de verilmiştir.

Çizelge 5.15'den de anlaşılacağı gibi yazın birinci sırada en çok tercih edilen renkler % 22.7 ile mavi, % 22.3 ile kırmızı, % 17.7 ile beyaz, % 10.0 ile siyahtır. Yaş değişkenine göre 30 yaş ve altı en çok siyah, kırmızı, mavi ve beyazı (% 20.9) tercih ederken 31-39 yaş grubu % 26.8 ile beyazı % 19.6 ile maviyi, % 17.5 ile kırmızıyı %7.2 ile pembeyi tercih etmişlerdir. 40-49 yaş grubu % 25.0 ile maviyi, % 24.0 ile kırmızıyı tercih ederken, 50 yaş üstü en çok % 28.1 ile kırmızıyı, % 25.0 ile maviyi, % 12.5 ile siyahı, 9.4 ile krem rengini tercih ettiklerini belirlenmiştir. Beden ölçüsü dikkate alındığında 44-46 beden kullanan kadınların % 27.2'si maviyi, % 18.4'ü kırmızıyı, % 17.6'sı beyazı, % 12.8'i siyahı tercih ederken,48-50 beden kullanan kadınlar % 27.2 ile kırmızıyı, % 19.3 ile mavi ve beyazı tercih etmişlerdir. 52 ve üstü beden kullanan kadınlar ise en çok % 21.3 ile kırmızıyı, % 19.7 ile maviyi, % 14.8 ile beyaz tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

χ^2 analiz sonuçlarına göre yazın birinci sırada en çok tercih edilen renkler yaş değişkenine göre farklılık göstermekte ($p<0.05$) fakat beden ölçüsü değişkenine göre değişiklik göstermemektedir ($p>0.05$).

5.3.2.2. Yazın ikinci sırada en çok tercih edilen renkler

Yazın ikinci sırada en çok tercih edilen renkler yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre çizelge 5.16'da belirtilmiştir.

Yazın ikinci sırada en çok tercih edilen renkler % 21.3 ile mavi,% 14.7 ile yeşil, %12.7 ile beyazdır.Yaş değişkenine göre 30 yaş ve altı yazın ikinci sırada siyah, kahverengi, sarı gibi renkleri tercih etmezken, % 25.6 ile en çok maviyi tercih etmiştir. 40-49 yaş grubu % 18.8 ile beyazı, % 17.7 ile maviyi % 12.5 ile turuncuyu tercih etmiştir. 50 yaş ve üstü % 23.4 ile maviyi % 20.3 ile yeşili % 10.9 ile griyi tercih ettiğini belirtmiştir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan deneklerin yazın ikinci sırada en çok % 16.0 ile beyazı, % 14.4 ile yeşili tercih ettikleri 48-50 beden kullanan deneklerin % 28.1 ile maviyi, % 14.4 ile yeşili, % 13.2 ile turuncuyu ,52 beden ve üstü kullanan deneklerin ise % 27.9 ile maviyi, % 14.8'i yeşil ile beyazı tercih ettikleri saptanmıştır.

χ^2 analiz sonuçlarına göre yazın ikinci sırada tercih edilen renkler yaş değişkenine göre farklılık göstermezken ($P>0.05$) beden ölçüsü değişkenine göre önemli ölçüde değiştiği ($P<0.01$).

5.3.2.3. Yazın üçüncü sırada en çok tercih edilen renkler

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre yazın üçüncü sırada en çok tercih edilen renkler çizelge 5.17'de verilmiştir.

Çizelge 5.17'ye göre yazın üçüncü sırada en çok tercih edilen renkler % 15.7 ile turuncu ve beyaz, % 14.0 ile mavidir. Yaş değişkenine göre 30 yaş ve altı en çok %25.6 ile beyazı tercih ederken, gri ve sarıyı tercih etmemişlerdir. 31-39 yaş grubu % 19.6 ile en çok turuncu % 17.5 ile maviyi % 14.4 ile beyazı tercih etmişlerdir. 40-49 yaş grubunda en çok % 17.7 ile pembe, % 13.5 ile turuncuyu tercih etmişlerdir. 50 yaş ve üstü % 15.7'si beyazı, % 15.7'si turuncuyu, % 14.0'ı maviyi tercih etmişlerdir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınlar % 16.8 ile maviyi, % 15.2 ile turuncuyu, % 12.0 ile pembeyi tercih ederken 48-50 beden kullanan kadınlar üçüncü sırada en çok % 20.2 ile beyazı ,52 ve üstü beden kullanan kadınlar ise en çok % 16.4 ile beyazı, % 14.6 ile turuncuyu tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Yapılan χ^2 analiz sonuçlarına göre yazın üçüncü sırada en çok tercih edilen renkler yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre değişiklik göstermemektedir ($P>0.05$).

5.3.3. Kışın en çok tercih edilen renkler

Bu bölümde yaş ve beden ölçüsü değişkenleri dikkate alınarak en çok tercih edilen renkler önem sırasına göre belirlenmiştir.

5.3.3.1. Kışın birinci sırada en çok tercih edilen renkler

Kışın birinci sırada en çok tercih edilen renkler yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre çizelge 5.18'de belirtilmiştir.

Çizelge 5.18'e göre kışın birinci sırada en çok tercih edilen renkler % 60.0 ile siyah iken, en az tercih edilen renk turuncudur. Yaş değişkeni dikkate alındığında 30 yaş grubu ve altı % 62.8 ile, 31-39 yaş grubu % 58.8 ile, 40-49 yaş grubu % 64.6 ile, 50 yaş grubu ve üstü ise % 53.1 ile siyahı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınlar % 60.8 ile, 48-50 beden kullanan kadınlar % 57.9 ile, 52 beden ve üstünü kullanan kadınlar kışın birinci sırada %62.3 ile en çok siyahı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Büyük beden giysi kullanan kadınların kışın en çok koyu renkleri tercih etmelerinin nedenleri koyu renklerin ışığı absorbe etmesi ve daha zayıf gösterdiğinin düşünülmesiyle açıklanabilir.

χ^2 analiz sonuçlarına göre kışın birinci sırada tercih edilen renkler yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre farklılık göstermemektedir ($P>0.05$).

5.3.3.2. Kışın ikinci sırada en çok tercih edilen renkler

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre kışın ikinci sırada en çok tercih edilen renkler çizelge 5.19'da belirtilmiştir.

Çizelge 5.19'dan da anlaşılacağı gibi kışın ikinci sırada en çok tercih edilen renkler % 30.7 ile lacivert, % 16.7 ile siyahtır. Yaş değişkenine göre 30 yaş grubu ve altı % 37.2 ile 31-39 yaş grubu % 30.9 ile 40-49 yaş grubu % 28.1 ile 50 yaş grubu ve üstü % 29.7 ile laciverdi tercih etmiştir. En az tercih edilenler ise beyaz, yeşil, pembedir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınlar % 29.6 ile, 48-50 beden kullanan kadınlar % 31.6 ile 52 beden ve üstü kullananlar ise % 31.1 ile ikinci sırada en çok laciverdi tercih etmiştir. Beden ölçüsü değişkenine göre ikinci sırada en az tercih edilen rengin % 0.3 ile beyaz olduğu belirlenmiştir.

İstatistik analiz sonuçlarına göre kışın ikinci sırada en çok tercih edilen renklerin yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre farklılık göstermediği ($P>0.05$) saptanmıştır.

5.3.3.3. Kışın üçüncü sırada en çok tercih edilen renkler

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre kışın üçüncü sırada en çok tercih edilen renkler çizelge 5.20'de verilmiştir.

Çizelge 5.20'ye göre kışın üçüncü sırada en çok tercih edilen renk % 27.3 ile kahverengidir. Yaş değişkenine göre 30 yaş grubu ve altı % 25.6 ile maviyi, % 23.3 ile kahverengi tercih etmiştir. 31-39 yaş grubu % 28.9 ile 40-49 yaş grubu % 32.3 ile kahverengi tercih ederken 50 yaş ve üstü ikinci sırada en çok % 23.4 ile siyahı tercih etmiştir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınlar % 19.2 ile, 48-50 beden kullanan kadınlar % 34.2 ile, 52 beden ve üstünü kullanan kadınlar % 31.1 ile kahverengi tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Yapılan χ^2 analiz sonuçlarına göre kışın üçüncü sırada en çok tercih edilen renkler yaş değişkenine göre değişiklik göstermediği ($P>0.05$) fakat beden ölçüsüne göre değişiklik gösterdiği ($P<0.05$) saptanmıştır.

5.3.4. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giyimlerdeki model tercihleri

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre hazır giysilerin model tercihleri çizelge 5.21'de verilmiştir.

Çizelge 5.21. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerdeki Kesim Tercihleri.

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerdeki kesim Tercihleri								
	Dar Kesim		Bol Kesim		Diğer		TOPLAM		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
-30	7	16.3	33	76.7	3	7.0	43	100.0	
31-39	16	16.5	72	74.2	9	9.3	97	100.0	
40-49	13	13.5	73	76.0	10	10.4	96	100.0	
50+	10	15.6	44	68.8	10	15.6	64	100.0	
TOPLAM	46	15.3	222	74.0	32	10.7	300	100.0	
$\chi^2=2.857$		SD=6		P>0.05					
Beden Ölçüsü									
44-46	25	20.0	81	64.8	19	15.2	125	100.0	
48-50	13	11.4	91	79.8	10	8.8	114	100.0	
52+	8	13.1	50	82.0	3	4.9	61	100.0	
TOPLAM	46	15.3	222	74.0	32	10.7	300	100.0	
$\chi^2=10.277$		SD=4		P<0.05					

* Diğer: Giysi çeşitlerine (etek, pantolon, gömlek vb.) göre değişir.

Araştırma kapsamına alınan deneklerin hazır giysi kesimi olarak % 74.0'ı bol kesimi % 15.3 dar kesim tercih ettikleri saptanmıştır.Yaş değişkeni göz önüne alındığında 30 yaş grubu ve altının % 76.7'si, 31-39 yaş grubunun % 74.2'si 40-49 yaş grubunun % 76.0'ı, 50 yaş grubu ve üstünde olanların ise % 68.8'i en çok bol kesimli giysileri tercih ettiklerini belirtmişlerdir.Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan deneklerin % 64.8'i 48-50 beden kullanan kadınların % 79.8'i ve 52 beden ve üstünü kullanan kadınların % 82.0'ı en çok bol kesimli giysileri tercih etmektedir.Araştırmaya göre beden ölçüsü büyüdükçe bol kesimli giysilerdeki tercihin arttığı saptanmıştır.

χ^2 analiz sonuçlarına göre deneklerin hazır giysi model tercihleri yaş değişkenine göre değişiklik göstermediği ($P>0.05$) fakat beden ölçüsüne göre değişiklik gösterdiği ($P<0.05$) belirlenmiştir.

5.3.5. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerdeki desen tercihleri

Hazır giysilerde desen tercihleri yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre çizelge 5.22’de belirtilmiştir.

Çizelge 5.22. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerdeki Desen Tercihleri.

YAŞ	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerdeki Desen Tercihleri											
	Düz		Boyuna çizgili		Kareli		Puanlı		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	29	67.4	11	25.6	-	-	1	2.3	2	4.7	43	100.0
31-39	55	56.7	34	35.1	4	4.1	2	2.1	2	2.1	97	100.0
40-49	48	50.0	37	38.5	2	2.1	1	1.0	8	8.3	96	100.0
50+	44	68.8	12	18.8	2	3.1	1	1.6	5	7.8	64	100.0
TOPLAM	176	58.7	94	31.3	8	2.7	5	1.7	17	5.7	300	100.0
$\chi^2=15.226$ SD=12 P>0.05												
Beden Ölçüsü												
44-46	84	67.2	27	21.6	5	4.0	3	2.4	6	4.8	125	100.0
48-50	63	55.3	42	36.8	1	0.9	1	0.9	7	6.1	114	100.0
52+	29	47.5	25	41.0	2	3.3	1	1.6	4	6.6	61	100.0
TOPLAM	176	58.7	94	31.3	8	2.7	5	1.7	17	5.7	300	100.0
$\chi^2=13.174$ SD=8 P>0.05												

* Diğer: Çiçekli desen, dalgalı desenler, ünlülerin resimlerinin bulunduğu desenler.

Çizelge 5.22’ye göre hazır giysilerdeki desen tercihleri yaş değişkeni göz önüne alınarak 30 yaş grubu ve altının % 67.4’ü, 31-39 yaş grubunun % 56.7’si, 40-49 yaş grubundakilerin % 50.0’ı ve 50 yaş grubu ve üstünün % 68.8’i en çok düz dokumaları tercih etmiş,18.8’ide boyuna çizgili desenleri tercih etmiştir. Bu dört yaş

grubunun kareli, puanlı ve diğer (çiçekli, geometrik desenli...) desenleri nerdeyse hiç tercih etmedikleri belirlenmiştir. Beden ölçüsü dikkate alındığında ise 44-46 beden kullanan kadınların % 47.5'i düz dokumaları tercih ederken 48-50 beden kullanan kadınların % 36.8'i, 50 ve üstü beden kullanan kadınların % 41.0'ı boyuna çizgili desenleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Büyük beden giysi kullanan kadınlarda beden büyüdükçe boyuna çizgili desen tercihlerinin artmasının nedeni; boyuna çizgili desenlerin daha zayıf göstermesi ile açıklanabilir.

χ^2 analiz sonuçlarına göre hazır giyside desen tercihleri yaş ve beden ölçüsü değişkenine göre önemli ölçüde değişiklik göstermediği saptanmıştır.

5.3.6. Büyük beden giysi kullanan kadınların en çok tercih ettikleri hazır giysi

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre en çok tercih edilen hazır giysi çizelge 5.23'de belirtilmiştir.

Çizelge 5.23'e göre deneklerin en çok tercih ettikleri hazır giysi % 30.0 ile pantolon gömlektir. Bunu % 24.3 ile tek-bluz, % 17.7 ile pantolon-bluz izlemektedir. En az tercih edilen hazır giysiler ise % 5.0 ile etek-cekete, % 0.7 ile elbisedir. Yaş değişkenine göre en çok tercih edilen hazır giysiler 30 yaş grubu ve altı % 39.5 ile, 31-39 yaş grubu % 34.0 ile, 40-49 yaş grubu % 32.3 ile pantolon-gömleği tercih etmiştir. 50 yaş grubu ve üstü ise en çok % 39.1 ile etek-bluzu tercih etmiştir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınların % 31.2'si, 48-50 beden kullanan kadınların % 35.1'i en çok pantolon-gömlekle tercih ederken, 52 beden ve üstü'nü kullanan kadınların % 37.7'si en çok etek bluzu tercih ederken, elbiseyi hiç tercih etmedikleri saptanmıştır. Büyük beden ölçüsüne sahip kadınların hazır giysilerde en çok pantolon-gömleği tercih etmelerinin nedeni; onların öncelikle rahatlığı ön planda tutmalarıyla açıklanabilir.

İstatistik analiz sonuçlarına göre deneklerin en çok tercih ettikleri hazır giysiler yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre farklılık göstermiştir ($P < 0.05$).

5.3.7. Giysi alışverişinde en çok tercih edilen mağazalar

Giysi alışverişinde en çok tercih edilen mağazalar yaş ve beden ölçüsüne değişkenlerine göre çizelge 5.24'de açıklanmıştır.

Çizelge 5.24. Giysi Alışverişinde En Çok Tercih Edilen Mağazalar

YAŞ	Giysi Alışverişinde En Çok Tercih Edilen Mağazalar											
	Departmanlı Mağazalar		Butik		Pazarlar		Giysi Mağazaları		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	9	20.9	2	4.7	3	7.0	29	67.4	-	-	43	100.0
31-39	28	28.9	2	2.1	7	7.2	59	60.8	1	1.0	97	100.0
40-49	18	18.8	1	1.0	6	6.3	66	68.8	5	5.2	96	100.0
50+	3	4.7	1	1.6	5	7.8	52	81.3	3	4.7	64	100.0
TOPLAM	58	19.3	6	2.0	21	7.0	206	68.7	9	3.0	300	100.0
$\chi^2=20.958$ SD=12 P>0.05												
Beden Ölçüsü												
44-46	24	19.2	3	2.4	10	8.0	85	68.0	3	2.4	125	100.0
48-50	19	16.7	3	2.6	5	4.4	85	74.6	2	1.8	114	100.0
52+	15	24.6	-	-	6	9.8	36	59.0	4	6.6	61	100.0
TOPLAM	58	19.3	6	2.0	21	7.0	206	68.7	9	3.0	300	100.0
$\chi^2=9.557$ SD=8 P>0.05												

* Diğer: Mahalle aralarında kalmış küçük alışveriş yerleri

Araştırma kapsamına alınan deneklerin giysi alışverişlerinde en çok % 68.7 ile giysi mağazalarını, % 19.3 ile departmanlı mağazaları, % 7.0'ı pazarları, % 2.0 butikleri, % 3.0'ı diğer mağazaları tercih etmektedir. Yaş değişkeni dikkate alındığında 30 yaş grubu ve altı % 67.4 ile, 31-39 yaş grubu % 60.8 ile 40-49 yaş grubu % 68.8 ile, 31-39 yaş grubu % 60.8 ile, 40-49 yaş grubu % 68.8 ile, 50 yaş ve üstü % 81.3 ile en çok giysi mağazalarını tercih etmiştir. Beden ölçüsü değişkenlerine göre 44-46 beden kullanan deneklerin % 68.0'ı, 48-50 beden kullanan deneklerin % 74.6'sı, 52 beden ve üstü'nü kullanan deneklerin % 59.0'ı en çok giysi mağazalarını tercih etmiş ve 52 beden ve üstü'nü kullanan deneklerin butiği hiç tercih etmediği belirlenmiştir.

Yapılan χ^2 analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların giysi alışverişinde en çok tercih ettiği mağazalar yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre değişiklik göstermediği saptanmıştır (P>0.05).

