

T.C
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GİYİM ENDÜSTRİSİ VE GİYİM SANATLARI ANA BİLİM DALI
GİYİM SANATLARI EĞİTİMİ BİLİM DALI

BÜYÜK BEDEN KADIN GİYSİLERİNDE MÜŞTERİLERİN
KARŞILAŞTIĞI PROBLEMLER VE MÜŞTERİ
BEKLENTİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
YRD. DOÇ. ŞERİFE MIZRAK

HAZIRLAYAN
NECLA AKTAŞ

KONYA-2008

Necle AKTAŞ

**BÜYÜK BEDEN KADIN GİYSİLERİNDE KADINLARIN
KARŞILAŞTIĞI PROBLEMLER VE MÜŞTERİ BEKLENTİLERİ**

Yüksek Lisans Tezi



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Necla AKTAŞ



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

Necla AKTAŞ tarafından hazırlanan “Büyük Beden Kadın Giysilerinde Müşterilerin Karşılaştığı Problemler ve Müşteri Beklentileri” başlıklı bu çalışma 17.11.2008 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Yrd. Doç. Şerife MIZRAK	Başkan	İmza
Yrd. Doç. Saadet BEDÜK	Üye	İmza
Yrd. Doç. Dr. Nurgül KILINÇ	Üye	İmza

ÖNSÖZ

Bu çalışma, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Giyim Endüstri ve Giyim Sanatları Eğitimi Ana Bilim Dalı'nda yüksek lisans tezi olarak hazırlanmıştır.

Hazır giyim üretiminin hızla geliştiği 21. yüzyılda müşteri odaklı bir hizmet anlayışı gelişmektedir. Bu anlayıştan kaynaklı müşteri beklentileri ve istekleri doğrultusunda yeni pazar alanları ortaya çıkmaktadır. Hazır giyim işletmeleri de hızla artan şişman nüfusun giyinme ihtiyacını karşılayabilmek için “büyük beden giysi üretimi” alanında faaliyet göstermektedir.

Bu araştırmada, büyük beden kadın giysilerinde müşterilerin karşılaştıkları problemleri ve müşteri beklentilerini belirlemek, karşılaşılan problemlere yönelik çözüm önerileri getirmek amacı ile yapılmıştır.

Bu araştırmanın belirlenmesinden sonuçlanmasına kadar değerli görüş ve önerilerini esirgemeyen danışmanım ve hocam Sayın Yrd. Doç. Şerife MIZRAK'a,

Araştırmam boyunca beni destekleyen ve yalnız bırakmayan, özellikle işletme anketlerinin uygulaması sırasındaki yardımları için eşim Engin AKTAŞ'a

Bu araştırma sırasında beni daima destekleyen annem Emetü YAŞAR'a ve babam Bünyamin YAŞAR'a, bilgisayar çalışmalarında yardımlarını esirgemeyen kardeşlerim Fazilet, Leyla, Yusuf, Yunus ve manevi kardeşlerim Mehmet ve Hamza'ya içtenlikle teşekkür ederim.

Necla AKTAŞ

Konya, 2008

ÖZET

(Yüksek Lisans Tezi)

BÜYÜK BEDEN KADIN GIYSİLERİNDE MÜŞTERİLERİN KARŞILAŞTIĞI PROBLEMLER VE MÜŞTERİ BEKLENTİLERİ

Necla AKTAŞ

Günümüzde en önemli sorunlardan biri olan obezliğin yarattığı şişman insanlar, bugüne kadar sağlık sorunlarının yanı sıra giyinme konusunda da büyük problemler yaşamaktadırlar. Şişmanlık sonucunda insan vücudunda oluşan fiziksel genişleme ve ölçülerinin orantısızlığı giyim konusunda problem oluşturmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü'nün açıkladığı rakamlara göre bir milyondan fazla kişi obez ya da fazla kiloludur. Yapılan araştırmalarda bu sayının her geçen gün artmakta olduğunu ortaya koymaktadır.

Büyük beden giysi üretimi yapan işletmelerin, Türkiye piyasasında uzun bir geçmişe sahip olmaması bu alanda eksikliklerin olmasına yol açmaktadır.

Bu araştırma, büyük beden giysilerde müşterilerin karşılaştığı problemleri belirlemek ve müşteri beklentilerini tespit ederek, problemlerin nelerden kaynaklandığı ve müşteri beklentileri konusunda işletmelere önerilerde bulunmak amacıyla hazırlanmıştır.

Araştırma verileri, Ankara ilinde bulunan büyük beden müşterilerine, anket uygulanarak toplanmıştır. İstatiksel analizleri yapılarak sonuç tablo şeklinde sunulmuştur.

Araştırma sonuçlarına göre, büyük beden müşterisinin, standart bedenlere göre vücut ölçülerinde farklılık göstermesi kalıp konusunda sıkıntı yaşanmasına sebep olmaktadır. Müşterilerde kalıp ve kullanılan ölçü sisteminden kaynaklanan, kıyafetlerin vücut yapılarına uymaması sorunu yaşanmaktadır.

Büyük beden kadınlar kendilerine sunulan modellerin kısıtlı olmasından yakınmakta ve alternatiflerinin artırılmasını istemektedir.

Büyük beden müşterilerin kıyafetlerde küçük bedenlerde olduğu gibi moda ve farklı yaş gruplarına uygun kıyafetler istedikleri belirlenmiştir. Müşteriler moda ve uygun renk ve desenlerde kumaşlar istemektedir. Kumaşlarda aradıkları özellikler terletmeyen, ütü tutan ve tüylenme yapmayan kumaşlardır.

Büyük beden kadınlar günlük hayatlarında etek, pantolon ve bluz giymeyi tercih etmektedir. Kullandıkları kıyafetlerde en çok kendilerine uygun pantolon modellerini bulmakta zorlanmaktadırlar.

Kullanılan kıyafetlerde en çok tüylenme sorunuyla karşılaştıkları, dikişlerin söküldüğü ve fermuarların bozulduğu belirlenmiştir.

SUMMARY

(Master Thesis)

PROBLEMS ENCOUNTERED BY THE CUSTOMERS IN OVER SIZE WOMEN CLOTHING AND EXPECTATIONS OF CUSTOMERS

Necla AKTAŞ

On of the significant problems today; the fat people suffering from obesity are also facing up problems in clothing besides health problems. The physical expansion in the human body and disproportion in measures create problems in clothing According to the figures stated by World Health Organization more than one million of people are fat obese. Researches introduce that this amount is getting increased every day.

As over size cloth manufacturers do not have a long past in Turkish market, deficiencies are existed in this field.

This research is prepared to determine the problems of the customers in over size clothing and to find out where the problems are sourced from and to make suggestions to the enterprises regarding customer expectations, by reaching those expectations

Data of the research were collected by public surveys towards over size customers in Ankara province. Results were presented though the tables after statistical analyses were completed.

According to the results of the research, the different size measures of the over size customers compared to standard sizes creates problems in models/patterns. Over size clothing customers face up an inconvenience problem where the clothes do not fit to their sizes due to models and measurement system in the usage

Over size wearing women complain about the scarcity of models offered for them and wish them to be increased.