5.3.8. Büyük beden giysi kullanan kadınların önem sırasına göre ideal kıyafet ile ilgili tercihleri

5.3.8.1. Büyük beden giysi kullanan ideal kıyafet ile ilgili birinci tercihleri

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre deneklerin ideal kıyafet ile ilgili birinci tercihleri çizelge 5.25’de belirtilmiştir.

Çizelge 5.25'den de izlenebileceği gibi büyük beden giysi kullanan kadınların ideal kıyafetlerle ilgili birinci tercihleri terletmeyen kumaşlardan hazırlanması (% 37.2) ve yurtdışındaki gibi bedenlere göre boy alternatiflerinin olması (% 37.2) gerektiğidir. Yaş değişkeni dikkate alındığında 30 yaş grubu ve altı % 37.2 ile, 31-39 yaş grubu %50.5 ile, 40-49 yaş grubu % 52.1 ile, 50 yaş ve üstü % 51.6 ile ideal kıyafetin terletmeyen kumaşlardan olması gerektiğini belirtmişlerdir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan deneklerin % 44.8'i ideal kıyafetler terletmeyen kumaşlardan hazırlanmalı derken % 28.8'i kıyafetlerin yurt dışındaki gibi bedenlere göre boy alternatiflerinin olması gerektiğini belirtmiştir. 48-50 beden kullanan deneklerin % 54.4'ü, 52 beden ve üstünü kullanan deneklerin % 49.2'si ideal kıyafetin terletmeyen kumaşlardan olması gerektiğini belirtmişlerdir. Büyük beden giysi kullanan kadınların ideal kıyafetlerle ilgili birinci beklentilerinin terletmeyen kumaşlardan olmasının nedeni; büyük beden kullanan kadınların kilolarından dolayı en küçük hareketlerinde bile yoğun şekilde terlemeleriyle ilgili olabilir.

χ^2 analiz sonuçlarına göre deneklerin ideal kıyafetlerle ilgili birinci tercihlerinin yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre farklılık göstermediği ($P>0.05$) saptanmıştır.

5.3.8.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların ideal kıyafet ile ilgili ikinci tercihleri

Büyük beden giysi kullanan kadınların ideal kıyafet ile ilgili ikinci tercihleri yaş ve beden ölçüsü değişkenleri dikkate alınarak çizelge 5.26'da verilmiştir.

Çizelge 5.26. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların İdeal Kıyafetle İlgili İkinci Tercihleri

YAŞ	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların İdeal Kıyafetle İlgili İkinci Tercihleri														
	Tiril olmalı		Tiril olmalı		Terletmeyen kumaşlardan hazırlanmalı		Yurtdışındaki gibi bedenlere göre boy alternatifleri olmalı		Renk alternatifleri olmalı		Modaya uygun kreasyonların büyük bedenlerle de çalışılmış olması		TOPLAM		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
-30	6	14.0	8	18.6	13	30.2	8	18.6	8	18.6	43	100.0			
31-39	22	22.7	24	24.7	26	26.8	8	8.2	17	17.5	97	100.0			
40-49	14	14.6	26	27.1	35	36.5	8	8.3	13	13.5	96	100.0			
50+	10	15.6	19	29.7	22	34.4	10	15.6	3	4.7	64	100.0			
TOPLAM	52	17.3	77	25.7	96	32.0	34	11.3	41	13.7	300	100.0			
$\chi^2=15.550$												SD=12		P>0.05	
Beden Ölçüsü															
44-46	21	16.8	34	27.2	36	28.8	19	15.2	15	12.0	125	100.0			
48-50	21	18.4	22	19.3	42	36.8	12	10.5	17	14.9	114	100.0			
52+	10	16.4	21	34.4	18	29.5	3	4.9	9	14.8	61	100.0			
TOPLAM	52	17.3	77	25.7	96	32.0	34	11.3	41	13.7	300	100.0			
$\chi^2=9.588$												SD=8		P>0.05	

Büyük beden giysi kullanan kadınların ideal kıyafet ile ilgili ikinci tercihlerinin başında % 32.0 ile yurt dışındaki gibi bedenlere göre boy alternatifleri olmalı tercihi gelmektedir. Yaş değişkenine göre 30 yaş ve altı % 30.2 ile 31-39 yaş grubu % 26.8 ile, 40-49 yaş grubu % 36.5 ile, 50 yaş grubu ve üstü % 34.4 ile yurtdışındaki gibi bedenlere göre boy alternatiflerinin olması gerektiğini belirtmişlerdir. Beden ölçüsü değişkeni göz önüne alındığında 44-46 beden kullanan kadınlar % 28.8 ile, 48-50 beden kullanan kadınlar % 36.8 ile ideal kıyafetlerin yurtdışındaki gibi bedenlere göre boy alternatiflerinin olması gerektiğini, 52 beden ve üstünü kullanan kadınlar %34.4 ile ideal kıyafetlerin terletmeyen kumaşlardan olması gerektiğini belirtmişlerdir.

χ^2 analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların ideal kıyafet ile ilgili ikinci tercihleri yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre farklılık göstermediği ($P>0.05$) belirlenmiştir.

5.3.8.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların ideal kıyafet ile ilgili üçüncü tercihleri

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre deneklerin ideal kıyafetle ilgili üçüncü tercihleri çizelge 5.27'de verilmiştir.

Çizelge 5.27'ye göre deneklerin ideal kıyafet ile ilgili üçüncü tercihleri % 34.0 ile modaya uygun kreasyonların büyük bedenlere de çalışılmasıdır. Yaş değişkeni dikkate alındığında 30 yaş grubu ve altı % 34.9 ile, 31-39 yaşındakilerin % 34.0'ı 40-49 yaş grubunun % 33.3'ü ve 50 yaş grubu ve üstünün % 34.4'ü üçüncü tercihlerini modaya uygun kreasyonların büyük bedenlerde çalışılması olarak belirlemişlerdir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınların % 31.2's, 48-50 beden kullanan kadınların % 39.5'i 52 beden ve üstünü kullanan kadınların % 29.5'i modaya uygun kreasyonların büyük bedenlerde çalışılması gerektiğini belirtmişler.

İstatistik analiz sonuçlarına göre deneklerin ideal kıyafetle ilgi üçüncü tercihleri yaş değişkenlerine göre farklılık göstermezken ($P>0.05$), beden ölçüsü değişkenine göre farklılık gösterdiği ($P<0.05$) saptanmıştır.

5.4. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilere İlişkin Sorunları

Bu bölümde büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerle ilgili en önemli sorunları, giysi ölçüleriyle ilgili sorunları hazır giysilerin modelleriyle ilgili sorunları, hazır giysilerin dikişleriyle ilgili sorunları, hazır giysilerin dokumaları ile ilgili sorunları, hazır giysilerin satın alma ile ilgili sorunları hazır giysilerin renkleriyle ilgili sorunları yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre incelenmiştir.

5.4.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilere ilişkin en önemli üç sorunları

5.4.1.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilere ilişkin birinci önemli sorunları

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilere ilişkin birinci önemli sorunları çizelge 5.28'de verilmiştir.

Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilere ilişkin birinci önemli sorunları % 51.3 ile ölçülerin vücuda uygun olmamasıdır. Yaş değişkenlerine göre 30 yaş grubu ve altı % 39.5 ile 31-39 yaş grubu % 50.5 ile 40-49 yaş grubu % 55.2 ile ve son olarak 50 yaş grubu ve üstü % 54.7 ile birinci sıradaki en önemli sorunları ölçülerin vücuda uygun olmamasıdır. Beden ölçüsü dikkate alındığında 44-46 beden kullanan deneklerin % 41.6'sının 48-50 beden kullanan deneklerin % 57.0'ının, 52 beden ve üstünü kullanan deneklerin % 54.7'sinin birinci önemli sorunlarının ölçülerin vücuda uygun olmaması olduğu saptanmıştır. Büyük beden ölçüsüne sahip kadınların hazır giysilere ilişkin birinci önemli sorunları ölçülerin vücuda uygun olmamasıdır, bunun nedenleri; Türk kadınlarına özellikle büyük beden kullanan kadınlara standart bir beden sınıflandırması yapılmaması, her giyim firmasının kendi beden sınıflandırmasıyla hareket etmesi yani beden ölçüsünün farklı marka ve firmalara göre değişiklik göstermesiyle açıklanabilir.

Yapılan χ^2 analiz sonuçlarına göre deneklerin hazır giysilere ilişkin birinci önemli sorunları yaş değişkenine göre farklılık göstermemektedir ($P>0.05$) fakat beden ölçüsü değişkenine göre farklılık göstermektedir ($P<0.05$).

5.4.1.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilere ilişkin ikinci önemli sorunları

Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilere ilişkin ikinci önemli sorunları yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre çizelge 5.29'da verilmiştir.

Çizelge 5.29'a göre deneklerin hazır giysilere ilişkin ikinci önemli sorunları % 25.3 ile beden ölçülerinin standart olmamasıdır. Yaş değişkeni dikkate alındığında 30 yaş ve altı % 30.2 ile, 31-39 yaş grubu % 29.9 ile 40-49 yaş grubu % 22.9 ile beden ölçülerinin standart olmamasıyla ilgili sorun yaşamaktadır. 50 yaş grubu ve üstünün ise hazır giysilerle ilgili ikinci önemli sorunları % 21.9 ile fiyatların yüksek olmasıdır. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınların %23.2'sinin modellerin kullanışlı olmaması, 48-50 beden kullanan kadınların %29.8'inin, 52 beden ve üstünü kullanan kadınların % 31.1'inin hazır giysilere ilişkin ikinci önemli sorunları beden ölçülerinin standart olmaması olarak saptanmıştır.

χ^2 analiz sonuçlarına göre deneklerin hazır giysilere ilişkin ikinci önemli sorunları yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre değişiklik göstermediği ($P>0.05$) saptanmıştır.

5.4.1.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilere ilişkin üçüncü önemli sorunları

Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilere ilişkin üçüncü önemli sorunları yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre çizelge 5.30'da belirtilmiştir.

Çizelge 5.30'da görüldüğü üzere deneklerin hazır giysilere ilişkin üçüncü önemli sorunları % 37.0 ile fiyatların yüksek olması, % 23.3 ile modellerin kullanışlı olmamasıdır. Yaş değişkenine göre 30 yaş grubu ve altı % 32.6 ile, 31-39 yaş grubu % 32.0 ile, 40-49 yaş grubu % 42.7 ile 50 yaş grubu ve üstü ise % 39.1 ile fiyatların yüksek olması ile ilgili sorun yaşamaktadır. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınların % 29.6'sı 48-50 beden kullanan kadınların % 41.2'si 52 beden ve üstünü kullanan kadınların % 44.3'ü hazır giysilere ilişkin üçüncü önemli sorunlarını fiyatların yüksek olması şeklinde belirtmişlerdir.

Yapılan χ^2 analiz sonuçlarına göre deneklerin hazır giysilere ilişkin üçüncü önemli sorunları yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre farklılık göstermediği ($P>0.05$) belirlenmiştir.

5.4.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi ölçüleri ile ilgili sorunlarının olması

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi ölçüleri ile ilgili sorunlarının olması çizelge 5.31'de belirtilmiştir.

Çizelge 5.31. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Ölçüleri İle İlgili Sorunlarının Olması.

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Ölçüleri İle İlgili Sorunlarının Olması					
	Var		Yok		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	41	95.3	2	4.7	43	100.0
31-39	85	87.6	12	12.4	97	100.0
40-49	83	86.5	13	13.5	96	100.0
50+	56	87.5	8	12.5	64	100.0
TOPLAM	265	88.3	35	11.7	300	100.0
$\chi^2=2.471$ SD=3 P>0.05						
Beden Ölçüsü						
44-46	103	82.4	22	17.6	125	100.0
48-50	104	91.2	10	8.8	114	100.0
52+	58	95.1	3	4.9	61	100.0
TOPLAM	265	88.3	35	11.7	300	100.0
$\chi^2=7.893$ SD=2 P<0.05						

Büyük beden giysi kullanan kadınların % 88.3'ünün giysi ölçüleri ile ilgili sorunları varken, % 11.72sinin sorunu bulunmaktadır (Çizelge 5.31). Yaş değişkenlerine göre 30 yaş grubu ve altı, % 95.3 ile, 31-39 yaş grubunun % 87.6 ile, 40-49 yaş grubunun % 86.5 ile ve 50 yaş grubu ve üstünün % 87.5'inin giysi ölçüleriyle ilgili sorunlarının olduğu belirlenmiştir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınların % 82.4'ünün 48-50 beden kullanan kadınların % 91.2'sinin 52 beden ve üstünü kullanan kadınların % 95.1'inin giysi ölçüleriyle ilgili sorunlara sahip olduğu saptanmıştır.

İstatistik analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların giysi ölçüleri ile ilgili sorunları yaş değişkenine göre farklılık göstermediği (P>0.05) fakat beden ölçüsü değişkenine göre farklılık gösterdiği (P<0.05) belirlenmiştir.

5.4.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların önem sırasına göre hazır giysilerin ölçüleri ile ilgili sorunları

Araştırma kapsamına alınan büyük bende giysi kullanan kadınların % 88.3'ü (n=265) hazır giysilerin ölçüleriyle ilgili sorunları olduğunu belirtmiştir. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin ölçüleri ile ilgili sorunları, etek boylarının uymaması, pantolon boylarının uymaması, kol boylarının uymaması bel ölçüsünün uymaması, basen ölçüsünün uymaması, omuz ölçüsünün uymaması, istenilen beden ölçülerinin bulunmaması olduğu saptanmıştır. Araştırmanın bu bölümünde değerlendirme 265 denek üzerinde yapılmıştır.

5.4.3.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin ölçüleriyle ilgili birinci önemli sorunları

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi ölçüleriyle ilgili birinci önemli sorunları çizelge 5.32'de belirtilmiştir.

Çizelge 5.32'ye göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi ölçüleriyle ilgili birinci önemli sorunları % 26.8 ile basen ölçüsünün uymaması, % 19.6 ile pantolon boylarının uymamasıdır. Yaş değişkeni göz önüne alındığında 30 yaş ve altı basen ölçüsünün uymaması (% 34.1), pantolon boylarını uymaması (% 19.5) sorunları yaşarken 31-39 yaş grubu basen ölçüsünün uymaması (% 28.2), pantolon boylarının uymaması (% 21.2) ve istenilen beden ölçülerinin bulunmaması (% 15.3) sorunlarını yaşamaktadır. 40-49 yaş grubu % 25.3 ile 50 yaş grubu ve üstüde % 21.4 ile basen ölçüsünün uymaması problemini yaşamaktadır. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınlar % 21.4 ile pantolon boylarının uymaması ile ilgili sorun yaşarken ,48-50 beden kullanan kadınlar (% 33.7) ile 52 beden ve üstünü kullanan kadınların (%27.6) basen ölçüsünün uymamasıyla ilgili sorunlarının olduğu saptanmıştır. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi ölçüleriyle ilgili birinci önemli sorunları basen ölçüsünün uymamasıdır. Türk kadınlarının en önemli vücut problemi basenlerinin geniş olmasıdır. Üreticilerin bunu dikkate alarak üretim yapmaması bu sorunun nedeni olabilir.

χ^2 analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi ölçüleriyle ilgili birinci önemli sorunlarının yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre farklılık göstermediği ($P>0.05$) saptanmıştır.

5.4.3.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin ölçüleriyle ilgili ikinci önemli sorunları

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin ölçüleriyle ilgili ikinci önemli sorunları çizelge 5.33'de verilmiştir.

Çizelge 5.33'e göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi ölçüleriyle ilgili ikinci önemli sorunları % 23.4 ile basen ölçüsünün uymaması, % 19.6 ile bel ölçüsünün uymamasıdır. Yaş değişkeni dikkate alındığında 30 yaş grubu ve altı %24.4' ile 50 yaş grubu ve üstünün % 21.4'ü bel ölçüsünün uymaması, 31-39 yaş grubunun % 27.1'i ile 40-49 yaş grubunun % 27.7'sinin basen ölçüsünün uymaması ile ilgili sorunları bulunmaktadır. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınların % 23.6'sı basen ölçüsünün uymaması ile ilgili sorun yaşarken, 48-50 beden kullanan kadınlar % 21.2 ile beden ölçüsünün uymamasıyla ilgili sorunlar yaşamaktadır. 52 beden ve üstünü kullanan kadınların % 31.0'ı basen ölçüsünün uymamasıyla ilgili sorunlarının olduğu belirlenmiştir.

Yapılan χ^2 analiz sonuçlarına göre deneklerin hazır giysi ölçüleriyle ilgili ikinci önemli sorunları yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre değişiklik göstermediği ($p>0.05$) belirlenmiştir.

5.4.3.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin ölçüleriyle ilgili üçüncü önemli sorunları

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi ölçüleriyle ilgili üçüncü önemli sorunları çizelge 5.34'te belirtilmiştir.

Çizelge 5.34'te görüldüğü gibi büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi ölçüleriyle ilgili üçüncü önemli sorunu % 27.5 ile istenilen beden ölçüsünün bulunmamasıdır. Yaş değişkeni göz önüne alındığında 30 yaş ve altı % 29.3 ile basen ölçüsünün uymamasıyla ilgili problem yaşarken 31-39 yaş grubu % 23.5 ile istenilen beden ölçüsünün bulunmamasıyla ilgili sorunlar yaşamaktadırlar. 40-49 yaş grubunun % 26.5'i, 50 yaş ve üstünün % 37.5'i istenilen beden ölçüsünün bulunmamasıyla ilgili sorunları olduğunu belirtmişlerdir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınların % 29.1'i, 48-50 beden kullanan kadınların %26.0'ı 52 beden ve üstünü kullanan kadınların % 27.6'sı istenilen beden ölçüsünün bulunmamasıyla ilgili sorunlar yaşamaktadırlar. Ayrıca 52 beden ve üstünü kullanan kadınlar bel ölçüsünün uymamasıyla (% 22.4) ilgili sorunları da bulunmaktadır.