It was found that over size customers also wish to reach fashionable clothing as well as proper to different age groups as in small size users. Customers wish fashionable colored and designed fabrics. The properties being desired for the fabrics are those proper for ironing, not causing to pilling and sweating.

Over size customers prefer wearing skirt, pants and blouse in daily usage. Mostly they suffer to find proper pants models for themselves.

The most frequent problems they face up in their clothing are determined as pilling, unstitching and zip failures.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
Bilimsel Etik Sayfası.....	I
Tez Kabul Formu.....	II
Önsöz.....	III
Özet.....	IV
Summary.....	VI
İçindekiler.....	VIII
Kısaltmalar.....	X
Tablolar Listesi.....	XI
Giriş.....	1
 BÖLÜM I - BÜYÜK BEDEN KADIN GIYSİ PROBLEMLERİ.....	3
1.1.Şişmanlık Kavramı.....	3
1.1.1.Şişmanlık Tipleri.....	4
1.1.2.Şişmanlığın Belirlenmesinde Kullanılan Antropometrik Ölçüler.....	4
1.1.2.1.Vücut Kitle İndeksi.....	5
1.1.2.2.Bel Çevresi Ölçümü.....	6
1.2. İnsan Vücudu.....	6
1.2.1.İnsan Vücut Oranları.....	7
1.2.2.İnsan Vücut Tipleri.....	9
 BÖLÜM II – BÜYÜK BEDEN GIYSİ ÜRETİMİ.....	11
2.1.Büyük Beden Giysi Tasarımı.....	11
2.1.1. Ergonomi.....	14
2.1.2.Hazır Giyimde Antropometrik Ölçü.....	16
2.2.Büyük Beden Giysi Üretimi.....	20
2.3.Araştırmanın Problemi.....	22
2.4.Araştırmanın Amacı.....	22
2.5.Araştırmanın Önemi.....	22

2.6.Tanımlar.....	24
2.7.İlgili Yayın ve Araştırmalar.....	25
BÖLÜM III – ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	26
3.1.Araştırmanın Yöntemi.....	26
3.2.Evren ve Örneklem.....	26
3.3 Varsayımlar.....	26
3.4.Kapsam ve Sınırlılıklar.....	27
3.5.Verİ Toplama ve Analiz Tekniği.....	27
BÖLÜM IV-BULGULAR	28
4.1.Araştırma Kapsamına Giren Büyük Beden Müşterileriyle İlgili Genel Bulgular.....	29
4.2.Büyük Beden Giysi Müşterisinin Giysilerin Temininde Karşılaştığı Problemlerle İlgili Bulgular.....	33
4.3.Büyük Beden Giysi Müşterisinin Giysilerin Kullanımında Karşılaştığı Problemlerle İlgili Bulgular.....	40
4.4.Büyük Beden Giysi Müşterisinin Giysilerde Aradığı Özelliklerle İlgili Bulgular.....	45
4.5.Büyük Beden Giysi Müşterisinin Giysilerde Aradığı Kumaş ve Aksesuar Özelliklerinin Dağılımı.....	56
4.6.Büyük Beden Giysi Müşterisinin Üretici Firmalardan Beklentileriyle İlgili Bulgular.....	60
BÖLÜM V - SONUÇ VE ÖNERİLER.....	62
5.1.Sonuç.....	62
5.2.Öneriler.....	66
KAYNAKÇA.....	67
EKLER.....	71
EK–1.Anket Formu.....	72
ÖZGEÇMİŞ.....	82

KISALTMALAR

BMI :Body Mass İndeksi(Vücut Kitle İndeksi)

VKİ(BKİ) :Vücut Kitle İndeksi(Beden Kitle İndeksi)

DSÖ :Dünya Sağlık Örgütü

TNSA :Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırması

TOBB :Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TÜİK :Türkiye İstatistik Kurumu

TABLOLAR LİSTESİ

	Sayfa no
Tablo 1 : Obezitenin Gruplandırılması.....	5
Tablo 2 : Endüstride Ergonomik Amaçlarla Statik Antropometri Araştırmalarında Kullanılan Boyut Ve Ölçüleri Ve Dağılım Tablosu.....	19
Tablo 3 : Büyük Beden Kadınların Yaş Gruplarının Dağılımı.....	29
Tablo 4 : Büyük Beden Kadınların Öğrenim Durumlarının Dağılımı.....	30
Tablo 5 : Büyük Beden Kadınların Meslek Gruplarına Göre Dağılımı.....	31
Tablo 6 : Büyük Beden Kadınların Üst Grup Beden Numaralarına Göre Dağılımı.....	31
Tablo 7 : Büyük Beden Kadınların Alt Grup Beden Numaralarına Göre Dağılımı.....	32
Tablo 8 : Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerini Temin Etme Yollarının Dağılımı.....	33
Tablo 9 : Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Kıyafetlerde Giysi Seçimini Etkileyen Faktörler.....	34
Tablo 10 : Büyük Beden Kadınların İhtiyaçlarına Uygun Kıyafetlerin Bulabilme Durumları.....	35
Tablo 11 : Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Kıyafet Türlerinin Temininde Zorluk Çektikleri Kıyafetlerin Dağılımı.....	36

Tablo 12 : Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Modellerde Kendilerine Uygun Kıyafet Türlerinin Temininde Zorluk Çektikleri Kıyafetlerin Dağılımı..	37
Tablo 13 : Büyük Beden Kadınların Alışveriş Sırasında Mağazalarda Karşılaştıkları Problemlerin Dağılımı.....	38
Tablo 14 : Büyük Beden Satan Mağazalardaki Büyük Beden Kıyafetlerin Yeterlilik Durumlarının Dağılımı.....	39
Tablo 15 : Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerde Yaşadıkları Şikayetlerin Dağılımı.....	40
Tablo 16 : Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerde Yaptırdıkları Tadilatlarla İlgili Tutumları.....	41
Tablo 17 : Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerde Yaptırdıkları Tadilat Yerleriyle İlgili Durumları.....	42
Tablo 18 : Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerinin Kullanımında Yıpranan Bölgelerin Dağılımı.....	43
Tablo 19 : Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerinin Kullanımı Süresince Karşılaştıkları Sorunların Dağılımı.....	44
Tablo 20 : Büyük Beden Kadınların Giyim Tarzına Göre Dağılımı.....	45
Tablo 21 : Büyük Beden Kadınların Giysi Tarzına Uygun Kıyafetleri Bulabilme Durumları.....	46
Tablo 22 : Büyük Beden Kadınların Ev Ortamında Giymeyi Tercih Ettikleri Kıyafet Türlerinin Dağılımı.....	46

Tablo 23 : Büyük Beden Kadınların İşte ve Dışarıda Giymeyi Tercih Ettikleri Kıyafet Türlerinin Dağılımı.....	47
Tablo 24 : Büyük Beden Kadınların Giysi Seçimini Etkileyen Faktörlerin Dağılımı.....	48
Tablo 25 : Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerde Tercih Ettikleri Renklerin Dağılımı.....	49
Tablo 26 : Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Etek Modellerinin Dağılımı.....	50
Tablo 27 : Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Pantolon Modellerinin Dağılımı.....	51
Tablo 28 : Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Gömlek Modellerinin Dağılımı.....	52
Tablo 29 : Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Ceket Modellerinin Dağılımı.....	52
Tablo 30 : Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Elbise Modellerinin Dağılımı.....	53
Tablo 31 : Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Abiye Modellerinin Dağılımı.....	54
Tablo 32 : Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Kıyafetlerde Giysi Seçimini Etkileyen Faktörlerin Dağılımı.....	55
Tablo 33 : Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerde Tercih Ettikleri Kumaş Türlerinin Dağılımı.....	56

Tablo 34 : Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerde Kullanılan Kumaşlarda Aradığı Özelliklerin Dağılımı.....	57
Tablo 35 : Büyük Beden Kadınların Kumaşlarda Tercih Ettiği Desenlerin Dağılımı.....	58
Tablo 36 : Büyük Beden Kadınların İsteddiği Desende Kumaş Bulabilme Durumları.....	58
Tablo 37 : Büyük Beden Kadınların Şikayetlerini Üretici Firmalara Bildirme Durumlarının Dağılımı.....	60
Tablo 38 : Büyük Beden Kadınların Büyük Beden Giysi Üretimi Yapan Firmalardan Beklentilerinin Dağılımı.....	61

GİRİŞ

Giyim, ilk çağlardan günümüze kadar insanların temel ihtiyaçlarından birisi olmuştur. Başlangıçta korunma amacı olan giyim, zaman içerisinde insanların kendini ifade etmesinde, kendilerini topluma kabul ettirmelerinde önemli bir araca dönüşmüştür.

Hazır giyim sektörünün de gelişmesiyle bu ihtiyaç giderek önem kazanmıştır. Artık insanlar, sosyal hayatlarına ve modaya uygun, kendilerini yansıtacak kıyafetler giymek istemektedir.

Dünya Sağlık Örgütü'nün verilerine göre hızları her geçen gün artan şişman insanlarda, hazır giyim sektöründe yeni bir pazar oluşturmaktadır.

Şişmanlık beraberliğinde getirdiği sağlık problemleriyle birlikte kişinin fiziğinde oluşan değişim sonucunda, psikolojik olarak da kendilerine olan güven duygusunu yitirme, toplumdan uzaklaşma sorunlarını beraberinde getirmektedir. Bunların yanında giyim konusunda da büyük sıkıntı çekmelerine, kendilerine uygun kıyafet bulamamalarına sebep olmaktadır.

Şişman nüfusun artması, büyük bedenlerin, normal vücut ölçülerine uygun olmaması ve bedenin orantısız vücut yapılarına sahip olması nedeniyle, hazır giyim sektöründe, büyük bedenlerin vücuduna uyumlu, hataları giderecek ve rahatlığını sağlamak amacıyla, özel model, tasarım yöntemleri ve kalıp kullanılarak hazırlanan giysilere büyük beden giysi denir (Detering,2003:26).

Teknolojik gelişmeler ve müşteri odaklı üretim anlayışının gelişmesiyle, müşteri beklentileri de gelişmektedir. Geçmişte bedenlerine uygun etek, pantolon, bluz veya gömlek bulamayan büyük bedenlilerin, şişmanlığın tüm dünyada hızla yayılması ve büyük beden giysi sektörünün gelişmesi sonucunda giyim konusundaki beklentileri de değişmektedir. Günümüzde kendi bedenlerine ve modaya uygun

olmanın yanında kendi tarzını ifade eden şık kıyafetler bulamamaktan yakınmaktadırlar.(Anonim, 2005)

Günümüz şartlarındaki yoğun çalışma hayatı, kıyafetlerde rahatlığı aramayı ön plana çıkarmaktadır. Büyük bedenlilerde fiziksel özelliklerinden dolayı bu arayış daha fazla önem kazanmaktadır. Büyük bedenlilerde kendilerine uygun, şık, modaaya uygun ve rahat kıyafetleri giymek istemektedirler. Giyilen kıyafetlerde hareket rahatlığı sağlayan ve sağlık sorunlarına sebep olmayacak özellikler aranmaktadır.

BÖLÜM-I BÜYÜK BEDEN KADINLARIN GİYSİ PROBLEMLERİ

1.1.Şişmanlık Kavramı

Vücutta yağ oranının artmasına şişmanlık denir. Şişmanlığın tıp bilimindeki ismi ise obezitedir. Vücut yağı normal de erkeklerde ağırlığın %15-18'ini, kadınlarda %20-25'ini oluşturur. Erkeklerde bu oran %25'i, kadınlarda ise %35'i geçerse şişmanlık oluşur (Özata,2008).

İngilizce “Obeye ” kelimesinden gelen “Obezite” vücutta depolanan yağ miktarının çok fazla olması biçiminde tanımlanır (Anonim, 2006).

Obezite ya da halk arasında bilinen adıyla şişmanlık, vücutta fazla miktarda yağ birikmesi sonucu ortaya çıkan ve mutlaka tedavi edilmesi gereken bir hastalıktır. Obezite, besinlerle alınan enerji miktarının, metabolizma ve fiziksel aktivite ile tüketilen enerji miktarını aştığı durumda ortaya çıkar (Anonim, 2007).

Diğer bir tanımla Obezite, insan vücudunda yağ hücrelerinde depolanan doğal enerji rezervlerinin ciddi risk oluşturacak düzeyde artması ve sonuçta ölüm oranlarının kaçınılmaz olarak yükselmesi ile karakterize bir hastalıktır. Obezite geleneksel yöntemler ile tedavi edilebilen basit bir fazla kilo sorunu değildir, yüksek sağlık riskleri taşıyan ciddi bir kronik hastalık ve tehlikeli bir toplumsal sağlık sorunudur (Coşkun, 2007).

Sonuç olarak obezite, insan yaşamını kısaltan ve yaşam kalitesini olumsuz yönde etkileyen bir hastalık olarak tanımlanabilir.

Dünya Sağlık Örgütü 1997 yılında şişmanlığın küresel bir epidemi halini aldığını ve mutlaka tedavi edilmesi gereken kronik bir hastalık olduğunu ilan etmiştir. Şişmanlığın giderek arttığını ve beraberinde hipertansiyon, şeker hastalığı, kalp hastalıkları, karaciğer yağlanması, kanser riskinin artması gibi birçok hastalığa

ve aşırı duygusallık, kendine güvensizlik, sosyal yaşamdan uzaklaşma gibi psikolojik sorunlara neden olmaktadır (Özata, 2006).

1.1.1. Şişmanlık Tipleri

İnsanlarda genelde iki tip şişmanlık olur. Birincisi elma tipi diğeri armut tipi şişmanlıktır. Elma tipi şişmanlıkta göbek ön plandadır, kalçalar zayıftır. Buna erkek tipi şişmanlık da denir. İkincisi armut tipi şişmanlıktır. Göbekten çok kalçalarda yağ birikimi daha fazladır. Bu da kadın tipi şişmanlıktır. Elma tipi şişmanlıklar daha tehlikelidir. Bunlarda şeker hastalığı, kalp hastalığı, inme ve yüksek tansiyon riski artmıştır (Anonim, 2007).