χ^2 analiz sonuçlarına bakıldığında deneklerin hazır giysi ölçüleriyle ilgili üçüncü sorunlarının yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre değişiklik göstermediği ortaya çıkmıştır.

5.4.4. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi modelleri ile ilgili sorunlarının olması

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi modelleriyle ilgili sorunlarının olması durumu çizelge 5.35'de belirtilmiştir.

Çizelge 5.35. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Kesimleri İle İlgili Sorunlarının Olması Durumu

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Kesimleri İle İlgili Sorunlarının Olması Durumu					
	Var		Yok		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	39	90.7	4	9.3	43	100.0
31-39	81	83.5	16	16.5	97	100.0
40-49	86	89.6	10	10.4	96	100.0
50+	53	82.8	11	17.2	64	100.0
TOPLAM	259	86.3	41	13.7	300	100.0
$\chi^2=2.884$ SD=3 P>0.05						
Beden Ölçüsü						
44-46	101	80.8	24	19.2	125	100.0
48-50	102	89.5	12	10.5	114	100.0
52+	56	91.8	5	8.2	61	100.0
TOPLAM	259	86.3	41	13.7	300	100.0
$\chi^2=5.743$ SD=2 P<0.05						

Çizelge 5.35'e göre büyük beden giysi kullanan kadınların % 86.3'ü giysi kesimleriyle ilgili sorunlar yaşamaktadırlar. Yaş değişkeni dikkate alındığında 30 yaş grubu ve altının % 90.7'sinin 31-39 yaş grubunun % 83.5'i, 40-49 yaş grubunun %89.6'sının, 50 yaş grubu ve üstünün % 82.8'inin giysi kesimleriyle ilgili sorunlarının olduğu belirlenmiştir. Beden ölçüsü dikkate alındığında 44-46 beden kullanan kadınların % 80.8'inin, 48-50 beden kullanan kadınların % 89.5'inin, 52 beden ve üstünü kullanan kadınların % 91.8'inin hazır giysi kesimleriyle ilgili sorunlarının olduğu saptanmıştır.

χ^2 analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi kesimleriyle ilgili sorunlarının olması yaş ve beden ölçüleri değişkenlerine göre farklılık göstermemektedir (P>0.05).

5.4.5. Büyük beden giysi kullanan kadınların önem sırasında göre hazır giysilerin kesimleri ile ilgili sorunları

Araştırma kapsamına alınan büyük beden giysi kullanan kadınların % 86.3'ü (n=259) hazır giysilerin kesimleri ile ilgili sorunlarının olduğunu belirtmişlerdir. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi kesimleri ile ilgili sorunları, giyme çıkarma güçlüğü'nün olması, şık olmaması moda'ya uygun olmaması, pantolonların düşük belli olması, tadilat gerektirdiği için kesimlerinin bozulması, küçük bedenlere tasarlanan giysilerin büyük bedenlere tasarlanmaması olduğu saptanmıştır. Araştırmanın bu bölümünde değerlendirme 259 denek üzerinde yapılmıştır.

5.4.5.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin kesimleriyle ilgili birinci önemli sorunları

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi kesimleriyle ilgili birinci önemli sorunları çizelge 5.36'da verilmiştir.

Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi kesimleriyle ilgili birinci önemli sorunları % 30.5 ile pantolonların düşük belli olması, % 23.6 ile giysilerin sık olmaması, % 20.8 ile tadilat gerektirdiği için modellerin bozulduğudur (Çizelge 5.36). Yaş değişkenine göre 30 yaş grubu ve altı pantolonların düşük olması (% 25.6) ve giysilerin tadilat gerektirdiği için kesimlerinin bozulması (% 25.6) ile ilgili sorunlar yaşamaktadır. 31-39 yaş grubunun % 30.9'u ve 40-49 yaş grubunun %34.9'u pantolonların düşük belli olmasından dolayı sorun yaşamaktadır. 50 yaş ve üstünün sorunları ise giysilerin sık olmaması (% 26.4) ve pantolonların düşük belli olmasıdır (% 26.4). Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınların % 31.7'si ile 48-50 beden kullanan kadınların %34.3'ü pantolonların düşük belli olmasıyla ilgili sorun yaşarken, 52 beden ve üstünü kullanan kadınların %30.4'ü giysilerin sık olmaması ile ilgili sorun yaşadıklarını belirtmişlerdir. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi kesimleri ile ilgili birinci önemli sorunları pantolonların düşük belli olmasıdır. Bunun nedeni; büyük beden ölçüsüne sahip kadınlar giysilerde şıklık, moda gibi kavramlardan önce rahatlığa önem vermektedir. Düşük belli pantolonlar ile rahat hareket edemiyor olabilirler.

İstatistik analiz sonuçlarına göre deneklerin hazır giysilerin kesimleriyle ilgili birinci önemli sorunları yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre değişiklik göstermemiştir ($P>0.05$).

5.4.5.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi kesimleriyle ilgili ikinci önemli sorunları

Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi kesimleriyle ilgili ikinci önemli sorunları yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre çizelge 5.37'de belirtilmiştir.

Çizelge 5.37'ye göre büyük beden giysi kullanan kadınların giysi kesimleriyle ilgili ikinci önemli sorunu % 33.2 ile giysilerin tadilat gerektirdiği için kesimlerinin bozulmasıdır. Yaş değişkeni göz önüne alındığında 30 yaş grubu ve altı % 23.1 ile, 31-39 yaş grubu %34.6 ile, 40-49 yaş grubu % 34.9 ile, 50 yaş grubu ve üstü % 35.8 ile giysilerin tadilat gerektirdiği için giysi kesimlerinin bozulması ile ilgili sorunlar yaşadıkları belirlenmiştir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınların % 34.7'si,48-50 beden kullanan kadınların % 35.3'ü tadilat gerektirdiği için giysi kesimlerinin bozulması ile ilgili problem yaşarken, 52 beden ve üstünü kullanan kadınların pantolonların düşük belli olması (% 32.1) ile ilgili problem yaşadıkları saptanmıştır. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi kesimleri ile ilgili ikinci önemli sorunları tadilat gerektirdiği için giysi kesiminin bozulmasıdır. Bunun nedeni; özellikle giysinin kolları, etek ve pantolon uçlarına yapılan nakış ve desenlerin tadilatatta bozulması ve ayrıca giysinin kesim özelliğini yitirmesinden olabilir.

χ^2 analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların giysi modelleriyle ilgili ikinci önemli sorunlarının yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre farklılık göstermediği ($P>0.05$) saptanmıştır.

5.4.5.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi kesimleri ile ilgili üçüncü önemli sorunları

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi kesimleriyle ilgili üçüncü önemli sorunları çizelge 5.38'de verilmiştir.

Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi kesimleri ile ilgili üçüncü önemli sorunları %27.4 ile küçük bedenlere göre tasarlanan giysilerin büyük bedenlere tasarlanmamasıdır. Yaş değişkenine bakıldığında 30 yaş grubu ve altı tadilat gerektirdiği için kesimlerin bozulması (% 20.5) ve küçük bedenlere tasarlanan giysilerin büyük bedenlere göre tasarlanmaması (% 23.1) ile ilgili sorunlar yaşarken, 40-49 yaş grubu % 26.7 ile 50 yaş grubu ve üstü % 30.2 ile giysi kesimleriyle ilgili üçüncü önemli sorunlarının küçük bedenlere tasarlanan giysilerin büyük bedenlere tasarlanmaması olduğunu belirtmişlerdir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınlar % 31.7 ile, 48-50 beden kullanan kadınlar % 24.5 ile, 52 beden ve üstünü kullanan kadınlar %25.0 ile küçük bedenlere tasarlanan giysilerin büyük bedenlere tasarlanmaması ile ilgili sorunlar yaşadıklarını belirtmişlerdir. Büyük beden kullanan kadınların hazır giysi kesimleri ile ilgili üçüncü önemli sorunlarının “küçük beden kullanan kadınlara tasarlanan giysilerin büyük beden kullanan kadınlara da tasarlanması”olmasının nedeni;küçük beden kullanan kadınlar için yapılan daha popüler ve çeşitli renk ve tasarımları büyük beden kullanan kadınlarında giymek istemesi olabilir.

Yapılan χ^2 analiz sonuçlarına göre deneklerin hazır giysi kesimleri ile ilgili üçüncü önemli sorunlarının yaş değişkenine göre değişiklik gösterdiği ($P<0.05$) beden ölçüsü değişkenine göre değişiklik göstermediği ($P>0.05$) saptanmıştır.

5.4.6. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dikişleriyle ilgili sorunlarının olması

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dikişleriyle ilgili sorunlarının olması çizelge 5.39’da belirtilmiştir.

Çizelge 5.39. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Dikişleriyle İlgili Sorunlarının Olması

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Dikişleriyle İlgili Sorunlarının Olması					
	Var		Yok		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	29	67.4	14	32.6	43	100.0
31-39	62	63.9	35	36.1	97	100.0
40-49	58	60.4	38	39.6	96	100.0
50+	47	73.4	17	26.6	64	100.0
TOPLAM	196	65.3	104	34.7	300	100.0
$\chi^2=3.051$ SD=3 P>0.05						
Beden Ölçüsü						
44-46	79	63.2	46	36.8	125	100.0
48-50	78	68.4	36	31.6	114	100.0
52+	39	63.9	22	36.1	61	100.0
TOPLAM	196	65.3	104	34.7	300	100.0
$\chi^2=0.784$ SD=2 P>0.05						

Çizelge 5.39’da görüldüğü üzere büyük beden giysi kullanan kadınların % 67.4’ünün hazır giysilerin dikişleriyle ilgili sorunlarının olduğu % 32.6’sının sorunlarının olmadığı saptanmıştır. Yaş değişkenine göre 30 yaş grubu ve altının % 67.4’ü 31-39 yaş grubunun % 63.9’u, 40-49 yaş grubunun % 60.4’ü, 50 yaş grubu ve üstünün %73.4’ünün hazır giysilerin dikişleriyle ilgili sorunlarının olduğu saptanmıştır. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınların % 63.2’sinin 48-50 beden kullanan kadınların % 68.4’ünün, 52 beden ve üstü beden kullanan kadınların % 63.9’unun hazır giysilerin dikişleri ile ilgili sorunlarının olduğu belirlenmiştir. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dikişleriyle ilgili sorunlarının olmasının nedeni; onların kilolarından dolayı hareket etme sınırlarının diğerlerine göre kısıtlı olması yani oturup kalkarken giysilerle ilgili sorun yaşamalarından olabilir.

χ^2 analiz sonuçlarına göre deneklerin hazır giysilerin dikişleriyle ilgili sorunlarının olmasının yaş ve beden ölçüsü değişkenine göre farklılık yaratmadığı ($P>0.05$) saptanmıştır.

5.4.7. Büyük beden giysi kullanan kadınların önem sırasına göre hazır giysilerin dikişleri ile ilgili sorunlarının olması

Araştırma kapsamına alınan büyük beden giysi kullanan kadınların % 65.3'ü (n=196) hazır giysilerin dikişleri ile ilgili sorunlarının olduğunu belirtmişlerdir. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dikişleri ile ilgili sorunlarının düğmelerin çabuk bozulması, dikişlerin çabuk sökülmesi, fermuarların çabuk bozulması, dikişlerin atlamış olması olduğu saptanmıştır. Araştırmanın bu bölümünde değerlendirme 196 büyük bedenli denek üzerinden yapılmıştır.

5.4.7.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dikişleriyle ilgili birinci önemli sorunları

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dikişleriyle ilgili birinci önemli sorunları çizelge 5.40'da verilmiştir.

Çizelge 5.40. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Dikişleriyle İlgili Birinci Önemli Sorunları

YAŞ	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Dikişleriyle İlgili Birinci Önemli Sorunları									
	Düğümlerin çabuk bozulması		Dikişlerin çabuk sökülmesi		Fermuarların çabuk bozulması		Dikişlerin atlamış olması		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	8	27.6	10	34.5	9	31.0	2	6.9	29	100.0
31-39	18	29.0	23	37.1	21	33.9	-	-	62	100.0
40-49	22	37.9	14	24.1	20	34.5	2	3.4	58	100.0
50+	23	48.9	10	21.3	14	29.8	-	-	47	100.0
TOPLAM	71	36.2	57	29.1	64	32.7	4	2.0	196	100.0
$\chi^2=13.125$ SD=9 P>0.05										
Beden Ölçüsü										
44-46	28	35.4	25	31.6	24	30.4	2	2.5	79	100.0
48-50	26	33.3	19	24.4	31	39.7	2	2.6	78	100.0
52+	17	43.6	13	33.3	9	23.1	-	-	39	100.0
TOPLAM	71	36.2	57	29.1	64	32.7	4	2.0	196	100.0
$\chi^2=5.212$ SD=6 P>0.05										

Çizelge 5.40'a göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dikişleriyle ilgili birinci önemli sorunları % 36.2 ile düğümlerin çabuk bozulmasıdır. Yaş değişkenine göre 30 yaş grubu ve altı % 34.5 ile 31-39 yaş grubu % 37.1 ile dikişlerin çabuk sökülmesiyle ilgili sorun yaşarken, 40-49 yaş grubu ile (% 37.9) 50 yaş grubu ve üstü (% 48.9) düğümlerin çabuk bozulmasıyla ilgili sorunlar yaşamaktadır. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınların %35.4'ünün, 52 beden kullanan kadınların % 43.6'sının düğümlerin çabuk bozulması ile ilgili sorun yaşadığı saptanmıştır.

χ^2 analiz sonuçlarına göre deneklerin hazır giysilerin dikişleriyle ilgili birinci önemli sorunlarının yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre farklılık göstermediği (P>0.05) saptanmıştır.

5.4.7.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dikişleriyle ilgili ikinci önemli sorunları

Yaş ve beden ölçüsü değişkenleri dikkate alınarak deneklerin hazır giysilerin dikişleriyle ilgili ikinci önemli sorunları çizelge 5.41’de belirtilmiştir.

Çizelge 5.41. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerdeki Dikişlerle İlgili İkinci Önemli Sorunları.

YAŞ	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Dikişleriyle İlgili İkinci Önemli Sorunları										
	Düğümlerin çabuk bozulması		Dikişlerin çabuk sökülmesi		Fermuarların çabuk bozulması		Dikişlerin atlamış olması		TOPLAM		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
-30	12	41.4	9	31.0	7	24.1	1	3.4	29	100.0	
31-39	21	33.9	20	32.3	13	21.0	8	12.9	62	100.0	
40-49	18	31.0	27	46.6	8	13.8	5	8.6	58	100.0	
50+	9	19.1	25	53.2	8	17.0	5	10.6	47	100.0	
TOPLAM	60	30.6	81	41.3	36	18.4	19	9.7	196	100.0	
$\chi^2=10.694$		SD=9				P>0.05					
Beden Ölçüsü											
44-46	21	26.6	36	45.6	13	16.5	9	11.4	79	100.0	
48-50	25	32.1	29	37.2	16	20.5	8	10.3	78	100.0	
52+	14	35.9	16	41.0	7	17.9	2	5.1	39	100.0	
TOPLAM	60	30.6	81	41.3	36	18.4	19	9.7	196	100.0	
$\chi^2=2.953$		SD=6				P>0.05					

Çizelge 5.41’e göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerdeki dikişlerle ilgili ikinci önemli sorunları % 41.3 ile dikişlerin çabuk sökülmesidir. Yaş değişkeni göz önüne alındığında 30 yaş grubu ve altı % 41.4 ile 31-39 yaş grubu %33.9 ile düğümlerin çabuk bozulması ile ilgili sorunlar yaşarken, 40-49 yaş grubunun % 46.6’sı, 50 yaş grubu ve üstünün % 53.2’sinin ikinci önemli sorunları dikişlerin çabuk sökülmesidir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan

kadınların % 45.6'sının 48-50 beden kullanan kadınların % 37.2'sinin ve 52 beden ve üstünü kullanan kadınların % 41.0'mın dikişlerle ilgili ikinci önemli sorunları olduğu saptanmıştır.

Yapılan χ^2 analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerdeki dikişlerle ilgili ikinci önemli sorunlarının yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre değişiklik göstermediği ($P>0.05$) belirlenmiştir.

5.4.7.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dikişleriyle ilgili üçüncü önemli sorunları

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dikişleriyle ilgili üçüncü önemli sorunları çizelge 5.42'de verilmiştir.

Çizelge 5.42. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Dikişleriyle İlgili Üçüncü Önemli Sorunları

YAŞ	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Dikişleriyle İlgili Üçüncü Önemli Sorunları									
	Dügmelerin çabuk bozulması		Dikişlerin çabuk sökülmesi		Fermuarların çabuk bozulması		Dikişlerin atlamış olması		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	6	20.7	9	31.0	10	34.5	4	13.8	29	100.0
31-39	16	25.8	17	27.4	18	29.0	11	17.7	62	100.0
40-49	12	20.7	14	24.1	23	39.7	9	15.5	58	100.0
50+	5	10.6	9	19.1	23	48.9	10	21.3	47	100.0
TOPLAM	39	19.9	49	25.0	74	37.8	34	17.3	196	100.0
$\chi^2=8.059$ SD=9 P>0.05										
Beden Ölçüsü										
44-46	17	21.5	16	20.3	35	44.3	11	13.9	79	100.0
48-50	19	24.4	24	30.8	24	30.8	11	14.1	78	100.0
52+	3	7.7	9	23.1	15	38.5	12	30.8	39	100.0
TOPLAM	39	19.9	49	25.0	74	37.8	34	17.3	196	100.0
$\chi^2=12.581$ SD=6 P<0.05										

Çizelge 5.42’de görüldüğü üzere deneklerin hazır giysilerin dikişleriyle ilgili üçüncü önemli sorunları % 37.8 ile fermuarların çabuk bozulmasıdır. Yaş değişkeni göz önüne alındığında 30 yaş ve altının % 34.5’i, 31-39 yaş grubunun % 29.0’ı, 40-49 yaş grubunun % 39.7’si, 50 yaş ve üstünün % 48.9’u fermuarların çabuk bozulmasıyla ilgili sorunlar yaşamaktadır. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan deneklerin % 44.3’ünün, 48-50 beden kullanan deneklerin %30.8’inin, 52 beden ve üstünü kullanan deneklerin % 38.5’inin fermuarların çabuk bozulması ile ilgili sorunlar yaşadığı saptanmıştır.