Türkiye’ deki kadınlarda şişmanların tamamına yakınının da hastalık getiren “elma” tipi olduğu ortaya konmuştur.

Ayrıca çocukluk tipi şişmanlık ve erişkin tipi şişmanlık vardır. Çocuklukta oluşan şişmanlık yağ hücre sayısının artması ile karakterize iken erişkinlerdeki şişmanlık her bir yağ hücresinin sayı artmadan hacminin artması ile karakterizedir (Özata,2006).

1.1.2.Şişmanlığın Belirlenmesinde Kullanılan Antropometrik Ölçümler

Bir bireyin şişman olup olmadığının tanımlanabilmesi için vücut ağırlığının, vücut bileşiminin ve vücuttaki yağ dağılımının değerlendirilmesi gerekmektedir. Vücut bileşimi; büyüme ve gelişme, yaşlılık, etnik özellikler, cinsiyet, beslenme durumu, özel diyetler, egzersiz, hastalık, genetik etmenlerden etkilenmekte ve değişkenlik göstermektedir. Vücut bileşenlerini saptamak için kullanılan pek çok yöntem bulunmaktadır; ancak, özellikle saha çalışmalarında en çok kullanılan yöntemler antropometrik ölçümlerdir. Antropometrik ölçümlerin sağlıklı yapılabilmesi için kullanılan araçların düzenli olarak doğruluğunun denetlenmesi,

ölçüm yapan kişilerin sürekli eğitilmesi, referans değerlerin ve standartların doğru belirlenmesi çok önem taşımaktadır(Yılmaz, 2008)

Obezite için en yaygın kullanılan ölçüm, Beden (Vücut) Kitle indeksi ya da İngilizce adıyla “Body Mass Indeks ” (BMI) ve bel çevresi ölçümüdür.

1.1.2.1.Vücut Kitle İndeksi

BMI, vücut ağırlığının (kg), boyun karesine (m²) bölünmesi ile hesaplanır. Bu değer yaş ve cinsiyetten bağımsızdır. Bununla beraber, BMI kullanımı, çocuklarda, hamile kadınlarda ve çok adaleli kişilerde doğru sonuç vermez, bu nedenle kullanılmamalıdır.

Sağlık otoriteleri, beden kitle indeksi değerlerine göre vücut indeksi, normal kilolu, fazla kilolu ve obez şeklinde gruplara ayırmıştır (Baysal vd, 1999: 39-60).

BMI değeri;

Tablo–1 Obezitenin Gruplandırılması

18.5 kg / m ² 'nin altında olanlar	Zayıf
18.5-24.9 kg / m ² arasında olanlar	Normal kilolu
25-29.9 kg / m ² arasında olanlar	Fazla kilolu
30-39.9 kg / m ² arasında olanlar	Obez (şişman)
40 kg / m ² 'nin üzerinde olanlar	İleri derecede obez

(<http://www.genetikbilimi.com/genbilim/obezitenedir.htm>)

1.1.2.2.Bel Çevresi Ölçümü

Bel çevresi ölçümüne göre obezite değerlendirmesi aşırı kiloluk derecesini belirlemekten çok, kiloya bağlı sağlık sorunu hastalığı gelişme olasılığını belirlemek için kullanılır. Aynı model bel/kalça oranı hesaplanması şeklinde de kullanılmaktadır.

Göbek deliği seviyesinde ölçülen bel çevresi kadınlarda ideal olarak 80 cm, erkeklerde ise 94 cm ve altında olmalıdır. Erkeklerde bu çevrenin 102 cm' den kadınlarda ise 88 cm' den fazla olması durumunda kiloya bağlı sağlık sorunları gelişme olasılığı belirgin bir şekilde artmaktadır (Kocatepe, 2007).

Erkeklerde bel çevresi < 94 cm

Kadınlarda bel çevresi < 80cm olmalıdır.

Bel/kalça oranı: Vücutta bel çevresinin, kalça çevresine oranını belirlemek için kullanılan ölçüdür (Arıkan , 2005:36)

Erkeklerde %95 den fazla ise

Kadında %80 den fazla ise yani bel kalın ise santral obezite vardır.

1.2.İnsan Vücudu

İnsan vücudu, insanın bütün fiziksel ve kimyasal organizmasından oluşan yapısıdır. Vücut, insan sağlığının maddesel parçasıdır; insan varlığının korunması ve soyun sürekliliği için birbiriyle uyumlu biçimde çalışan öğelerden oluşmuştur.

İnsan vücudunun ana birimi hücredir. Hücreler ve hücreler arası maddeler birleşerek dokuları oluşturur. Dokular, biçimsel ve işlevsel birimler olan organları oluştururlar. Fizyolojik olarak aynı işlevi gören yapısal organ birlikleri de vücudun sistemlerini oluştururlar. İnsan vücudundaki temel sistemler; hareket, sinir, solunum, dolaşım ve sindirim sistemleri olarak sıralanabilir. Bu sistemler duyu, hareket ve

beslenme gereksinimlerini yerine getirirler. İnsan vücudunun olağan büyüme ve gelişmesi sistemlerin ve sistemleri oluşturan her organın görevini yerine getirmesine bağlıdır. Her türlü işlevi insan vücudu yapabilir (Anonim, 2008).

Tasarımcıların ilk amacı insanların kullanabileceği fonksiyonel ve şık ürünler tasarlamaktır. Tasarımın tüm dallarında olduğu gibi giysi tasarımında da amaç aynıdır. Kullanım amacına uygun, hareket serbestliği sağlayan, rahat, şık ve konforlu giysi tasarlamak için insan vücudunun geometrik yapısını ve hareket yeteneklerini bilmek ve kalıp hazırlama aşamasında bu bilgilerden faydalanmak gerekir.

1.2.1.İnsan Vücut Oranları

Bilinen en eski vücut oranı (M.Ö:3000) Menfis piramidinin mezar odasında bulunmuştur. O günden bu güne, bilim adamları ve sanatçılar insan vücut oranlarını inceleme konusunda çalışmalar yapmışlardır. Bilim adamları ve sanatçılar insan vücudu için bir ölçü sistemi bulmaya çalışmışlar. Vücut uzunluğunu, başı karış veya işaret parmağı gibi ölçülebilen bir uzunluğa göre orantı kurma zorunluluğu ressam ve heykeltıraşların problemlerinden biri olmuştur. Bu nedenle bir çok sanatçı insan vücudunun oranları üzerinde uzun süren çalışmalar yapmışlardır. Bu güne kadar ortaya konan ve kullanım alanı bulunan oran kurallarından bazıları şunlardır : (Anonim, 2002).

8'li Dağılım Kuralı: Vücut bölümlerinin oranlanması en çok kullanılan birim uzunluk baş uzunluğudur. Bu kurala göre tüm vücut uzunluğu 8 baş uzunluğuna eşittir(Anonymous,1994:9).