İstatistik analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dikişleriyle ilgili üçüncü önemli sorunlarının yaş değişkenine göre farklılık

göstermediği (P>0.05) ancak beden ölçüsü değişkenine göre farklılık gösterdiği (P<0.05) saptanmıştır.

5.4.8. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin kumaşları ile ilgili sorunlarının olması

Yaş ve beden ölçüsü değişkenleri dikkate alınarak büyük bende giysi kullanan kadınların hazır giysilerin kumaşları ile ilgili sorunlarının olması çizelge 5.43'de belirtilmiştir.

Çizelge 5.43. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Kumaşları İle İlgili Sorunlarının Olması

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Kumaşları İle İlgili Sorunlarının Olması					
	Var		Yok		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	27	62.8	16	37.2	43	100.0
31-39	65	67.0	32	33.0	97	100.0
40-49	64	66.7	32	33.3	96	100.0
50+	42	65.6	22	34.4	64	100.0
TOPLAM	198	66.0	102	34.0	300	100.0
$\chi^2=0.265$ SD=3 P>0.05						
Beden Ölçüsü						
44-46	69	55.2	56	44.8	125	100.0
48-50	81	71.1	33	28.9	114	100.0
52+	48	78.7	13	21.3	61	100.0
TOPLAM	198	66.0	102	34.0	300	100.0
$\chi^2=12.171$ SD=2 P<0.01						

Büyük beden giysi kullanan kadınların % 66.0'ı giysilerin kumaşları ile ilgili sorunlar yaşarken, % 34.0 sorunu olmadığını bildirmiştir (Çizelge 5.43). Yaş

değişkenine göre 30 yaş grubu ve altının % 62.8'i 31-39 yaş grubunun % 67.0'ı 40-49 yaş grubunun % 66.7'si, 50 yaş grubu ve üstünün % 65.6'sı giysi kumaşları ile ilgili sorunlar yaşamaktadırlar. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan deneklerin % 55.2'si, 48-50 beden kullanan deneklerin % 71.1'i, 52 beden ve üstünü kullanan deneklerin % 78.7'sinin giysi kumaşları ile ilgili sorunlarının olduğu saptanmıştır.

χ^2 analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların giysilerin kumaşları ile ilgili sorunlarının yaş değişkenine göre farklılık yaratmadığı ($P<0.05$) fakat beden ölçüsü değişkenine göre farklılık yarattığı ($P<0.05$) saptanmıştır.

5.4.9. Büyük beden giysi kullanan kadınların önem sırasına göre hazır giysilerin kumaşları ile ilgili sorunları

Araştırma kapsamına alınan büyük bende giysi kullanan kadınların % 66.0'ı (n=198) hazır giysilerin kumaşları ile ilgili sorunları olduğunu belirtmişlerdir. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin kumaşları ile ilgili sorunlarının ciltte rahatsızlık yaratması, kalitesiz sentetik kumaşların kullanılması, bakımı zor kumaşların kullanılması, kalitesiz astar kullanılması, doğal liflerden dokunmuş kumaşların piyasada az bulunması olduğu saptanmıştır. Araştırmanın bu bölümünde değerlendirme 198 denek üzerinde yapılmıştır.

5.4.9.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin kumaşları ile ilgili birinci önemli sorunları

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin kumaşları ile ilgili birinci önemli sorunları çizelge 5.44'de verilmiştir.

Çizelge 5.44. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Kumaşları İle İlgili Birinci Önemli Sorunları.

YAŞ	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Kumaşları İle İlgili Birinci Önemli Sorunları											
	Ciltte rahatsızlık yaratması		Kalitesiz sentetik kumaşların kullanılması		Bakımı zor kumaşların kullanılması		Kalitesiz astar kullanılması		Doğal liflerden dokunmuş kumaşların piyasada az bulunması		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	16	59.3	3	11.1	2	7.4	3	11.1	3	11.1	27	100.0
31-39	27	41.5	13	20.0	11	16.9	5	7.7	9	13.8	65	100.0
40-49	20	31.3	21	32.8	6	9.4	3	4.7	14	21.9	64	100.0
50+	12	28.6	9	21.4	6	14.3	5	11.9	10	23.8	42	100.0
TOPLAM	75	37.9	46	23.2	25	12.6	16	8.1	36	18.2	198	100.0
$\chi^2=16.556$ SD=12 P>0.05												
Beden Ölçüsü												
44-46	20	29.0	21	30.4	11	15.9	7	10.1	10	14.5	69	100.0
48-50	34	42.0	15	18.5	9	11.1	8	9.9	15	18.5	81	100.0
52+	21	43.8	10	20.8	5	10.4	1	2.1	11	22.9	48	100.0
TOPLAM	75	37.9	46	23.2	25	12.6	16	8.1	36	18.2	198	100.0
$\chi^2=9.541$ SD=8 P>0.05												

Çizelge 5.44'e göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin kumaşları ile ilgili birinci önemli sorunları % 37.9 ile ciltte rahatsızlık yaratmasıdır. Yaş değişkenine göre 30 yaş grubu ve altının % 59.3'ü, 31-39 yaş grubunun %41.5'i, 40-49 yaş grubunun % 31.3'ü 50 yaş gurubu ve üstünün % 28.6'sı giysilerin ciltte rahatsızlık yarattığını belirtmiştir. Beden ölçüsü değişkeni dikkate alındığında 44-46 beden kullanan kadınların % 29.9'ı 48-50 beden kullanan kadınların % 42.0'ı, 52 beden ve üstünü kullanan kadınların % 43.8'i giysilerin ciltte rahatsızlık yarattığını belirtmişlerdir.

Yapılan χ^2 analiz sonuçlarına göre deneklerin hazır giysilerin kumaşları ile ilgili birinci önemli sorunlarının yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre değişiklik göstermediği ($P>0.05$) saptanmıştır.

5.4.9.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin kumaşları ile ilgili ikinci önemli sorunları

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin kumaşları ile ilgili ikinci önemli sorunları çizelge 5.45’de belirtilmiştir.

Çizelge 5.45. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Kumaşları İle İlgili İkinci Önemli Sorunları

YAŞ	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Kumaşları İle İlgili İkinci Önemli Sorunları											
	Ciltte rahatsızlık yaratması		Kalitesiz sentetik kumaşların kullanılması		Bakımı zor kumaşların kullanılması		Kalitesiz astar kullanılması		Doğal liflerden dokunmuş kumaşların piyasada az bulunması		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	1	3.7	10	37.0	8	29.6	5	18.5	3	11.1	27	100.0
31-39	18	27.7	15	23.1	17	26.2	7	10.8	8	12.3	65	100.0
40-49	21	32.8	13	20.3	18	28.1	10	15.6	2	3.1	64	100.0
50+	6	14.3	13	31.0	14	33.3	7	16.7	2	4.8	42	100.0
TOPLAM	46	23.2	51	25.8	57	28.8	29	14.6	15	7.6	198	100.0
$\chi^2=17.72$ SD=12 P>0.05												
Beden Ölçüsü												
44-46	13	18.8	16	23.2	21	30.4	13	18.8	6	8.7	69	100.0
48-50	20	24.7	21	25.9	22	27.2	12	14.8	6	7.4	81	100.0
52+	13	27.1	14	29.2	14	29.2	4	8.3	3	6.3	48	100.0
TOPLAM	46	23.2	51	25.8	57	28.8	29	14.6	15	7.6	198	100.0
$\chi^2=3.855$ SD=8 P>0.05												

Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin kumaşları ile ilgili ikinci önemli sorunları % 28.8 ile bakımı zor kumaşların kullanılmasıdır (Çizelge 5.45). Yaş değişkenine göre 30 yaş grubu ve altının % 29.6'sı, 31-39 yaş grubunun %26.2'si, 40-49 yaş grubunun % 28.1'i 50 yaş grubu ve üstünün ise %33.3'ü hazır giysilerde bakımı zor kumaşların kullanılmasından rahatsız olduklarını bildirmişlerdir. Beden ölçüsü değişkenine bakıldığında 44-46 beden kullanan deneklerin % 30.4'ünün, 48-50 beden kullanan deneklerin % 27.2'sinin, 52 beden ve üstünü kullanan deneklerin % 29.2'sinin hazır giysilerin kumaşları ile ilgili ikinci önemli sorunlarının bakımı zor kumaşların kullanılması olduğu saptanmıştır.

χ^2 analiz sonuçlarına göre deneklerin hazır giysilerin kumaşları ile ilgili ikinci önemli sorunlarının yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre farklılık göstermediği ($P>0.05$) saptanmıştır.

5.4.9.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin kumaşları ile ilgili üçüncü önemli sorunları

Büyük beden kullanan kadınların hazır giysilerin kumaşları ile ilgili üçüncü önemli sorunları yaş ve cinsiyet değişkenlerine göre çizelge 5.46'da verilmiştir.

Çizelge 5.46’da görüldüğü üzere büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi kumaşları ile ilgili üçüncü önemli sorunları % 36.9 ile doğal liflerden dokunmuş kumaşların piyasada az bulunmasıdır. Yaş değişkeni dikkate alındığında 30 yaş grubu ve altı % 33.3 ile, 31-39 yaş grubu % 35.4 ile, 40-49 yaş grubu % 43.8 ile, 50 yaş grubu ve üstü %31.0 ile üçüncü önemli sorun olarak doğal liflerden dokunmuş kumaşların piyasada az bulunması olarak belirtmişlerdir. Bende ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan deneklerin % 40.6’sı, 48-50 beden kullanan deneklerin %32.1’i, 52 beden ve üstünü kullanan deneklerin % 39.6’sı doğal kumaşların piyasada az bulunmasıyla ilgili sorunlar yaşadığı saptanmıştır.

Yapılan χ^2 analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi kumaşları ile ilgili üçüncü önemli sorunlarının yaş ve beden ölçüsüne değişkenlerine göre farklılık göstermediği ($P>0.05$) belirlenmiştir.

5.4.10. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili sorunları

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili sorunları çizelge 5.47’de verilmiştir.

Çizelge 5.47. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysileri Satın Alma İle İlgili Sorunları

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysileri Satın Alma İle İlgili Sorunları					
	Var		Yok		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	32	74.4	11	25.6	43	100.0
31-39	65	67.0	32	33.0	97	100.0
40-49	63	65.6	33	34.4	96	100.0
50+	41	64.1	23	35.9	64	100.0
TOPLAM	201	67.0	99	33.0	300	100.0
$\chi^2=1.402$ SD=3						P>0.05
Beden Ölçüsü						
44-46	79	63.2	46	36.8	125	100.0
48-50	75	65.8	39	34.2	114	100.0
52+	47	77.0	14	23.0	61	100.0
TOPLAM	201	67.0	99	33.0	300	100.0
$\chi^2=3.678$ SD=2						P>0.05

Çizelge 5.47'ye göre büyük beden giysi kullanan kadınların % 67.0'nın hazır giysileri satın alma ile ilgili sorunları varken % 33.0'nın sorunları yoktur. Yaş değişkeni göz önüne alındığında 30 yaş ve altının % 74.4'ünün, 31-39 yaş grubunun % 67.0'nın, 40-49 yaş grubunun 65.6'sının satın alma ile ilgili sorunları vardır. Beden ölçüsü dikkate alındığında 44-46 beden kullanan deneklerin % 63.2'si, 48-50 beden kullanan deneklerin % 65.8'i, 52 beden ve üstünü kullanan deneklerin % 77.0'ı hazır giysileri satın alma ile ilgili sorunlar yaşadığı saptanmıştır.

χ^2 analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili sorunlarının yaş ve beden ölçüleri değişkenlerine göre değişiklik göstermediği (P>0.05) saptanmıştır.

5.4.11. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili sorunlarının olması

Araştırma kapsamına alınan büyük beden giysi kullanan kadınların % 67.0'ı (n=201) hazır giysileri satın alma ile ilgili sorunlarının olduğunu belirtmişlerdir. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili sorunlarının mağazaların kalabalık olması, pazarda büyük beden giysilere ulaşma zorluğu, mağaza çalışanlarının büyük bedenlilere karşı tutumlarının rahatsız edici olması, kabinlerin dar olması ve rahat hareket etme imkanını kısıtlaması, satış personelinin büyük beden tanımlaması yaparken “şişman” ya da “tombul” kelimelerini kullanması olduğu saptanmıştır. Araştırmanın bu bölümde değerlendirme 201 denek üzerinde yapılmıştır.

5.4.11.1. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili birinci önemli sorunları

Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili birinci önemli sorunları yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre çizelge 5.48'de belirtilmiştir.

Çizelge 5.48. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların hazır Giysileri Satın Alma İle İlgili Birinci Önemli Sorunları

YAŞ	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysileri Satın Alma İle İlgili Birinci Önemli Sorunları ve.											
	Mağazaların kalabalık olması		Pazarda büyük beden giysilere ulaşma zorluğu		Mağaza çalışanlarının büyük bedenlilere karşı tutumlarının rahatsız edici olması		Kabinlerin dar olması ve rahat hareket etme imkanını kısıtlaması		Satış personelinin büyük beden tanımlaması yaparken “şişman” ya da “tombul” kelimelerini kullanması		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	5	15.6	17	53.1	3	9.4	3	9.4	4	12.5	32	100.0
31-39	12	18.5	22	33.8	9	13.8	8	12.3	14	21.5	65	100.0
40-49	9	14.3	23	36.5	5	7.9	7	11.1	19	30.2	63	100.0
50+	7	17.1	16	39.0	4	9.8	4	9.8	10	24.4	41	100.0
TOPLAM	33	16.4	78	38.8	21	10.4	22	10.9	47	23.4	201	100.0
$\chi^2=6.912$ SD=12 P>0.05												
Beden Ölçüsü												
44-46	17	21.5	34	43.0	8	10.1	9	11.4	11	13.9	79	100.0
48-50	10	13.3	22	29.3	9	12.0	9	12.0	25	33.3	75	100.0
52+	6	12.8	22	46.8	4	8.5	4	8.5	11	23.4	47	100.0
TOPLAM	33	16.4	78	38.8	21	10.4	22	10.4	47	23.4	201	100.0
$\chi^2=11.836$ SD=8 P>0.05												

Çizelge 5.48'e göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili birinci önemli sorunları % 38.8 ile pazarda büyük beden giysilere ulaşma zorluğudur. Yaş değişkenine göre 30 yaş grubu ve altı % 53.1 ile, 31-39 yaş grubu %33.8 ile, 40-49 yaş grubu % 36.5 ile, 50 yaş grubu ve üstü %39.9 ile pazarda büyük beden giysilere ulaşma zorluğunu yaşadıklarını belirtmişlerdir. Beden ölçüsü değişkeni göz önüne alındığında 44-46 beden kullanan denekler % 43.0 ile, 52 beden ve üstünü kullanan denekler ise % 46.8 ile pazarda büyük beden giysilere ulaşma zorluğu yaşarken,48-50 beden kullanan deneklerin en çok satış personelinin büyük

beden tanımlaması yaparken “şışman” ya da “tombul” kelimelerini kullanması (% 33.3) ile ilgili sorunlar yaşadıkları saptanmıştır.

χ^2 analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili birinci önemli sorunlarının yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre farklılık göstermediği ($P>0.05$) belirlenmiştir.

5.4.11.2. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili ikinci önemli sorunları

Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili ikinci önemli sorunları yaş ve beden ölçüsü değişkenleri dikkate alınarak çizelge 5.49’da belirtilmiştir.

Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili ikinci önemli sorunları % 29.4 ile mağaza çalışanlarının büyük bedenlilere karşı tutumlarının rahatsız edici olmasıdır (Çizelge 5.49). 30 yaş grubu ve altının % 18.8'i 31-39 yaş grubunun % 27.7'si 40-49 yaş grubunun % 33.3'ü, 50 yaş grubu ve üstünün % 34.1'i mağaza çalışanlarının büyük bedenlilere karşı tutumlarından rahatsız olduklarını belirtmişlerdir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınların % 32.9'unun 48-50 bedenlilerin % 29.3'ü, 52 beden ve üstünü kullanan kadınların % 23.4'ünün mağaza çalışanlarının büyük bedenlilere karşı tutumlarından rahatsız oldukları saptanmıştır.

Yapılan χ^2 analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili ikinci önemli sorunlarının yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre değişiklik göstermediği ($P>0.05$) saptanmıştır.

5.4.11.3. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili üçüncü önemli sorunları

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili üçüncü önemli sorunları çizelge 5.50'de verilmiştir.

Çizelge 5.50'ye göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili üçüncü önemli sorunları % 30.8 ile satış personelinin büyük beden tanımlaması yaparken “şişman” ya da “tombul” kelimeleri kullanmasıdır. Yaş değişkenine göre 30 yaş grubu ve altı % 37.5 ile, 31-39 yaş grubu % 33.8 ile 40-49 yaş grubu % 23.8 ile, 50 yaş grubu ve üstü % 31.7 ile beden ölçüsü değişkenine göre ise 44-46 beden kullanan kadınlar % 32.9 ile, 48-50 beden kullanan kadınlar % 33.3 ile 52 beden ve üstünü kullanan kadınlar % 23.4 ile satış personelinin büyük beden tanımlaması yaparken “şişman” ya da “tombul” kelimelerini kullanması ile ilgili sorunlar yaşamaktadır.

χ^2 analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysileri satın alma ile ilgili üçüncü önemli sorunlarının yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre farklılık göstermediği ($P>0.05$) saptanmıştır.

5.4.12. Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin renkleriyle ilgili sorunlarının olması

Yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin renkleriyle ilgili sorunlarının olması çizelge 5.51'de verilmiştir.

Çizelge 5.51. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Renkleri İle İlgili Sorunlarının Olması

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilerin Renkleri İle İlgili Sorunlarının Olması					
	Var		Yok		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	29	67.4	14	32.6	43	100.0
31-39	56	57.7	41	42.3	97	100.0
40-49	51	53.1	45	46.9	96	100.0
50+	28	43.8	36	56.3	64	100.0
TOPLAM	164	54.7	136	45.3	300	100.0
$\chi^2=6.369$ SD=3 P>0.05						
Beden Ölçüsü						
44-46	61	48.8	64	51.2	125	100.0
48-50	67	58.8	47	41.2	114	100.0
52+	36	59.0	25	41.0	61	100.0
TOPLAM	164	54.7	136	45.3	300	100.0
$\chi^2=2.977$ SD=2 P>0.05						

Büyük beden giysi kullanan kadınların % 54.7'si hazır giysilerin renkleri ile ilgili sorunlarının olduğunu, % 45.3'ü sorununun olmadığını belirtmişlerdir (Çizelge 5.51). Yaş değişkeni dikkate alındığında 30 yaş grubu ve altının %67.4'ü, 31-39 yaş grubunun %57.7'si, 40-49 yaş grubunun %53.1'i, 50 yaş grubu ve üstünün %43.8'i giysilerin renkleriyle ilgili sorunları olduğunu bildirmişlerdir. Beden ölçüsü değişkenine göre 44-46 beden kullanan kadınların % 48.82'sinin, 48-50 beden kullanan kadınların % 58.8'inin, 52 beden ve üstünü kullanan kadınların % 59.0'ının hazır giysilerin renkleriyle ilgili sorunlarının olduğu saptanmıştır.

Yapılan χ^2 analiz sonuçlarına göre büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin renkleri ile ilgili sorunlarının yaş ve beden ölçüsü değişkenlerine göre değişiklik göstermediği (P>0.05) belirlenmiştir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kentleşme hızlılığı, kadınlar çalışma hayatına gittikçe artan bir oranla girmeleri, özellikle büyük şehirlerde hazır giyime olan talebi büyük ölçüde arttırmıştır. Hızla gelişen sosyal ve ekonomik gelişmeler daha fazla insanın hazır giyim eşyaları satın almasına olanak sağlamıştır. Buna karşın tüketicilerin hazır giyim ile ilgili çeşitli sorunları bulunmaktadır. Özellikle büyük beden kullanan kadınlar mağazalarda ölçülerine göre kıyafet bulmakta zorlanmaktadırlar. Bu nedenle büyük beden kullanan kadınların tercih ve sorunlarını hazır giyim endüstrisindeki firmalara iletmeye yönelik kapsamlı bir araştırma yapılmıştır.

Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysi tercihleri ve sorunlarının belirlenmesi amacıyla yapılan bu araştırmanın sonuçları;

- Büyük beden kullanan kadınların % 68.7'sinin giysilerini hazır aldıklarını,
- 30 yaş grubu ve altı % 53.5 ile,50 yaş grubu ve üstü % 50.0 ile,31-39 yaş % 69.1 ile,40-49 yaş grubu % 61.5 ile giysi alışverişinden hoşlandığını; ayrıca 44-46 beden kullanan kadınların % 61.5'inin , 48-50 beden kullanan kadınların % 61.4'ünün,52 beden ve üstünü kullanan kadınların % 55.7'sinin giysi alışverişinden hoşlandıklarını,
- 44-46 beden kullanan kadınların % 54.4'ünün,52 beden ve üstünü kullanan kadınların % 62.3'ünün ihtiyaçlarını karşılamak için alışveriş yaptıklarını,
- Büyük beden kullanan kadınların % 47.0'nın giysi seçiminde etkilendiği ve model aldığı kişilerin arkadaşları olduğunu,
- Büyük beden kullanan kadınların % 43.7'sinin modayı takip ettiğini,
- Büyük beden giysi kullanan kadınların %49.0'nın satın alma davranışlarını etkileyen kitle iletişim aracının televizyon reklamları olduğunu,
- 44-52 beden ve üstünü kullanan kadınların %76.3'nün hazır giysilerdeki kumaş tercihlerinin pamuklu kumaş olduğunu,
- Büyük bedenli kadınların yazın önem sırasında göre en çok keten, cotton ve kot'u kışın ise triko kumaşlarını tercih ettikleri

- Büyük beden giysi kullanan kadınların kışın tercih ettiği renklerin önem sırasına göre en çok siyah, lacivert, kahverengi olduğu,
- Beden ölçüsü büyüdükçe bol kesimli modellerin tercihinin de arttığını,
- Büyük beden kullanan kadınların bedenleri büyüdükçe düz dokuma tercihlerinin azaldığı, fakat çizgili dokuma tercihlerinin arttığını,
- Büyük beden kullanan kadınların % 30.0'nin pantolon-bluz tercih ettikleri ve % 68.7'sinin giysi mağazalarından alışveriş yaptıklarını,
- Büyük beden giysi kullanan kadınların önem sırasına göre ideal kıyafet tercihleri giysilerin terletmeyen kumaşlardan seçilmesi, yurt dışındaki gibi bedenlere göre boy alternatiflerinin olması ve modaaya uygun kreasyonların büyük bedenlere çalışılması olduğunu,
- Hazır giysilere ilişkin en önemli sorunların önem sırasına göre, ölçülerin vücuda uygun olmaması, fiyatların yüksek bulunması olduğu,
- Büyük bedenli kadınların % 51.3'nün hazır giysilerin ölçüleriyle ilgili sorunlarının olduğunu ve bu sorunların önem sırasına göre en çok basen ölçüsünün uymaması, bel ölçüsünün uymaması ve istenilen beden ölçüsünün bulunmaması olduğunu,
- Büyük beden kullanan kadınların % 86.3'nün hazır giysilerin modelleriyle ilgili sorunlarının olduğu ve bu sorunlarının önem sırasına göre en çok pantolonların düşük belli olması, tadilat gerektirdiği için modellerin bozulması ve küçük bedenlere tasarlanan giysilerin büyük bedenlere tasarlanmaması olduğunu,
- Büyük beden giysi kullanan kadınların % 65.3'nün hazır giysilerin dikişleriyle ilgili sorunlarının olduğu ve bu sorunlarının önem sırasına göre en çok düğmelerin çabuk bozulması, dikişlerin çabuk sökülmesi, fermuarların çabuk bozulması olduğunu,
- Büyük beden giysi kullanan kadınların hazır giysilerin dokumaları ile ilgili sorunlarının beden ölçüsüne göre önemli ölçüde değişiklik yarattığı ve bu sorunların önem sırasına göre en çok ciltte rahatsızlık yaratması, bakımı zor kumaşların kullanılması, doğal liflerden dokunmuş kumaşların piyasada az bulunması olduğunu,
- Büyük beden giysi kullanan kadınların % 67.8'nin hazır giysilerin renkleriyle ilgili sorunlarının olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre ülkemizde bulunan büyük beden kullanan kadınlar hazır giysilerle ilgili sorunlar yaşamaktadır. Bu sorunlardan en önemlisi ölçülerin vücuda uygun olmamasıdır. Birçok kadının vücut ölçüleri standart beden sınıflandırmasına uymamaktadır. Bununla birlikte vücut ölçüleri bireyden bireye ve toplumdan topluma değişiklik göstermektedir. Hazır giyim firmaları ise kendi geliştirdikleri kalıplara göre çalışmaktadır. Bu durum bir taraftan üretici açısından zaman, emek ve malzeme kaybına yol açarken, tüketicinin de istediği beden ölçüsünde giysi bulamamasına neden olmaktadır. Bu nedenle hazır giyim firmalarının ve tasarımcılarının büyük beden kullanan kadınların antropometrik ölçülerini alarak, bu ölçülere uygun kalıplar hazırlayarak üretim yapması gerekmektedir. Bu yapılırken küçük beden kullanan kadınlara tasarlanan giysiler gibi, kaliteli, ciltte rahatsızlık yaratmayan kumaşlar seçilerek, şık ve kullanışlı modellerden ve istenilen renklerden, giyme çıkarma güçlüğü olmayan, dikişleri ile ilgili sorunlarından arınmış tasarımlar dikkate alınmalıdır. Bunun yanı sıra Üniversitelerimizde bu alanda çalışan eğitimcilerimize de çok fazla görev düşmektedir. Eğitimcilerin büyük beden kullanan kadınların standart beden ölçüleri ve antropometrik ölçümleri üzerine daha fazla çalışarak bir beden katalog sistemi oluşturmaları ve hazır giyimden maksimum fayda sağlamak için sektör temsilcileri ile iletişim halinde olmaları gerekmektedir. Dileğimiz büyük beden giysi kullanan kadınların da vücut ölçülerine göre, istediği renkte, modelde, şık ve kaliteli giysilere kolayca ulaşarak, psikolojik ve sosyal yaşantılarında kendini ifade edebilmeleridir.

KAYNAKÇA

- Altınay, H. ve İşbilen, A. 1996. Hazır Giyimde İş Süreçlerinin yeniden Tasarımı İçin 20. yy'da Kadın Giysi Formalarındaki Değişimlerin Analizi. 1996. Uluslar arası Tekstil Konferansı-Bursa. 267-277 sayfa
- Anonim. 2001. Tekstil Teknolojisi I-II. M.E.B. 350 sayfa
- Anonim. 2001. Tekstil Uygulama. M.E.B. Basımevi Ankara 254 sayfa
- Anonim. 2002. Türk Hazır Giyim Sanayii'nin İhracat İmkanları. İMAJ Baskı. Ankara. 175 sayfa
- Anonim. 2003. Zayıflamadan İncelin. Yarın Gazetesi (Eki) 2 Ekim 2003.
- Arıcı, H. 2004. İstatistik (Yöntemler ve Uygulamalar) 14. Baskı. Meteksan 15. Basımevi.Ankara. 267 sayfa
- Arlı, M. Söylemezoğlu, F. ve Erdoğan, Z. 1999. Ayancık İlçesinde Keten El Dokumacılığı. 2000'li Yıllarda Türkiye'de Geleneksel Türk El Sanatlarının Sanatsal, Tasarımsal ve Ekonomik Boyutu Sempozyumu Bildirileri, S. 14-19. Ankara
- Asal, O. 2002. Ürün Bilgisi. Yeni Karamürsel Eğitim Müdürlüğü 106 sayfa
- Aydın, S. ve Çakar, G.E. 1993. Çağdaş Giysi Tasarımında Öge ve Prensipler. 1. Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon Kongresi Gökhan matbaası ve Mücellit Hanesi İstanbul. 267-268 sayfa
- Aydın, S. ve Baysal, M. 1996. Hazır Giyim Sanayinde Kalıp ve Ürün Ölçülerinin Karşılaştırılması. 1996 Uluslar arası Tekstil Konferansı-Bursa, 351-362 sayfa
- Bayraktar, F. 1996. Giyim. Ankara. 65. sayfa
- Baysal, M. 1995. Hazır Giyim Sanayinde Kalıp ve Ürün Ölçülerinin Karşılaştırılması. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Giyim Endüstrisi ve Giyim Eğitimi Bölümü Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış).
- Baysal, A. 1999. Beslenme. Hatiboğlu Yayınevi. 496 sayfa
- Brown, P. and Rice J. 2001. Ready-to-Wear apparel Analysis. 3.baskı. 429 sayfa
- Civitçi, Ş. 2003. Tüketicilerin Hazır Giyim ürünü Satın Alma Tercihlerinde Markanın Önemi. Tekstil Maraton Dergisi. (66) 63-69 sayfa

- Chun-Yoon, J. and Jasper, C.R. 1994. Development of Size Labelling Systems for Women's Garments. Journal of Consumer Studies and Home Economics 18, 71-83 sayfa
- Çağlayan, E. 1978. Giyim Teknikleri. Semih Ofset Matbaacılık Ankara.200 sayfa
- Davis, L.L., Markeee, N., Dallas, J. Mm., Harger, B. and Miller, J. 1990. Dermatological Health Problems Attributed by Consumers to Contact with Textiles. Home Economics Research Journal. 18. 311-322 sayfa
- DeLong, R.M., Bye, K.E and Larntz, K. 1991. Perceptions of Successful Apparel Products. Home Economics Research Journal. 19. 245-251 sayfa
- Düzgüneş, O., Kesici,T ve Gürbüz,F.1993.İstatistik Metotları.Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları Ders Kitabı.Ankara.369 sayfa
- Gener, N. 1996. Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Moda Marka ve Tanıtıma Yönelik Mesleki ve Teknik Eğitimin Etkileri. 1996 Uluslar arası Tekstil Konferansı-Bursa. 316-317 sayfa
- Göksel, N. 2003. Moda/Marka Olgusuna Kavramsal Bir Bakış. Tekstil ve Konfeksiyonda Görünüm. Bileşim Yayıncılık 60-62 sayfa
- Gönen, E., Bayraktar, M. ve Özgen, Ö. 1991. Hazır Giyim Tüketiminde Antropometri. 3. Ergonomi Kongresi. Milli Prodüktivite Merkezi yayınları: 441,Ankara.
- Gönen, E. ve Özgen, Ö. 1993. Hazır Giyimde Yeni Bir Boyut; Marka Tutkusu. 1. Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon Kongresi. 255-261 sayfa
- Günvaran, Ş. ve Gökçel, O. (1968). Giyimde Ön Bilgiler. Emel Matbaası. 90 sayfa. Ankara.
- Hogge, E.V., Baer, M. and Kang-Park, J. 1988. Clothing for Elderly and Non- Elderly Men: A Comparison of Preferences, Perceived Availability and Fitting Problems. Clothing and Textiles Research Journal. 6. 47-53 sayfa
- Kırzioğlu, N.G. 1992. Giyim Sanatı ve Kişisel Görünüm. MEB. 171 sayfa. Ankara.
- Komşuoğlu, Ş., İmer, A., Seçkinöz, M., Alparslan, S. ve Etike, S. 1986. Resim II Moda Resmi ve Giyim Tarihi. Türk Tarih Kurumu Basımevi? Ankara.

- Kömürcü, A. 1978. Şişmanlığın Oluşumunu Etkilene Etmenlerin ve Şişmanlığın Düzeltmesinde Uygulanan Zayıflama Diyetlerinin Etkinliğinin Saptanması. Bilim uzmanlığı tezi (Basılmamış). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Lokmanoğlu, P. ve Aslan, E. 1996. Tekstil Mamulleri Üretiminde Kullanılan Bazı yardımcı Malzemelerin Standardizasyona Uygunluğunun Saptanmasına Yönelik Bir Araştırma. 1996 Tekstil Konferansı ve Sergisi. Published by Textile Engineering Department University of Uludağ. Bursa. 319-321 sayfa
- Lowe, D.E. and Dunsing, M.M. 1981. Clothing Satisfaction Determinants. Home Economics Research Journal. 9. 363-373 sayfa
- Oğuztörel, A. 1995. Kumaş Seçiminde Renklerin İnsan Üzerindeki Psikolojik Etkileri. Tekstil ve Konfeksiyon Dergisi (5) 396-400 sayfa
- Öndoğan, Z. 1995. Yirminci Yüzyıl Modasına Doğru. Tekstil ve Konfeksiyon Dergisi, %(5) Ege Üniv. Basımevi İzmir. 477-481 sayfa
- Özgen, Ö. ve Ufuk, H. 1999. Yaşlıların Giysi Tüketimine Yönelik Davranışları ve Sorunları. H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 17(2). 181-198 sayfa
- Perry, O.M., Schutz, G.H. and Rucker, H.M. 1983. Clothing Interest, Self-Actualization, and Demographic Variable. Home Economics Research Journal. 11. 280-287 sayfa
- Richards, L., Farr, C. and Gaitros, C. 1997. Environmental Influences on Dress: Creek Nation, 1885-1990. Family and Consumer Sciences Research Journal, 25 (4). 369-389 sayfa
- Sevgi, Y. 1979. Giyim Teknolojisi. Kadioğlu Matbaası Ankara. 182 sayfa
- Sezer, H., Bilgin, F. ve Kayaoğlu, A. 1992. Hazır Giyim Üretimi. Bizim Büro Basımevi Ankara 173 sayfa
- Söylemezoğlu, F. ve Kayabaşı, N. 1996. Bayan Akademik Personelin Hazır Dış Giyim Alışverişine İlişkin Davranış Biçimleri. 1996. Uluslar arası Tekstil Konferansı-Bursa. 310-315 sayfa

- Topaloğlu, E. 1995. Türk Kadın ölçüleri Standardizasyon Çalışmaları Üzerinde Bir Araştırma. Tekstil ve Konfeksiyon (5). Ege Üniversitesi Basımevi İzmir. 466-468 sayfa
- Topaloğlu, E. 1995. Hazır Giyimin Önemi-Ekonomideki Yeri ve Bazı Sorunları. Tekstil ve Konfeksiyon 5(5) .E.Ü. Tekstil ve Konfeksiyon Araştırma-Uygulama Merkezi Yayını Ankara. 558-569 sayfa
- Üstün, G. 1995. Hazır Giyim Sektöründe Moda Kavramı, Türkiye’de Moda Eğitiminin Yeri ve Bir Model Örneği. Tekstil ve Konfeksiyon Dergisi. 5(5) Ege Üniversitesi Basımevi İzmir 472-476 sayfa
- Vural, T., Altıntaş, N. ve Ağaç, S. 1996. Ankara’daki Hazır Giyim Firmalarının Ürün Tutundurma Faaliyetleri. Tekstil ve Konfeksiyon 6(2). Ege Üniversitesi Basımevi İzmir.148-154 sayfa
- Wall, M., Dickey, E.L. and Talarzyk, W.W. 1979. Profiling Consumer Communication of Complaints About Clothing Performance. Home Economics Research Journal 7,368-379 sayfa
- Yalçın, S. 2004 Obezite. [http: //sağlık.tr.net/beslenme-sağlığı-obezite.shtml](http://sağlık.tr.net/beslenme-sağlığı-obezite.shtml)
- Yanmaz, K. 1995. Moda Grafiği. Tekstil ve Konfeksiyon Dergisi. 5(1) Ege Üniversitesi Basımevi İzmir. 72-77 sayfa
- Yamane, T., Esin, A., Bakır, M.A., Aydın, C. ve Gürbüz, E. 2001. Temel Örnekleme Yöntemleri. Literatür Yayıncılık. 509 sayfa
- Yazıcıoğlu, Y ve Şener, H.F. 1996. Kadınların Vücut Özelliklerine Uygun Standart Kalıp Çizim Sistemi Geliştirme. 1996 Uluslar arası Tekstil Konferansı ve Sempozyumu, 27-28 Mart. 297-301 sayfa

EKLER

EK-1.