1/8 Baş uzunluğu

1/8 Çene ucu ile göğüs ucu arası

1/8 Göğüs ucu ile bel arası

1/8 Bel ile kalça arası

1/8 Kalça ile bacak üstü yarısı arası

1/8 Bacak üstü yarısı ile diz arası

1/8 Diz ile baldır arası

1/8 Baldır topuk arası

Mısırlı Lepsilus'a göre tüm vücut uzunluğu 6 1/3 ayak uzunluğuna eşittir. Yine Mısırlı Blank'a göre vücut uzunluğu el orta parmağı uzunluğunun 18 katıdır. Vücut uzunluğu yüz uzunlu ile ifade edenlere göre ise boy uzunluğu yüz uzunluğunun 10 katıdır.

Leonardo da Vinci'ye göre ayakta dik duran bir insan ayaklarını hafif yanlara açarken, kollarını da hafif yana kaldırırsa bu insanı daire ile sınırlandırmak mümkündür. Bu dairenin merkezi göbeğe isabet etmektedir. Ayaklar arası uzaklık dairenin yarıçapı kadar olmalıdır. Bu düşünceye göre kollarını iki yana açık olarak ayakta dik duran bir insanı kare içine almak mümkündür. Bu oran kurallarından bir tanesi de M.Ö.500 yıllarında yaşayan Yunanlı ressam Poliket'in günümüzde de kullanılan Altın kesit oranıdır.

Altın Kesit Oranı: Altın kesit kuralı genellikle çizgilerin geometrik olarak bölünmesin kullanılan bir dağılımıdır. Altın kesite göre yapılan dağılım diğer oran kurallarına göre daha objektif sonuçlar vermektedir. Altın kesit ile dağılım geometrik olarak yapılır. A noktadan AB çizgisine dik bir çizgi çizilir. A noktasından başlayarak bu çizgi üzerinde AB çizgisi yarısına eşit olan ölçü işaretlenir ve C noktası işaretlenir ve C noktası bulunur. C ve B noktaları birleştirilir. C noktası merkez alınarak yarıçapı AC kadar olan bir yay çizilir. Yayın BC çizgisini kestiği nokta D noktasıdır. Daha sonra B noktası merkez alınır ve yarıçapı BD kadar olan bir yay daha çizilir. Yayın AB çizgisini kestiği nokta E noktasıdır.

Uzun, kısa, zayıf, şişman vücut tiplerine bağlı olarak çeşitli vücut bölümleri arasındaki oranlar değişebilmektedir. Giysinin yapısının belirlenmesinde kol, bacak gibi hareketli organların hareket sırasında giysiye etkileri dikkate alındığında eklem biçimleri ve vücudun dinamik özellikleri de önem kazanmaktadır(Gönen vb,1991:121).

1.2.2.İnsan Vücut Tipleri

Vücut tiplerinin sınıflandırılansında literatürde en çok iki sistem üzerinde durulmaktadır. Bunlardan biri, Alman psikiyatrist Ernst Kretschmer tarafından yapılan sınıflandırmadır.

Beden yapısına göre yapılan sınıflandırmalar, bireyin beden yapısı, beden kimyası ile kişiliği arasında ilişki kurarlar. Beden yapısının kişiliği biçimlendiren temel etken olduğunu savunan yaklaşımlara tip kuramları denir. Kretschmer insanları, üç temel beden yapısına ayırmaktadır. (Zengingönül vd., 1996: 220) Buna göre;

—Piknik Tip : Kısa boylu, kısa kol ve bacaklı şişmanca kişiler “piknik tip” tir. Geniş göğüs ve karın çevreli, kısa ve kalın boyunlu, basık yapılı kişilerdir. Bu tipler manik-depresif psikoza, duygusal dalgalanmalara yatkındır.

—Atletik Tip : Geniş omuzlu, dar kalçalı olan kişiler “atletik tip” tir. Geniş omuzlu, adeleli, kemik ve kas yapıları kuvvetlidir. Bu tipler akıl hastalıklarına daha az yatkındır.

—Astenik Tip : İnce, uzun gövdeli, uzun kol ve bacaklı, zayıfça kişiler “astenik tip” tir. Bu tipler şizofreniye yatkındır.(Özer, 1989; Başer, 1983; Çorbacıoğlu, 1982; anonim,2008)

Diğer sistem ise; . Fiziksel yapılarına göre bireyleri sınıflandırmada Sheldon ve arkadaşlarının (1940) sınıflandırmasıdır. Sheldon bireylerin bedensel yapılarına göre kişilik tiplerinin belirlendiğini savunmuş ve üç tür beden yapısı ortaya koymuştur. Bunlar;

—Endomorf

Vücutları yuvarlak, karın bölgesi geniş, kasları gevşek, saçları seyrek. İç organ dokuları daha çok gelişmiş olup, bunlarda özellikle karın bölgesinin genişliği

göze çarpar. Geniş, dolgun bir karnı; tombul el, kol ve bacakları vardır. Ciltleri yumuşaktır. Yağ oranları yüksek, kas ve kemik oranları azdır.

—Mezomorf

Fiziği, genel olarak köşeli, sert ve kabadır. Boynu kuvvetli, omuzları göğsü gibi geniştir, derisi sert ve kalındır. Omuzları ve özellikle kasları iyi gelişmiş olup, atletik yapıda kişilerdir. Bedenleri dayanıklı, kolları güçlüdür. Kemik ve kas oranı yüksektir. Kuvvetli ve dayanıklı bir bedenleri vardır. Bedensel faaliyetlere ilgi duyarlar.

—Ektomorf

Dar ve düşük omuzlu, hassas tenli, saç telleri ince, deri ve kemikten ibaret tipler olup, sinir sistemleri iyi gelişmiştir. İnce, uzun ve düz bir beden yapıları vardır. Karnı içeri çökük, kolları ve bacakları uzundur. Kasları narin ve güçsüzdür, çok fazla gelişmemiştir. Kas ve yağ oranı düşüktür. Hastalıklara dirençsiz, güçsüz, kuvvetsizdirler. Biraz eğiktirler. Öteki tiplerle karıştırılmalarına imkan yoktur. Sinir sistemleri duyarlıdır (Anonim, 2007).

BÖLÜM-II BÜYÜK BEDEN GİYSİ ÜRETİMİ

2.1. Büyük Beden Giysi Tasarımı

Giyim öncelikle, insanların dış etkenlerden korunma ihtiyacından doğmuş, sonraları zaman içerisinde gelişim göstererek insanların temel ihtiyaçlarından biri olmuştur. Başlangıçta örtünme, korunma aracı olan giyim, tarihi evrimi içerisinde süslenme, kendini ifade etme ve toplumsal bir kabul aracına dönüşmüştür (Olgaç , 2005:54).

Zamanla insanlığın gelişmesi, giyimi de etkilemiş, kişinin toplumsal kimliğine uygun giyinmesi gerekli olmuştur (Komşuoğlu, 1986:1). Kişinin toplum içerisinde kurduğu ilişkilerde, kendi kişiliğini ortaya koymasında ve kendine uygun tarzı yaratması gibi isteklerini karşılar hale gelmiştir. Toplum içerisinde giyim, insanların kendilerini kabul ettirmelerinde, ilk bakışta iyi izlenim bırakmalarında ve kendilerini ifade etmelerinde önemli bir etken olmuştur.

Giyinmenin bu kadar önemli olduğu bir toplumda insanlar kendilerini yansıtmak için kıyafetlere ihtiyaç duymaktadırlar. Günümüzde hazır giyim işletmelerinin çoğunda, üretilen ürünler 36 – 44 beden arasındadır. Bunun sonucunda şişman kadınlarda kendilerine uygun kıyafet bulamama sıkıntısı ortaya çıkmaktadır.

Günümüzde en önemli sorunlardan biri olan obezliğin yarattığı şişman insanlar, bugüne kadar sağlık sorunlarının yanı sıra giyinme konusunda da büyük problemler yaşamaktadırlar. Şişmanlık sonucunda insan vücudunda oluşan fiziksel genişleme ve ölçülerinin orantısızlığı giyim konusunda problem oluşturmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü'nün açıkladığı rakamlara göre bir milyondan fazla kişi obez ya da fazla kiloludur. Yapılan araştırmalarda bu sayının her geçen gün artmakta olduğunu ortaya koymaktadır.

Şişman nüfusun artması, büyük bedenlerin, normal vücut ölçülerine uygun olmaması ve bedenin orantısız vücut yapılarına sahip olması nedeniyle, hazır giyim

sektöründe, büyük bedenlerin vücuduna uyumlu, hataları giderecek ve rahatlığını sağlamak amacıyla, özel model, tasarım yöntemleri ve kalıp kullanılarak hazırlanan giysilere büyük beden giysi denir (Detering, 2003:26).

Şişman nüfusun giderek artması, bu alanda ihtiyaçların da artmasına sebep olmaktadır. Ortaya çıkan ihtiyaçları karşılamak üzere dünya da ve Türkiye’de yeni bir pazar alanı oluşmaktadır. Şişman nüfusun beklentilerine cevap vermek üzere gelişen büyük beden sektörünün ürünlerini üretirken müşteri kitlelerini iyi tanınması, vücut yapılarına uygun, müşterilerinin beklentilerine karşılık veren, modaaya uygun, tüketicinin kendi stilini yaratabileceği, rahat ve şık ürünler üretmeleri gerekmektedir.

Büyük bedende kilolardan da kaynaklanan sorunlar göz önüne alındığında rahatlık daha da ön plana çıkmaktadır. Büyük bedenlilerin kendilerini rahat hissetmesi ve rahat hareket edebilmesi, vücuda uyan, hareket serbestliğı sağlayan ve hava şartlarına uygun giysilerle mümkündür (Gönen vd., 1991:120).

Büyük beden kadınların genellikle yaşadığı doğru ölçülerde büyük beden kıyafet bulamamasının temelindeki sorun, büyük beden üretiminde kullanılan kalıplardan kaynaklanmaktadır. Giysi üretimindeki en önemli işlem kalıpların hazırlanmasıdır. Geçmişte büyük beden giysi kalıpları normal bedenler için hazırlanan kalıpların büyütölmüş hali olarak düşünölmüştür. Ancak günümüzde büyük beden giysiler için özel tasarım yöntemleri geliştirilmektedir. Büyük bir pazar payına sahip olan büyük beden üretimi, giysi tasarımında kalıp çıkarmanın özel bir uzmanlık gerektirdiğini benimsemektedir. Özellikle genç büyük bedenli müşteriler modaaya uygun, vücutlarını saran ve şık kıyafetlere ilgi duymaktadır. Bu da kıyafetlerin vücuda oturması için kalıpların ön plana çıkmasına sebep olmaktadır. Yaşlı büyük bedenli müşterilerde bu sorun daha rahat çözölmektedir. Çünkü daha bol, düz kesimli, basit modeller tercih etmektedirler (Sağmal, 2005).

Hazır giyim üretiminde kullanılan kalıpların müşteriyi memnun etmesi, rahatlık, vücuda uyum ve hareket serbestliğıyle ilgilidir. Ancak büyük bedenli müşterilerde vücut orantılarının bulunmaması, bireysel farklılıkların ortaya

çıkmasına sebep olmaktadır. Bu farklılardan dolayı vücuda uyması, fonksiyonel olması ve hareket rahatlığı sağlayabilmesi için kalıpların antropometrik ölçülerden yararlanılarak hazırlanması gerekir (Kalınkara, 1995: 727).

Büyük beden giysi üreticilerinin modadan önce, tasarlama aşamasında müşterisinin antropometrik yapısını, hareket rahatlığını ve vücut ölçülerini dikkate alarak ergonomik ürünler üretmeyi amaçlamaları gerekmektedir (Solak, 2003:15).

Büyük beden üretimi için hazırlanacak kalıpların özelliklerini bilmek ve vücuda uyumunu sağlamak için, üreticilerin müşterilerinin vücut yapılarını, orantısız kısımlarını bilmeleri ve bu doğrultuda kalıp hazırlamaları üretimde yaşanacak sorunları giderecektir. Üretilcek ürünlerin, hangi yaş grubuna hitap edeceği de kalıp hazırlamada önemli bir etkidir (Aşan, 2005: 56). Kalıp üretim aşamasında önemli bir yere sahiptir, kalıptan kaynaklanan hataları sonradan düzeltmek mümkün olmayacaktır.

Büyük beden giysi tasarımlarında, tasarımcı evrensel bir bakış açısı geliştirerek, bütün müşterilerinin göz zevkine hitap etmeyi amaçlamalıdır. Tasarım, düşünce sürecinde oluşan, fiziksel güçle meydana çıkan bir üründür. Düşünce süreci, tasarımcının yeteneğini, hayal gücünü ve yaratıcılığını ilgilendirmektedir (Erim, 1994: 4).

Büyük bedende tasarım kişiyi ince göstermek adına çok önemlidir. Önceleri sadece kiloları kapatsın zihniyetiyle hazırlanan büyük beden üretimi, gelişmeler ve müşteri beklentileri sonucu, iyi giyinmeyi, kilolu da olsa şık ve stil giyinmeyi aynı zamanda rahat etmeyi isteyen müşteri ihtiyacını karşılayacak şekilde gelişmektedir. Hazır giyim sektöründeki işletmelerinde gittikçe büyüyen bu pazarda, istedikleri konuma ulaşmak için, müşterinin memnuniyetini sürekli tutup, beklentilerine karşılık veren ürünler tasarlamaları gerekmektedir. Tasarlanan ürünlerin özgün olması ve işletmenin tarzını yansıtacak özelliklerde olması beklenmektedir (Bayraktar, 2003: 19). İşletmedeki tasarımcılarında bu özellikler doğrultusunda hareket etmeleri ve işletmeyi geliştirecek, müşteri beklentilerini karşılayacak tasarımlar geliştirmesi

önem kazanmaktadır. Tasarımlar oluşturulurken, müşterilerin yaşı, kullanacağı yer gibi faktörler göz önüne alınmaktadır.

Giysi tasarımı kumaşın dokumasından, giysinin dikimine kadar giysi üretiminde müşterinin beklentilerine ve işletmenin tarzına uygun, bir sonraki sezonun moda ürünlerini müşteri beğenisine sunmak için yapılan çalışmaların tümünü kapsamaktadır (Aydın,1993:267–274).