BÜYÜK BEDEN GİYSİ KULLANAN KADINLARIN HAZIRGIYIM TERCİHLERİNİN VE SORUNLARININ BELİRLENMESİ

I. DENEKLERE İLİŞKİN DEMOGRAFİK BİLGİLER

1. Yaş :
2. Kilo :
3. Boy :
4. Beden Ölçüsü :
5. Medeni Durumu :
 - 1 () Evli
 - 2 () Bekar
 - 3 () Dul
 - 4 () Diğer
6. Öğrenim Durumu :
 - 1 () Okuryazar değil
 - 2 () Okuryazar
 - 3 () İlkokul
 - 4 () Ortaokul
 - 5 () Lise
 - 6 () Yüksekokul
7. Meslek Durumu :
 - 1 () Memur
 - 2 () İşçi
 - 3 () Serbest Meslek
 - 4 () Doktor, Avukat
 - 5 () Esnaf
 - 6 () Ev kadını
 - 7 () Emekli

II. DENEKLERİN HAZIR GİYSİLERİN TÜKETİMİNE YÖNELİK DAVRANIŞLARI

1. Büyük beden giysileri kullanan kadınların giysi elde etme biçimleri

- 1 () Hazır alıyorum
- 2 () Diktiriyorum
- 3 () Kendim dikiyorum
- 4 () Hem hazır alıyor hem de diktiriyorum
- 5 () Diğer

2. Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi alışverişinden hoşlanma durumları

- 1 () Hoşlanıyorum
- 2 () Hoşlanmıyorum
- 3 () Kararsızım

3. Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi alışverişi yapma nedenleri

- 1 () İhtiyaçlarını karşılamak için
- 2 () Farklı görünmek için
- 3 () Sıkıntılarından kurtulmak için
- 4 () Diğer.....

4. Büyük beden giysi kullanan kadınların giysi seçiminde etkilendiği, model aldığı kimse veya kimseler

- 1 () Aile
- 2 () Arkadaşlar
- 3 () Favori sanatçılar ve sporcular
- 4 () Mankenler
- 5 () Diğer.....

5. Giysi seçiminde modayı taklip ediyor musunuz?

- 1 () Evet
- 2 () Hayır
- 3 () Bazen

6. Cevap evet ise; modayı nasıl izliyorsunuz?

- 1 () Aylık moda dergilerini okuyarak
- 2 () Televizyondaki moda programlarını izleyerek
- 3 () Moda fuarlarını takip ederek
- 4 () Büyük alışveriş mağazalarının vitrinlerini takip ederek
- 5 () Büyük giysi firmalarının giysi kataloglarını takip ederek

7. Piyasadaki hazır giysileri beğeniyor musunuz?

- 1 () Beğeniyorum
- 2 () Beğenmiyorum
- 3 () Kararsızım

8. Hazır giysi satın alma davranışlarınızı etkileyen bireyler kimlerdir?

- 1 () Arkadaşların önerileri
- 2 () Akrabaların önerileri
- 3 () Satış personelinin önerileri
- 4 () Diğer.....
- 5 () Hiç kimse

9. Hazır giysi satın alma davranışlarınızı etkileyen kitle-iletişim araçları nelerdir?

- 1 () Televizyon reklamları
- 2 () Gazete panoları
- 3 () Reklam panoları
- 4 () İnternet katalogları
- 5 () Moda dergileri
- 6 () Moda dergilerinde yer alan reklamlar
- 7 () Diğer.....

III. DENEKLERİN HAZIR GİYSİLERE İLİŞKİN TERCİHLERİ

1. Hazır giysilerin dokumaları nasıl olmalıdır?

- 1 () Pamuklu
- 2 () Yünlü
- 3 () Sentetik
- 4 () Diğer

2. En çok tercih ettiğiniz üç rengi yaz ve kış sezonu için önem sırasına göre belirleyiniz.

- | Yaz | Kış |
|------------------|------------------|
| 1 () Siyah | 1 () Siyah |
| 2 () Lacivert | 2 () Lacivert |
| 3 () Bordo | 3 () Bordo |
| 4 () Kırmızı | 4 () Kırmızı |
| 5 () Kahverengi | 5 () Kahverengi |
| 6 () Gri | 6 () Gri |
| 7 () Mavi | 7 () Mavi |
| 8 () Yeşil | 8 () Yeşil |
| 9 () Sarı | 9 () Sarı |
| 10 () Turuncu | 10 () Turuncu |
| 11 () Beyaz | 11 () Beyaz |
| 12 () Krem | 12 () Krem |
| 13 () Pembe | 13 () Pembe |
| 14 () Diğer | 14 () Diğer |

3. Hazır giysilerin modelleri nasıl olmalıdır?

- 1 () Dar kesim
- 2 () Bol kesim
- 3 () Diğer.....

4. Hazır giysilerin desen özellikleri nasıl olmalıdır?

- 1 () Düz
- 2 () Çizgili
- 3 () Kareli
- 4 () Puanlı
- 5 () Diğer.....

5. En çok tercih ettiğiniz hazır giysi aşağıdakilerden hangisidir?

- 1 () Elbise
- 2 () Pantolon-Bluz
- 3 () Pantolon-çeket
- 4 () Etek-bluz
- 5 () Etek-çeket
- 6 () Pantolon-gömlek
- 7 () Etek-gömlek

6. Giysi alışverişinde en çok hangi mağazaları tercih ediyorsunuz?

- 1 () Departmanlı mağazalar
- 2 () Butik
- 3 () Pazarlar
- 4 () Giysi mağazaları
- 5 () Diğer.....

7. İdeal kıyafet ile ilgili tercihlerinizden üç tanesini önem sırasına göre belirtiniz.

- 1 () Tiril tiril olmalı
- 2 () Terletmeyen kumaşlardan hazırlanmalı
- 3 () Yurt dışındaki gibi bedenlere göre boy alternatifleri olmalı
- 4 () Renk alternatifleri olmalı
- 5 () Modaya uygun kreasyonların büyük bedenlerle de çalışmış olması
- 6 () Diğer.....

10. Hazır giysileri satın alma ile ilgili sorunlarınız var mı?

1 () Evet

2 () Hayır

11. Cevap evet ise hazır giysileri satın alma ile ilgili sorunlarınız neler? En önemli üç sorununuzu önem sırasına göre belirtiniz.

1 () Mağazaların kalabalık olması

2 () Pazarda büyük beden giysilere ulaşma zorluğu

3 () Mağaza çalışanlarının büyük bedenlilere karşı tutumlarının rahatsız edici olması

4 () Kabinlerin dar olması ve rahat hareket etme imkanını kısıtlaması

5 () Satış personelinin büyük beden tanımlaması yapılırken “şişman” ya da “tombul” kelimelerinin kullanılması

6 () Diğer.....

12. Hazır giysilerin renkleri ile ilgili sorunlarınız var mı?

1 () Evet

2 () Hayır

EK-2

BÜYÜK BEDEN GİYSİLERDEN ÖRNEKLER







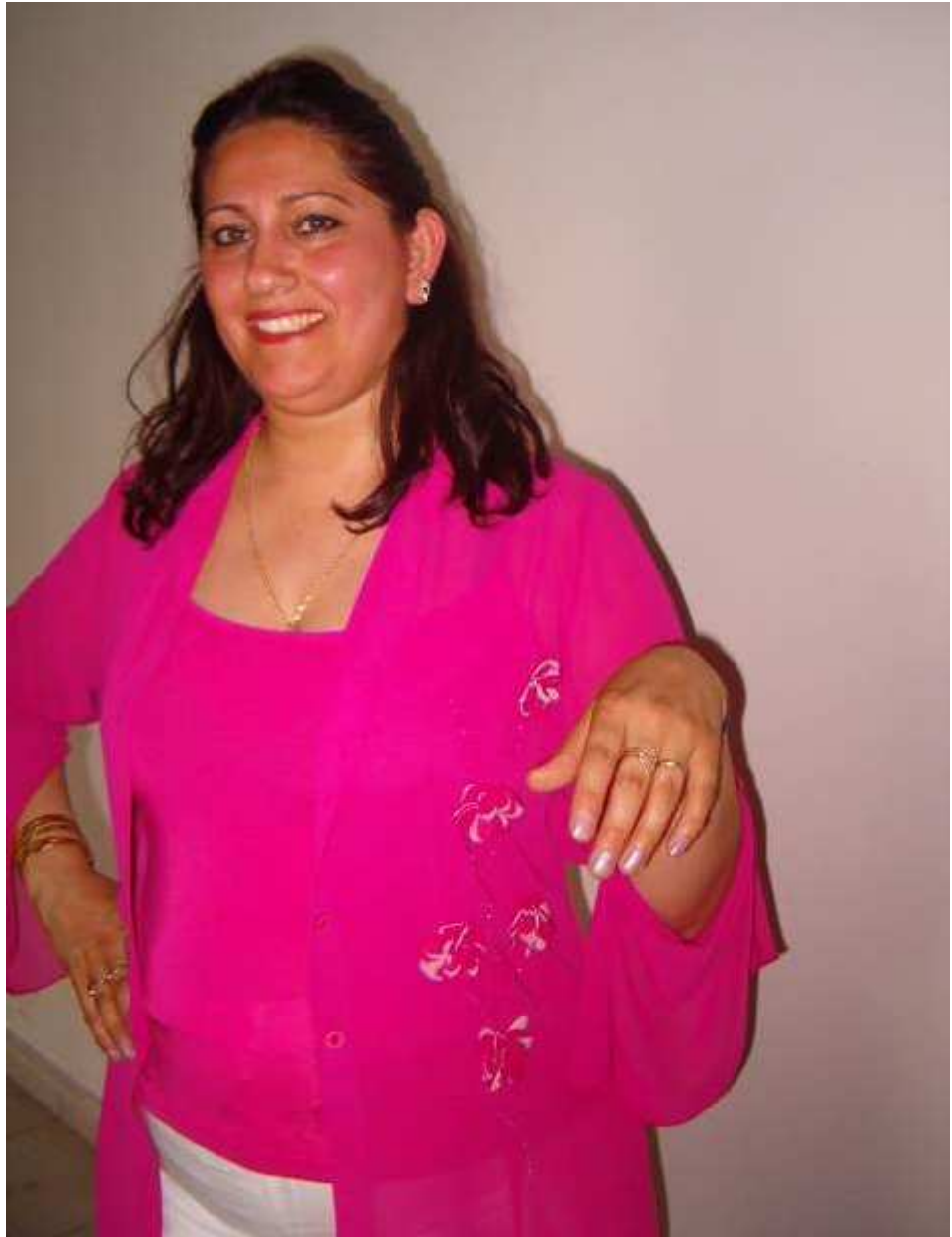


















ÖZGEÇMİŞ

1979 yılında Ankara'da doğdu. İlkokul, ortaokul, lise öğrenimini Ankara'da tamamladı. 1997 yılında girdiği Ankara Üniversitesi Ev Ekonomisi Bölümünden 2002 yılında mezun oldu. Aynı yıl Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Ev Ekonomisi Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans öğrenimine başladı. Halen yüksek lisans öğrenimine devam etmektedir.

Çizelge 5.4. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Meslek Durumu

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Meslek Durumu															
	Memur		İşçi		Serbest Meslek		Doktor, Avukat		Esnaf		Ev Hanımı		Emekli		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	Sayı	Sayı	%
-30	15	34.9	6	14.0	13	30.2	3	7.0	-	-	6	14.0	-	-	43	100.0
31-39	39	40.2	11	11.3	10	10.3	17	17.5	3	3.1	15	15.5	2	2.1	97	100.0
40-49	21	21.9	5	5.2	10	10.4	6	6.3	7	7.3	32	33.3	15	15.6	96	100.0
50+	1	1.6	3	4.7	2	3.1	-	-	1	1.6	22	34.4	35	54.7	64	100.0
TOPLAM	76	25.3	25	8.3	35	11.7	26	8.7	11	3.7	75	25.0	52	17.3	300	100.0
$\chi^2 = 150.289$ SD=18 P<0.01																
Beden Ölçüsü																
44-46	32	25.6	17	13.6	11	8.8	12	9.6	2	1.6	31	24.8	20	16.0	125	100.0
48-50	31	27.2	7	6.1	17	14.9	10	8.8	6	5.3	24	21.1	19	16.7	114	100.0
52+	13	21.3	1	1.6	7	11.5	4	6.6	3	4.9	20	32.8	13	21.3	61	100.0
TOPLAM	76	25.3	25	8.3	35	11.7	26	8.7	11	3.7	75	25.0	52	17.3	300	100.0
$\chi^2 = 16.415$ SD = 12 P>0.05																

Çizelge 5.15. Yazın Birinci Sırada En Çok Tercih Edilen Renkler

Yaş	Yazın Birinci Sırada En Çok Tercih Edilen Renkler																												
	Siyah		Lacivert		Bordo		Kırmızı		Kahverengi		Gri		Mavi		Yeşil		Sarı		Turuncu		Beyaz		Krem		Pembe		TOPLAM		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı
-30	9	20.9	-	-	1	2.3	9	20.9	-	-	1	2.3	9	20.9	3	7.0	-	-	1	2.3	9	20.9	-	-	1	2.3	43	100.0	
31-39	8	8.2	-	-	4	4.1	17	17.5	3	3.1	2	2.1	19	19.6	3	3.1	2	2.1	4	4.1	26	26.8	2	2.1	7	7.2	97	100.0	
40-49	5	5.2	3	3.1	3	3.1	23	24.0	1	1.0	5	5.2	24	25.0	8	8.3	1	1.0	3	3.1	13	13.5	5	5.2	2	2.1	96	100.0	
50+	8	12.5	2	3.1	2	3.1	18	28.1	1	1.6	3	4.7	16	25.0	-	-	2	3.1	1	1.6	5	7.8	6	9.4	-	-	64	100.0	
TOPLAM	30	10.0	5	1.7	10	3.3	67	22.3	5	1.7	11	3.7	68	22.7	14	4.7	5	1.7	9	3.0	53	17.7	13	4.3	10	3.3	300	100.0	
$\chi^2 = 52.395$ SD=36 P<0.05																													
Bedensel Ölçüsü																													
44-46	16	12.8	2	1.6	2	1.6	23	18.4	2	1.6	3	2.4	34	27.2	6	4.8	2	1.6	4	3.2	22	17.6	6	4.8	3	2.4	125	100.0	
48-50	8	7.0	2	1.8	3	2.6	31	27.2	2	1.8	7	6.1	22	19.3	7	6.1	2	1.8	3	2.6	22	19.3	1	0.9	4	3.5	114	100.0	
52+	6	9.8	1	1.6	5	8.2	13	21.3	1	1.6	1	1.6	12	19.7	1	1.6	1	1.6	2	3.3	9	14.8	6	9.8	3	4.9	61	100.0	
TOPLAM	30	10.0	5	1.7	10	3.3	67	22.3	5	1.7	11	3.7	68	22.7	14	4.7	5	1.7	9	3.0	53	17.7	13	4.3	10	3.3	300	100.0	
$\chi^2 = 25.371$ SD = 24 P>0.05																													

Çizelge 5.16. Yazın İkinci Sırada En Çok Tercih Edilen Kumaşlar ve χ^2 Sonuçları.