Tasarım belli bir süreçten geçerek oluşan ve olgunlaşan somut dayanakları olan fikirdir ve süreç itibariyle dinamiktir. Tasarımda ürün olarak ortaya çıkan bir bina ise, tasarımı yapan kişi bir mimar, makine ise bir mühendis, tekstil ürünü ise bir endüstri, hazır giyim ürünü ise, giysi tasarımcısı olacaktır (Erim,1994:4).

2.1.1. Ergonomi

Ergonomi, insanın kendine özgü niteliklerini, yeteneklerini araştırarak ürünün insana uyumu için gerekli koşulları bulmaya, oluşturmaya çalışmaktır (İncir,1980:8). Kişilerin giydiği kıyafetlerin günlük hareketlerini kısıtlamayacak şekilde üretilmesi gerekmektedir. Vücut tiplerine bağlı olarak vücudun çeşitli bölümlerindeki orantılar değişiklik göstermektedir. Giysi yapısının belirlenmesinde vücudun hareketli organlarının, hareket sırasında giysiye etkileri dikkate alınarak vücudun dinamik yapısı giysi üretiminde önem kazanacaktır (Gönen vd,1991:21).

Endüstrileşme, 17'nci yüzyıl sonunda ve çeşitli yeni keşiflerin ışığında, emekleme düzeyinden başlayarak 18. ve 19'uncu yüzyıllarda hızlanan teknolojik atılımlar ile otomasyon aşamasına kadar ulaşmıştır. İçinde bulunduğumuz yüzyılda ise, robotların kullanımı ve bilgisayar teknolojisi gibi güçlü yaklaşımlar ile büyük bir hız kazanan endüstrileşme sürecinde insanların yetenekleri, bedenleri ve zekâları çok zorlanmaya başlamıştır. Endüstrileşmenin her adımında; üretken, yapıcı, yaratıcı ve kurulmuş sistemleri kontrol edici bir faktör olarak görev alan insanın sağlık, güvenlik ve verimlilik gibi sorunlar ise ancak 20'nci yüzyılın ilk yarılarında ele alınabilmektedir.

Bireyin kendisini rahat hissetmesi ve rahat hareket edebilmesi, vücuda uyan, hareket serbestliği sağlayan, hava koşullarına uygun giysilerle mümkündür (Gönen vd,1991:120).

Ergonomi, insanların anatomik özelliklerini, antropometrik özelliklerini, fiziksel kapasitelerini ve toleranslarını göz önüne alarak, endüstriyel iş ortamındaki tüm faktörlerin etkisi ile olabilecek organik ve psiko-sosyal stresler karşısında, sistem verimliliği ve insan-makine-çevre uyumunun temel yasalarını ortaya koymaya çalışan disiplinli bir araştırma geliştirme sürecidir. Ancak günümüzde ergonomi sözcüğü, insan yaşamında yer alan her nesne için kullanılan bir sözcük haline gelmiştir. Hazır giyim sektöründe, tasarlanan bir giysinin veya mobilya sektöründe tasarlanan bir sandalyenin de ergonomik bir özelliğe sahip olması ürün için aranan bir özellik olmuştur.

Tasarımcı-üretici-tüketici ilişkilerinin daha çok önem kazandığı son yıllarda, bir hazır giyim ürünü olarak giyside, üretim biçimi, ürün tasarımı, ürünün kullanım alanı, ürünün yapımında kullanılan malzemenin özelliği, teknoloji, pazarlama çeşitli konulardaki gelişmeler önemli etkiler yaratmaktadır. Bu konular arasında giysi tasarımı, daha fazla önem kazanarak, giysinin ergonomik açıdan insana uyumunu zorunluluk haline getirmiştir.

Büyük beden bayanların, giysi içinde rahat hareket etmeleri için, giysilerin ergonomik yapıya sahip olması büyük önem taşımaktadır. Büyük bedende, vücutlar aşırı yağlıdır. Yağ oranını fazlalığı kişinin hareketlerini büyük oranda kısıtlamaktadır. Bu nedenle tasarlanan giysiler ergonomik kriterler göz önüne alınarak tasarlanmaktadır. (Kaiser,1999:122)

Tasarım ergonomisi, kişileri zaman kaybına uğratmamakta, onlara ve çevresine zarar vermemekte, ileriye yönelik çalışmaların yürütülmesinde yardımcı ve destek olmaktadır. Çalışan insanların fiziksel rahatlıkları ve beden yetenekleri maksimum düzeyde kullanabilmeleri için, giydikleri giysilerin kendi boyutlarına uygun olmasına dikkat edilmektedir.

2.1.2.Hazır Giyimde Antropometrik Ölçü

Yunanca anthropo (insan) ve metrikos (ölçme) sözcüklerinden türetilen antropometri, insan vücudunun boyutları ile ilgilenen özel bir bilim dalıdır.

Antropometri bilimi, bireyler veya gruplar arasında, anatomi, coğrafi bölge ve meslek grupları gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanan farklılıkları ve benzerlikleri saptayarak daha geniş bir insan kitlesine uygun tasarımlar yapma imkanı sağlar. Bu tasarımlar için belirlediği vücut ölçüleri arasında, vücut hareketsiz ve belirli bir standart pozisyondayken alınan yapısal vücut ölçüleri ve vücut hareket halindeyken alınan fonksiyonel vücut ölçüleri bulunur (Anonim, 2008).

Hazır giyim sektöründe en önemli işlemlerden biri üretilen giysilerin kalıplarının hazırlanmasıdır. Bireyin kendisini rahat hissetmesi ve rahat hareket edebilmesi vücuda uyan, hareket serbestliği sağlayan giysilerle mümkündür. Ancak insanların boyutsal (antropometrik) ölçüleri arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıklardan dolayı her insanın kullandığı giysini vücuda uyması fonksiyonel olması ve rahat hareket olanağı sağlaması için kalıpların antropometrik ölçülerden yararlanılarak hazırlanması gerekir. (Kalınkara, 1995:727)

Antropometrik araştırmalardan elde edilecek değerlerin tutarlılığı açısından bazı kurallara uyulması gerekmektedir. Ölçü çıplak veya az giysi üzerinden alınmalıdır. Ölçüm sırasında, oturulan ya da ayakta durulan zemin ağırlık nedeniyle deforme olmayacak bir yapıya sahip olmalıdır. Ayrıca ölçüm vücudun her iki tarafından yani simetrik olarak gerçekleştirilmelidir.

Antropometrik ölçülerin farklı toplumlarda değişiklik göstermesi, tasarımı yapılacak ürünün, aygıtın, sistemin vb... kullanılacağı toplumun antropometrik özelliklerinin göz önüne alınmasını zorunlu hale getirmektedir.