Yaş	Yazın İkinci Sırada En Çok Tercih Edilen Kumaşlar																												
	Kot		Coton		Brody		Tweed		Kadife		Ekose Kumaş		Triko		Saten		Süet		Jarse		Süprem		Keten		İpek		TOPLAM		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı
-30	11	25.6	11	25.6	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2.3	2	4.7	2	4.7	1	2.3	-	-	15	34.9	-	-	43	100	
31-39	24	24.7	23	23.7	2	2.1	-	-	-	-	2	2.1	3	3.1	9	9.3	1	1.0	2	2.1	4	4.1	23	23.7	4	4.1	97	100	
40-49	21	21.9	25	26.0	2	2.1	2	2.1	-	-	1	1.0	6	6.3	9	9.4	-	-	2	2.1	3	3.1	20	20.8	5	5.2	96	100	
50+	13	20.3	16	25.0	1	1.6	1	1.6	1	1.6	-	-	5	7.8	5	7.8	-	-	1	1.6	2	3.1	10	15.6	9	14.1	64	100	
TOPLAM	69	23.0	75	25.0	5	1.7	3	1.0	1	0.3	3	1.0	15	5.0	25	8.3	3	1.0	6	2.0	9	3.0	68	22.7	18	6.0	300	100	
$\chi^2 = 37.428$ SD=36 P>0,05																													
Beden Ölçüsü																													
44-46	33	26.4	30	24.0	3	2.4	1	0.8	-	-	-	-	7	5.6	9	7.2	1	0.8	2	1.6	4	3.2	25	20.0	10	8.0	125	100	
48-50	24	21.1	29	25.4	1	0.9	1	0.9	-	-	1	0.9	4	3.5	13	11.4	1	0.9	1	0.9	1	0.9	34	29.8	4	3.5	114	100	
52+	12	19.7	16	26.2	1	1.6	1	1.6	1	1.6	2	3.3	4	6.6	3	4.9	1	1.6	3	4.9	4	6.6	9	14.8	4	6.6	61	100	
TOPLAM	69	23.0	75	25.0	5	1.7	3	1.0	1	0.3	3	0.1	15	5.0	25	8.3	3	1.0	6	2.0	9	3.0	68	22.7	18	6.0	300	100	
$\chi^2 = 28.666$ SD = 24 P>0,05																													

Çizelge 5.17. Yazın Üçüncü Sırada En Çok Tercih Edilen Renkler

Yaş	Yazın Üçüncü Sırada En Çok Tercih Edilen Kumaşlar																													
	Siyah		Lacivert		Bordo		Kırmızı		Kahverengi		Gri		Mavi		Yeşil		Sarı		Turuncu		Beyaz		Krem		Pembe		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	2	4.7	1	2.3	1	2.3	5	11.6	2	4.7	-	-	6	14.0	1	2.3	-	-	6	14.0	11	25.6	2	4.7	6	14.0	-	-	43	100.0
31-39	3	3.1	1	1.0	2	2.1	7	7.2	2	2.1	1	1.0	17	17.5	8	8.2	4	4.1	19	19.6	14	14.4	7	7.2	12	12.4	-	-	97	100.0
40-49	4	4.2	1	1.0	1	1.0	11	11.5	3	3.1	1	1.0	12	12.5	8	8.3	2	2.1	13	13.5	10	10.4	12	12.5	17	17.7	1	1.0	96	100.0
50+	8	12.5	1	1.6	-	-	3	4.7	3	4.7	2	3.1	7	10.9	12	18.8	1	1.6	9	14.1	12	18.8	3	4.7	3	4.7	-	-	64	100.0
TOPLAM	17	5.7	4	1.3	4	1.3	26	8.7	10	3.3	4	1.3	42	14.0	29	9.7	7	2.3	47	15.7	47	15.7	24	8.0	38	12.7	1	0.3	300	100.0
$\chi^2 = 44.767$ SD=36 P>0.05																														
Beden Ölçüsü																														
44-46	11	8.8	4	3.2	2	1.6	7	5.6	6	4.8	2	1.6	21	16.8	8	6.4	3	2.4	19	15.2	14	11.2	12	9.6	15	12.0	1	0.8	125	100.0
48-50	3	2.6	-	-	1	0.9	10	8.8	2	1.8	-	-	13	11.4	15	13.2	3	2.6	18	15.8	23	20.2	10	8.8	16	14.0	-	-	114	100.0
52+	3	4.9	-	-	1	1.6	9	14.8	2	3.3	2	3.3	8	13.1	6	9.8	1	1.6	10	16.4	10	16.4	2	3.3	7	11.5	-	-	61	100.0
TOPLAM	17	5.7	4	1.3	4	1.3	26	8.7	10	3.3	4	1.3	42	14.0	29	9.7	7	2.3	47	15.7	47	15.7	24	8.0	38	12.7	1	0.3	300	100.0
$\chi^2 = 30.181$ SD = 24 P>0.05																														

* Diğer: Renklerin tonları

Çizelge 5.18. Kışın Birinci Sırada En Çok Tercih Edilen Renkler

Yaş	Kışın Birinci Sırada En Çok Tercih Edilen Renkler																									
	Siyah		Lacivert		Bordo		Kırmızı		Kahverengi		Gri		Mavi		Yeşil		Turuncu		Beyaz		Pembe		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	27	62.8	2	4.7	3	7.0	4	9.3	2	4.7	1	2.3	-	-	1	2.3	1	2.3	1	2.3	1	2.3	-	-	43	100.0
31-39	57	58.8	13	13.4	5	5.2	8	8.2	8	8.2	2	2.1	3	3.1	1	1.0	-	-	-	-	-	-	-	-	97	100.0
40-49	62	64.6	11	11.5	4	4.2	7	7.3	6	6.3	-	-	3	3.1	1	1.0	-	-	-	-	1	1.0	1	1.0	96	100.0
50+	34	53.1	3	4.7	3	4.7	8	12.5	7	10.9	3	4.7	4	6.3	-	-	-	-	2	3.1	-	-	-	-	64	100.0
TOPLAM	180	60.0	29	9.7	15	5.0	27	9.0	23	7.7	6	2.0	10	3.3	3	1.0	1	0.3	3	1.0	2	0.7	1	0.3	300	100.0
$\chi^2 = 34.310$ SD=33 P>0.05																										
Bedensel Ölçüsü																										
44-46	76	60.8	10	8.0	5	4.0	13	10.4	9	7.2	3	2.4	4	3.2	1	0.8	1	0.8	1	0.8	1	0.8	1	0.8	125	100.0
48-50	66	57.9	14	12.3	7	6.1	11	9.6	8	7.0	3	2.6	3	2.6	1	0.9	-	-	1	0.9	-	-	-	-	114	100.0
52+	38	62.3	5	8.2	3	4.9	3	4.9	6	9.8	-	-	3	4.9	1	1.6	-	-	1	1.6	1	1.6	-	-	61	100.0
TOPLAM	180	60.0	29	9.7	15	5.0	27	9.0	23	7.7	6	2.0	10	3.3	3	1.0	1	0.3	3	1.0	2	0.7	1	0.3	300	100.0
$\chi^2 = 11.201$ SD = 22 P>0.05																										

* Diğer: Renklerin tonları

Çizelge 5.19. Kışın ikinci sırada tercih edilen renkler

Yaş	Kışın İkinci Sırada En Çok Tercih Edilen Renkler																								
	Siyah		Lacivert		Bordo		Kırmızı		Kahverengi		Gri		Mavi		Yeşil		Beyaz		Krem		Pembe		TOPLAM		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
-30	6	14.0	16	37.2	3	7.0	6	14.0	5	11.6	-	-	5	11.6	-	-	-	-	1	2.3	1	2.3	43	100.0	
31-39	17	17.5	30	30.9	11	11.3	18	18.6	13	13.4	1	1.0	4	4.1	1	1.0	-	-	1	1.0	1	1.0	97	100.0	
40-49	20	20.8	27	28.1	17	17.7	12	12.5	10	10.4	3	3.1	3	3.1	1	1.0	1	1.0	2	2.1	-	-	96	100.0	
50+	7	10.9	19	29.7	8	12.5	12	18.8	11	17.2	2	3.1	4	6.3	-	-	-	-	1	1.6	-	-	64	100.0	
TOPLAM	50	16.7	92	30.7	39	13.0	48	16.0	39	13.0	6	2.0	16	5.3	2	0.7	1	0.3	5	1.7	2	0.7	300	100.0	
$\chi^2 = 22.837$																						SD=30		P>0.05	
Beden Ölçüsü																									
44-46	19	15.2	37	29.6	15	12.0	18	14.4	20	16.0	3	2.4	6	4.8	1	0.8	-	-	4	3.2	2	1.6	125	100.0	
48-50	20	17.5	36	31.6	15	13.2	20	17.5	16	14.0	3	2.6	4	3.5	-	-	-	-	-	-	-	-	114	100.0	
52+	11	18.0	19	31.1	9	14.8	10	16.4	3	4.9	-	-	6	9.8	1	1.6	1	1.6	1	1.6	-	-	61	100.0	
TOPLAM	50	16.7	92	30.7	39	13.0	48	16.0	39	13.0	6	2.0	16	5.3	2	0.7	1	0.3	5	1.7	2	0.7	300	100.0	
$\chi^2 = 21.692$																						SD = 20		P>0.05	

Çizelge 5.20. Kışın üçüncü sırada en çok tercih edilen renkler.

Yaş	Kışın Üçüncü Sırada En Çok Tercih Edilen Renkler																												
	Siyah		Lacivert		Bordo		Kırmızı		Kahverengi		Gri		Mavi		Yeşil		Sarı		Turuncu		Beyaz		Krem		Pembe		TOPLAM		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı
-30	2	4.7	3	7.0	4	9.3	4	9.3	10	23.3	3	7.0	11	25.6	2	4.7	-	-	2	4.7	1	2.3	1	2.3	-	-	43	100.0	
31-39	12	12.4	9	9.3	10	10.3	10	10.3	28	28.9	5	5.2	17	17.5	1	1.0	1	1.0	2	2.1	1	1.0	-	-	1	1.0	97	100.0	
40-49	8	8.3	4	4.2	11	11.5	14	14.6	31	32.3	7	7.3	13	13.5	5	5.2	-	-	1	1.0	-	-	1	1.0	1	1.0	96	100.0	
50+	15	23.4	3	4.7	9	14.1	8	12.5	13	20.3	5	7.8	5	7.8	2	3.1	1	1.6	-	-	-	-	3	4.7	-	-	64	100.0	
TOPLAM	37	12.3	19	6.3	34	11.3	36	12.0	82	27.3	20	6.7	46	15.3	10	3.3	2	0.7	5	1.7	2	0.7	5	1.7	2	0.7	300	100.0	
$\chi^2 = 40.405$														SD=36														P>0.05	
Beden Ölçüsü																													
44-46	12	9.6	8	6.4	13	10.4	19	15.2	24	19.2	14	11.2	17	13.6	5	4.0	1	0.8	5	4.0	1	0.8	4	3.2	2	1.6	125	100.0	
48-50	17	14.9	7	6.1	12	10.5	9	7.9	39	34.2	4	3.5	23	20.2	2	1.8	-	-	-	-	-	-	1	0.9	-	-	114	100.0	
52+	8	13.1	4	6.6	9	14.8	8	13.1	19	31.1	2	3.3	6	9.8	3	4.9	1	1.6	-	-	1	1.6	-	-	-	-	61	100.0	
TOPLAM	37	12.3	19	6.3	34	11.3	36	12.0	82	27.3	20	6.7	46	15.3	10	3.3	2	0.7	5	1.7	2	0.7	5	1.7	2	0.7	300	100.0	
$\chi^2 = 37.862$														SD = 24														P<0.05	

Çizelge 5.23. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların En Çok Tercih Ettikleri Hazır Giysi.

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların En Çok Tercih Ettikleri Hazır Giysi															
	Elbise		Pantolon-Bluz		Pantolon-Ceket		Etek-Bluz		Etek-Ceket		Pantolon-Gömlek		Etek-Gömlek		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	1	2.3	8	18.6	4	9.3	6	14.0	1	2.3	17	39.5	6	14.0	43	100.0
31-39	-	-	11	11.3	14	14.4	24	24.7	7	7.2	33	34.0	8	8.2	97	100.0
40-49	1	1.0	19	19.8	9	9.4	18	18.8	3	3.1	31	32.3	15	15.6	96	100.0
50+	-	-	15	23.4	2	3.1	25	39.1	4	6.3	9	14.1	9	14.1	64	100.0
TOPLAM	2	0.7	53	17.7	29	9.7	73	24.3	15	5.0	90	30.0	38	12.7	300	100.0
$\chi^2 = 32.865$ SD=18 P<0.05																
Beden Ölçüsü																
44-46	1	0.8	23	18.4	15	12.0	22	17.6	6	4.8	39	31.2	19	15.2	125	100.0
48-50	1	0.9	21	18.4	11	9.6	28	24.6	7	6.1	40	35.1	6	5.3	114	100.0
52+	-	-	9	14.8	3	4.9	23	37.7	2	3.3	11	18.0	13	21.3	61	100.0
TOPLAM	2	0.7	53	17.7	29	9.7	73	24.3	15	5.0	90	30.0	38	12.7	300	100.0
$\chi^2 = 23.613$ SD = 12 P<0.05																

Çizelge 5.25. Büyük Beden Giysi kullanan Kadınların İdeal Kıyafetler İle İlgili Birinci Tercihleri.

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların İdeal Kıyafetler İle İlgili Birinci Tercihleri													
	Tiril tiril olmalı		Terletmeyen kumaşlardan hazırlanmalı		Yurt dışındaki gibi bedenlere göre boy alternatifleri olmalı		Renk alternatifleri olmalı		Modaya uygun kreasyonların büyük bedenlerle de çalışılmış olması		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	6	14.0	16	37.2	16	37.2	4	9.3	1	2.3	-	-	43	100.0
31-39	14	14.4	49	50.5	24	24.7	5	5.2	5	5.2	-	-	97	100.0
40-49	14	14.6	50	52.1	17	17.7	2	2.1	12	12.5	1	1.0	96	100.0
50+	13	20.3	33	51.6	10	15.6	1	1.6	7	10.9	-	-	64	100.0
TOPLAM	47	15.7	148	49.3	67	22.3	12	4.0	25	8.3	1	0.3	300	100.0
$\chi^2 = 22.233$ SD=15 P>0.05														
Beden Ölçüsü														
44-46	14	11.2	56	44.8	36	28.8	7	5.6	11	8.8	1	0.8	125	100.0
48-50	17	14.9	62	54.4	22	19.3	3	2.6	10	8.8	-	-	114	100.0
52+	16	26.2	30	49.2	9	14.8	2	3.3	4	6.6	-	-	61	100.0
TOPLAM	47	15.7	148	49.3	67	22.3	12	4.0	25	8.3	1	0.3	300	100.0
$\chi^2 = 14.571$ SD = 10 P>0.05														

* Diğer: Mankenlerin kıyafetleri

Çizelge 5.27. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların İdeal Kıyafetle İlgili Üçüncü Tercihleri

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların İdeal Kıyafet İle İlgili Üçüncü Tercihleri													
	Tiril tiril olmalı		Terletmeyen kumaşlardan hazırlanmalı		Yurt dışındaki gibi bedenlere göre boy alternatifleri olmalı		Renk alternatifleri olmalı		Modaya uygun kreasyonların büyük bedenlerle de çalışılmış olması		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	9	20.9	8	18.6	3	7.0	8	18.6	15	34.9	-	-	43	100.0
31-39	10	10.3	18	18.6	20	20.6	16	16.5	33	34.0	-	-	97	100.0
40-49	10	10.4	12	12.5	15	15.6	22	22.9	32	33.3	5	5.2	96	100.0
50+	12	18.8	5	7.8	10	15.6	13	20.3	22	34.4	2	3.1	64	100.0
TOPLAM	41	13.7	43	14.3	48	16.0	59	19.7	102	34.0	7	2.3	300	100.0
$\chi^2 = 19.700$ SD=15 P>0.05														
Beden Ölçüsü														
44-46	14	11.2	21	16.8	15	12.0	31	24.8	39	31.2	5	4.0	125	100.0
48-50	20	17.5	15	13.2	16	14.0	18	15.8	45	39.5	-	-	114	100.0
52+	7	11.5	7	11.5	17	27.9	10	16.4	18	29.5	2	3.3	61	100.0
TOPLAM	41	13.7	43	14.3	48	16.0	59	19.7	102	34.0	7	2.3	300	100.0
$\chi^2 = 18.824$ SD = 10 P<0.05														

* Diğer: Mankenlerin kıyafetleri

Çizelge 5.28. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilere İlişkin Birinci Önemli Sorunları

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilere İlişkin Birinci Önemli Sorunları															
	Ölçülerin vücuda uygun olmaması		Beden ölçülerinin standart olmaması		Kumaş Kalitesinin iyi olmaması		Dikişlerin iyi olmaması		Modellerin kullanışlı olmaması		Fiyatların yüksek olması		Renklerle ilgili seçeneklerin az olması		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	Sayı	Sayı	%
-30	17	39.5	9	20.9	2	4.7	1	2.3	9	20.9	5	11.6	-	-	43	100.0
31-39	49	50.5	13	13.4	7	7.2	7	7.2	10	10.3	11	11.3	-	-	97	100.0
40-49	53	55.2	16	16.7	5	5.2	3	3.1	9	9.4	10	10.4	-	-	96	100.0
50+	35	54.7	8	12.5	2	3.1	5	7.8	6	9.4	7	10.9	1	1.6	64	100.0
TOPLAM	154	51.3	46	15.3	16	5.3	16	5.3	34	11.3	33	11.0	1	0.3	300	100.0
$x^2 = 15.289$ SD=18 P>0.05																
Beden Ölçüsü																
44-46	52	4.6	18	14.4	9	7.2	11	8.8	17	13.6	18	14.4	-	-	125	100.0
48-50	65	57.0	15	13.2	6	5.3	4	3.5	14	12.3	10	8.8	-	-	114	100.0
52+	37	60.7	13	21.3	1	1.6	1	1.6	3	4.9	5	8.2	1	1.6	61	100.0
TOPLAM	154	51.3	46	15.3	16	5.3	16	5.3	34	11.3	33	11.0	1	0.3	300	100.0
$x^2 = 22.423$ SD = 12 P<0.05																

Çizelge 5.29. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilere İlişkin İkinci Önemli Sorunları

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilere İlişkin İkinci Önemli Sorunları															
	Ölçülerin vücuda uygun olmaması		Beden ölçülerinin standart olmaması		Kumaş Kalitesinin iyi olmaması		Dikişlerin iyi olmaması		Modellerin kullanışlı olmaması		Fiyatların yüksek olması		Renklerle ilgili seçeneklerin az olması		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	Sayı	Sayı	%
-30	9	20.9	13	30.2	5	11.6	2	4.7	6	14.0	5	11.6	3	7.0	43	100.0
31-39	10	10.3	29	29.9	8	8.2	6	6.2	18	18.6	23	23.7	3	3.1	97	100.0
40-49	12	12.5	22	22.9	10	10.4	12	12.5	19	19.8	19	19.8	2	2.1	96	100.0
50+	6	9.4	12	18.8	10	15.6	10	15.6	11	17.2	14	21.9	1	1.6	64	100.0
TOPLAM	37	12.3	76	25.3	33	11.0	30	10.0	54	18.0	61	20.3	9	3.0	300	100.0
$x^2 = 18.918$ SD=18 P>0.05																
Beden Ölçüsü																
44-46	18	14.4	23	18.4	12	9.6	13	10.4	29	23.2	24	19.2	6	4.8	125	100.0
48-50	13	11.4	34	29.8	13	11.4	13	11.4	15	13.2	25	21.9	1	0.9	114	100.0
52+	6	9.8	19	31.1	8	13.1	4	6.6	10	16.4	12	19.7	2	3.3	61	100.0
TOPLAM	37	12.3	76	25.3	33	11.0	30	10.0	54	18.0	61	20.3	9	3.0	300	100.0
$x^2 = 13.133$ SD = 12 P>0.05																

Çizelge 5.30. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilere İlişkin Üçüncü Önemli Sorunları.

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysilere İlişkin Üçüncü Önemli Sorunları															
	Ölçülerin vücuda uygun olmaması		Beden ölçülerinin standart olmaması		Kumaş Kalitesinin iyi olmaması		Dikişlerin iyi olmaması		Modellerin kullanışlı olmaması		Fiyatların yüksek olması		Renklerle ilgili seçeneklerin az olması		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	Sayı	Sayı	%
-30	4	9.3	7	16.3	2	4.7	-	-	12	27.9	14	32.6	4	9.3	43	100.0
31-39	8	8.2	10	10.3	14	14.4	3	3.1	27	27.8	31	32.0	4	4.1	97	100.0
40-49	10	10.4	7	7.3	9	9.4	3	3.1	20	20.8	41	42.7	6	6.3	96	100.0
50+	2	3.1	8	12.5	10	15.6	1	1.6	11	17.2	25	39.1	7	10.9	64	100.0
TOPLAM	24	8.0	32	10.7	35	11.7	7	2.3	70	23.3	111	37.0	21	7.0	300	100.0
$\chi^2 = 17.917$ SD=18 P>0.05																
Beden Ölçüsü																
44-46	13	10.4	14	11.2	21	16.8	3	2.4	24	19.2	37	29.6	13	10.4	125	100.0
48-50	7	6.1	11	9.6	7	6.1	4	3.5	32	28.1	47	41.2	6	5.3	114	100.0
52+	4	6.6	7	11.5	7	11.5	-	-	14	23.0	27	44.3	2	3.3	61	100.0
TOPLAM	24	8.0	32	10.7	35	11.7	7	2.3	70	23.3	111	37.0	21	7.0	300	100.0
$\chi^2 = 18.691$ SD = 12 P>0.05																

Çizelge 5.32. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Ölçüleriyle İlgili Birinci Önemli Sorunları

Yaş	Büyük Beden Kadınların Hazır Giysi Ölçüleriyle İlgili Birinci Önemli Sorunları																	
	Etek boylarının uymaması		Pantolon boylarının uymaması		Kol boylarının uymaması		Bel ölçüsünün uymaması		Basen ölçüsünün uymaması		Omuz ölçüsünün uymaması		İstenilen beden ölçülerinin bulunmaması		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	5	12.2	8	19.5	1	2.4	5	12.2	14	34.1	3	7.3	4	9.8	1	2.4	43	100.0
31-39	12	14.1	18	21.2	5	5.9	9	10.6	24	28.2	4	4.7	13	15.3	-	-	85	100.0
40-49	10	12.0	14	16.9	5	6.0	14	16.9	21	25.3	7	8.4	12	14.5	-	-	83	100.0
50+	5	8.9	12	21.4	9	16.1	11	19.6	12	21.4	1	1.8	6	10.7	-	-	56	100.0
TOPLAM	32	12.1	52	19.6	20	7.5	39	14.7	71	26.8	15	5.7	35	13.2	1	0.4	265	100.0
$\chi^2 = 21.982$ SD=21 P>0.05																		
Beden Ölçüsü																		
44-46	11	10.7	22	21.4	9	8.7	19	18.4	20	19.4	7	6.8	14	13.6	1	1.0	103	100.0
48-50	14	13.5	21	20.2	6	5.8	9	8.7	35	33.7	5	4.8	14	13.5	-	-	104	100.0
52+	7	12.1	9	15.5	5	8.6	11	19.0	16	27.6	3	5.2	7	12.1	-	-	58	100.0
TOPLAM	32	12.1	52	19.6	20	7.5	39	14.7	71	26.8	15	5.7	35	13.2	1	0.4	265	100.0
$\chi^2 = 11.977$ SD = 14 P>0.05																		

* Diğer: Göğüs ölçüsünün uymaması

Çizelge 5.33. Büyük Beden Giysi kullanan Kadınların Hazır Giysi Ölçüleriyle İlgili İkinci Önemli Sorunları

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Ölçüleriyle İlgili İkinci Önemli Sorunları															
	Etek boylarının uymaması		Pantolon boylarının uymaması		Kol boylarının uymaması		Bel ölçüsünün uymaması		Basen ölçüsünün uymaması		Omuz ölçüsünün uymaması		İstenilen beden ölçülerinin bulunmaması		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	Sayı	Sayı	%
-30	4	9.8	6	14.6	2	4.9	10	24.4	6	14.6	8	19.5	5	12.2	43	100.0
31-39	-	-	6	7.1	6	7.1	20	23.5	23	27.1	13	15.3	17	20.0	85	100.0
40-49	4	4.8	9	10.8	8	9.6	10	12.0	23	27.7	11	13.3	18	21.7	83	100.0
50+	7	12.5	7	12.5	8	14.3	12	21.4	10	17.9	8	14.3	4	7.1	56	100.0
TOPLAM	15	5.7	28	10.6	24	9.1	52	19.6	62	23.4	40	15.1	44	16.6	265	100.0
$\chi^2 = 28.488$ SD=18 P>0.05																
Beden Ölçüsü																
44-46	8	7.8	9	8.7	11	10.7	19	18.4	24	23.3	13	12.6	19	18.4	103	100.0
48-50	5	4.8	14	13.5	10	9.6	22	21.2	20	19.2	17	16.3	16	15.4	104	100.0
52+	2	3.4	5	8.6	3	5.2	11	19.0	18	31.0	10	17.2	9	15.5	58	100.0
TOPLAM	15	5.7	28	10.6	24	9.1	52	19.6	62	23.4	40	15.1	44	16.6	265	100.0
$\chi^2 = 7.578$ SD = 12 P>0.05																

Çizelge 5.34. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Ölçüleriyle İlgili Üçüncü Önemli Sorunları.

Yaş	Büyük Beden Kadınların Hazır Giysi Ölçüleriyle İlgili Üçüncü Önemli Sorunları																	
	Etek boylarının uymaması		Pantolon boylarının uymaması		Kol boylarının uymaması		Bel ölçüsünün uymaması		Basen ölçüsünün uymaması		Omuz ölçüsünün uymaması		İstenilen beden ölçülerinin bulunmaması		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	1	2.4	6	14.6	2	4.9	7	17.1	12	29.3	2	4.9	10	24.4	1	2.4	43	100.0
31-39	4	4.7	6	7.1	6	7.1	18	21.2	14	16.5	15	17.6	20	23.5	2	2.4	85	100.0
40-49	3	3.6	10	12.0	8	9.6	15	18.1	13	15.7	10	12.0	22	26.5	2	2.4	83	100.0
50+	3	5.4	7	12.5	5	8.9	7	12.5	4	7.1	9	16.1	21	37.5	-	-	56	100.0
TOPLAM	11	4.2	29	10.9	21	7.9	47	17.7	43	16.2	36	13.6	73	27.5	5	1.9	265	100.0
$\chi^2 = 19.811$ SD=21 P>0.05																		
Beden Ölçüsü																		
44-46	3	2.9	10	9.7	8	7.8	15	14.6	19	18.4	13	12.6	30	29.1	5	4.9	103	100.0
48-50	4	3.8	14	13.5	7	6.7	19	18.3	17	16.3	16	15.4	27	26.0	-	-	104	100.0
52+	4	6.9	5	8.6	6	10.3	13	22.4	7	12.1	7	12.1	16	27.6	-	-	58	100.0
TOPLAM	11	4.2	29	10.9	21	7.9	47	17.7	43	16.2	36	13.6	73	27.5	5	1.9	265	100.0
$\chi^2 = 13.825$ SD=14 P>0.05																		

* Diğer: Göğüs ölçüsünün uymaması

Çizelge 5.36. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Kesimleri İle İlgili Birinci Önemli Sorunları

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Kesimleri İle İlgili Birinci Önemli Sorunları															
	Giyme-çıkarma güçlüğü'nün olması		Şık olmaması		Modaya uygun olmaması		Pantolonların düşük belli olması		Tadilat gerektirdiği için kesiminin bozulması		Küçük bedenlere tasarlanan giysilerin büyük bedenlere tasarlanması		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	Sayı	Sayı	%
-30	1	2.6	8	20.5	9	23.1	10	25.6	10	25.6	-	-	1	2.6	39	100.0
31-39	9	11.1	20	24.7	11	13.6	25	30.9	11	13.6	5	6.2	-	-	81	100.0
40-49	7	8.1	19	22.1	6	7.0	30	34.9	20	23.3	4	4.7	-	-	86	100.0
50+	2	3.8	14	26.4	5	9.4	14	26.4	13	24.5	5	9.4	-	-	53	100.0
TOPLAM	19	7.3	61	23.6	31	12.0	79	30.5	54	20.8	14	5.4	1	0.4	259	100.0
$\chi^2 = 24.229$ SD=18 P>0.05																
Beden Ölçüsü																
44-46	8	7.9	22	21.8	13	12.9	32	31.7	18	17.8	8	7.9	-	-	101	100.0
48-50	8	7.8	22	21.6	9	8.8	35	34.3	22	21.6	5	4.9	1	1.0	102	100.0
52+	3	5.4	17	30.4	9	16.1	12	21.4	14	25.0	1	1.8	-	-	56	100.0
TOPLAM	19	7.3	61	23.6	31	12.0	79	30.5	54	20.8	14	5.4	1	0.4	259	100.0
$\chi^2 = 10.589$ SD = 12 P>0.05																

* Diğer: Giysilerin göğüs ve bel kısımlarına pensler konulması

Çizelge 5.37. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların hazır Giysi Kesimleri İle İlgili İkinci Önemli Sorunları

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Kesimleri İle İlgili İkinci Önemli Sorunları													
	Giyme-çıkarma güçlüğü'nün olması		Şık olmaması		Modaya uygun olmaması		Pantolonların düşük belli olması		Tadilat gerektirdiği için kesiminin bozulması		Küçük bedenlere tasarlanan giysilerin büyük bedenlere tasarlanması		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	2	5.1	6	15.4	6	15.4	7	17.9	9	23.1	9	23.1	39	100.0
31-39	3	3.7	11	13.6	10	12.3	23	28.4	28	34.6	6	7.4	81	100.0
40-49	3	3.5	8	9.3	11	12.8	25	29.1	30	34.9	9	10.5	86	100.0
50+	2	3.8	7	13.2	6	11.3	15	28.3	19	35.8	4	7.5	53	100.0
TOPLAM	10	3.9	32	12.4	33	12.7	70	27.0	86	33.2	28	10.8	259	100.0
$x^2 = 11.247$ SD=15 P>0.05														
Beden Ölçüsü														
44-46	3	3.0	13	12.9	14	13.9	23	22.8	35	34.7	13	12.9	101	100.0
48-50	3	2.9	14	13.7	11	10.8	29	28.4	36	35.3	9	8.8	102	100.0
52+	4	7.1	5	8.9	8	14.3	18	32.1	15	26.8	6	10.7	56	100.0
TOPLAM	10	3.9	32	12.4	33	12.7	70	27.0	86	33.2	28	10.8	259	100.0
$x^2 = 6.169$ SD = 10 P>0.05														

Çizelge 5.38. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Kesimleri İle İlgili Üçüncü Önemli Sorunları

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Kesimleri İle İlgili Üçüncü Önemli Sorunları															
	Giyme-çıkarma güçlüğü'nün olması		Şık olmaması		Modaya uygun olmaması		Pantolonların düşük belli olması		Tadilat gerektirdiği için kesiminin bozulması		Küçük bedenlere tasarlanan giysilerin büyük bedenlere tasarlanması		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	Sayı	Sayı	%
-30	4	10.3	7	17.9	4	10.3	7	17.9	8	20.5	9	23.1	-	-	39	100.0
31-39	-	-	8	9.9	10	12.3	14	17.3	26	32.1	23	28.4	-	-	81	100.0
40-49	1	1.2	16	18.6	13	15.1	15	17.4	15	17.4	23	26.7	3	3.5	86	100.0
50+	1	1.9	5	9.4	6	11.3	13	24.5	9	17.0	16	30.2	3	5.7	53	100.0
TOPLAM	6	2.3	36	13.9	33	12.7	49	18.9	58	22.4	71	27.4	6	2.3	259	100.0
$x^2 = 29.747$ SD=18 P<0.05																
Beden Ölçüsü																
44-46	4	4.0	8	7.9	12	11.9	19	18.8	23	22.8	32	31.7	3	3.0	101	100.0
48-50	1	1.0	17	16.7	17	16.7	18	17.6	22	21.6	25	24.5	2	2.0	102	100.0
52+	1	1.8	11	19.6	4	7.1	12	21.4	13	23.2	14	25.0	1	1.8	56	100.0
TOPLAM	6	2.3	36	13.9	33	12.7	49	18.9	58	22.4	71	27.4	6	2.3	259	100.0
$x^2 = 10.933$ SD = 12 P>0.05																

* Diğer: Giysilerin göğüs ve bel kısımlarına pensler konulması

Çizelge 5.46. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Kumaşları İle İlgili Üçüncü Önemli Sorunları.

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysi Kumaşları İle İlgili Üçüncü Önemli Sorunları													
	Ciltte rahatsızlık yaratması		Kalitesiz sentetik kumaşların kullanılması		Bakımı zor kumaşların kullanılması		Kalitesiz astar kullanılması		Doğal liflerden dokunmuş kumaşların piyasada az bulunması		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	5	18.5	7	25.9	3	11.1	3	11.1	9	33.3	-	-	27	100.0
31-39	9	13.8	15	23.1	13	20.0	5	7.7	23	35.4	-	-	65	100.0
40-49	7	10.9	11	17.2	8	12.5	8	12.5	28	43.8	2	3.1	64	100.0
50+	9	21.4	7	16.7	5	11.9	7	16.7	13	31.0	1	2.4	42	100.0
TOPLAM	30	15.2	40	20.2	29	14.6	23	11.6	73	36.9	3	1.5	198	100.0
$\chi^2 = 11.168$ SD=15 P>0.05														
Beden Ölçüsü														
44-46	12	17.4	15	21.7	7	10.1	4	5.8	28	40.6	3	4.3	69	100.0
48-50	13	16.0	14	17.3	15	18.5	13	16.0	26	32.1	-	-	81	100.0
52+	5	10.4	11	22.9	7	14.6	6	12.5	19	39.6	-	-	48	100.0
TOPLAM	30	15.2	40	20.2	29	14.6	23	11.6	73	36.9	3	1.5	198	100.0
$\chi^2 = 13.239$ SD = 10 P>0.05														

Çizelge 5.49. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysileri Satın Alma İle İlgili İkinci Önemli Sorunları

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysileri Satın Alma İle İlgili İkinci Önemli Sorunları													
	Mağazaların kalabalık olması		Pazarda büyük beden giysilere ulaşma zorluğu		Mağaza çalışanlarının büyük bedenlilere karşı tutumlarının rahatsız edici olması		Kabinlerin dar olması ve rahat hareket etme imkânını kısıtlaması		Satış personelinin büyük beden tanımlaması yaparken “şişman” ya da “tombul” kelimelerini kullanması		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	8	25.0	6	18.8	6	18.8	7	21.9	5	15.6	-	-	32	100.0
31-39	11	16.9	17	26.2	18	27.7	10	15.4	9	13.8	-	-	65	100.0
40-49	14	22.2	12	19.0	21	33.3	11	17.5	5	7.9	-	-	63	100.0
50+	8	19.5	4	9.8	14	34.1	8	19.5	6	14.6	1	2.4	41	100.0
TOPLAM	41	20.4	39	19.4	59	29.4	36	17.9	25	12.4	1	0.5	201	100.0
$\chi^2 = 12.319$ SD=15 P>0.05														
Beden Ölçüsü														
44-46	21	26.6	13	16.5	26	32.9	11	13.9	8	10.1	-	-	79	100.0
48-50	10	13.3	19	25.3	22	29.3	15	20.0	8	10.7	1	1.3	75	100.0
52+	10	21.3	7	14.9	11	23.4	10	21.3	9	19.1	-	-	47	100.0
TOPLAM	41	20.4	39	19.4	59	29.4	36	17.9	25	12.4	1	0.5	201	100.0
$\chi^2 = 11.539$ SD = 10 P>0.05														

* Diğer: Mağazalarda klimanın olmaması veya yeterli olmaması

Çizelge 5.50. Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysileri Satın Alma İle İlgili Üçüncü Önemli Sorunları

Yaş	Büyük Beden Giysi Kullanan Kadınların Hazır Giysileri Satın Alma İle İlgili Üçüncü Önemli Sorunları													
	Mağazaların kalabalık olması		Pazarda büyük beden giysilere ulaşma zorluğu		Mağaza çalışanlarının büyük bedenlilere karşı tutumlarının rahatsız edici olması		Kabinlerin dar olması ve rahat hareket etme imkanını kısıtlaması		Satış personelinin büyük beden tanımlaması yaparken “şişman” ya da “tombul” kelimelerini kullanması		Diğer		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
-30	8	25.0	1	3.1	7	21.9	2	6.3	12	37.5	2	6.3	32	100.0
31-39	15	23.1	6	9.2	5	7.7	16	24.6	22	33.8	1	1.5	65	100.0
40-49	14	22.2	9	14.3	7	11.1	15	23.8	15	23.8	3	4.8	63	100.0
50+	5	12.2	6	14.6	5	12.2	8	19.5	13	31.7	4	9.8	41	100.0
TOPLAM	42	20.9	22	10.9	24	11.9	41	20.4	62	30.8	10	5.0	201	100.0
$x^2 = 18.014$ SD=15 P>0.05														
Beden Ölçüsü														
44-46	17	21.5	6	7.6	9	11.4	17	21.5	26	32.9	4	5.1	79	100.0
48-50	14	18.7	10	13.3	8	10.7	15	20.0	25	33.3	3	4.0	75	100.0
52+	11	23.7	6	12.8	7	14.9	9	19.1	11	23.4	3	6.4	47	100.0
TOPLAM	42	20.9	22	10.9	24	11.9	41	20.4	62	30.8	10	5.0	201	100.0
$x^2 = 3.669$ SD = 10 P>0.05														

* Diğer: Mağazalarda klimanın olmaması veya yeterli olmaması