Çalışan insanların fiziksel rahatlıkları ve beden yeteneklerini maksimum düzeyde kullanabilmeleri için kullandıkları malzemeler, çalışma yüzeyleri ve

hacimlerinin kendi boyutları ile uygun olmasına bağlıdır. Böyle bir durumda antropometrik yaklaşımlar kullanılır. Antropometri, insan vücudunun boyutları ile ilgilenen özel bir bilim dalıdır. Bu boyutlar, uzunluk, genişlik, yükseklik, ağırlık, çevre boyutları gibi farklı boyutlardır. Günümüze kadar, insanların antropometrik ölçüleri pek çok değişik nedenlerle inceleme konusu olmuştur. Bir terzinin müşterisine dikeceği elbise için aldığı ölçülerden başlayarak, toplu imalat yapan tekstil endüstrilerinde kullanılan ölçüler, insan boyutlarını esas alan tasarım çalışmalarında antropometrik ölçme teknikleri kullanılmıştır.(Erkan, 2003:109)

Yapısal vücut ölçüleri, vücut hareketsizken belirli standart pozisyonlarda alınabilen vücut ölçüleridir. 1967 'de yapılan bir antropometri konferansı sonunda standartlaşma grubunca önerilen ve başta iş, işyeri, giysi ve şahsi eşya tasarımı olmak üzere çeşitli tasarım amaçları için kullanılan statik vücut ölçüleri şunlardır (Oral,2007:4).

Yükseklikler: Düşey uzunluklardır. Birey ayakta iken yerden, otururken oturma yüzeyinden ilgili vücut noktasına kadar ölçülen değerlerdir. Diz yüksekliği, ayakta boy, oturuş yüksekliği gibi yükseklikler bu gruba girer.

Genişlikler: Yatay ve enine çaplardır. Kalça genişliği, omuz yüksekliği, omuz genişliği gibi ölçüler bu gruba girer.

Derinlikler: Yatay ve dikine çaplar olup göğüs genişliği ve kalça derinliği gibi ölçüler bu gruba girer.

Uzunluklar: Herhangi bir vücut kısmının uzun eksenine boyunca ölçülen büyüklüktür. Sırt uzunluğu, dış kol uzunluğu gibi ölçüler bu gruba girer.

Çevresel Uzunluklar: Bir vücut parçasının aynı düzlemdeki çevresidir. Bel çevresi, baş çevresi gibi ölçüler bu gruba girer.

Eğrisel Uzunluklar: Vücut üzerindeki herhangi iki noktayı birleştiren eğrinin uzunluğudur. Şakaklar arası uzunluklar, çene ucundan kulaklar arası uzunluklar.

Düşüklükler: Vücut üzerinde boyun, göğüs, bel ve kalça çizgilerinden geçtiği kabul edilen yatay düzlemler arasındaki uzunluklardır.

Erişim Uzaklıkları: Uzunlukların özel bir hali olan erişim uzaklıkları kolun ekseni boyunca ölçülür. Yukarı doğru ve öne doğru maksimum erişim uzaklıkları gibi ölçüler bu gruba girer.

Kalınlıklar: El, bilek gibi uzuvların uzun eksenlerine dik en kısa çapların uzunluklarıdır.

Çıkıntılar: Herhangi bir uzvun (örneğin: burun) en uç kısmının başlangıç noktasın kadar olan uzunluklardır. Burun ve kulak çıkıntısı gibi ölçüler bu gruba girer.

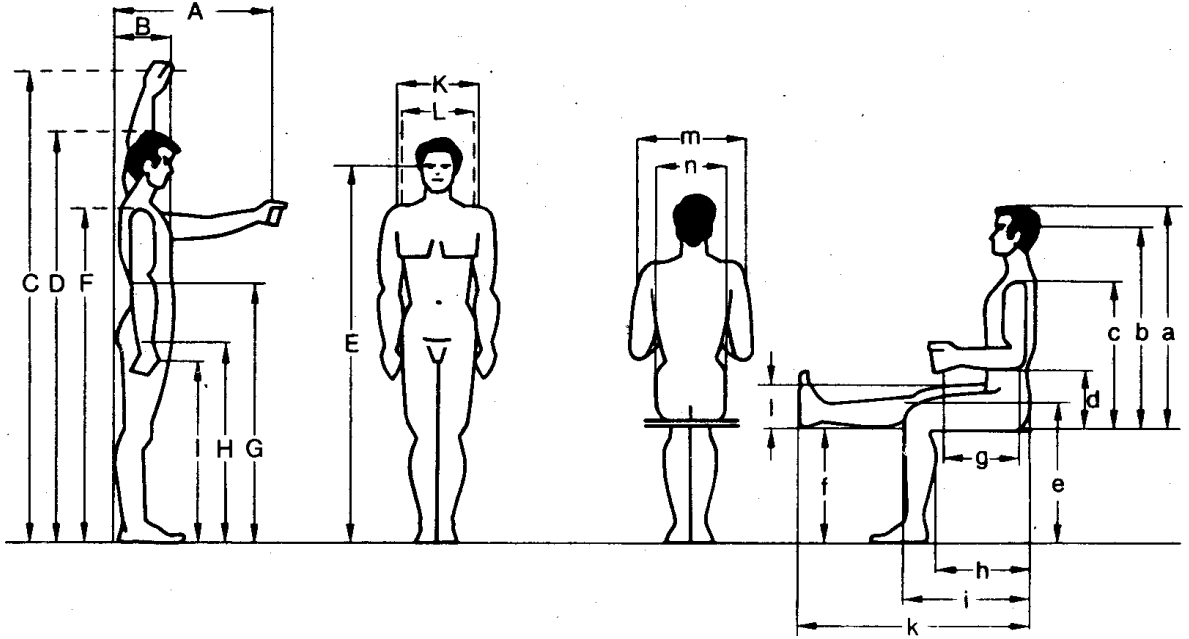
Kiriřler: Özellikle, başta ense ile burun ve çene ile arka kafayı birleştiren doğrusal uzaklıklardır. Çatal bir pergel yardımıyla ölçülebilir.

Vücut ölçülerinin tam olarak tanımlanabilmesi için durum, yer ve tür değişkenlerinden yararlanılır. Durum; ölçülecek vücut kısmının ve parçasının durumu, yer; referans alınacak nokta veya düzleme göre ölçülecek vücut parçası, tür; ölçü türü gösterir.

Statik antropometri durağan haldeki vücudun fiziksel öğeleri ve karakteristiklerinin ölçümüyle ilgilenir(Toka,1978,133). Statik antropometrik araştırmalarda kullanılan ölçü ve boyutlar Tablo 2 'de verilmiştir.

Tablo-2

**Endüstride Ergonomik Amaçlarla Statik Antropometri Araştırmalarında
Kullanılan Boyut Ölçüleri ve Dağılım Tablosu**



Tanımı	erkek			kadın		
	alt sınır	ortalama değer	üst sınır	alt sınır	ortalama değer	üst sınır
Ayakta						
A Öne doğru uzanma mesafesi	622	722	787	616	690	762
B Göğüs derinliği, ayakta	233	276	318	238	285	357
C İki kol ile yukarı doğru uzanma mesafesi	1910	2051	2210	1748	1870	2000
D Boy	1629	1733	1841	1510	1619	1725
E Göz yüksekliği	1509	1613	1721	1402	1502	1596
F Omuz yüksekliği	1349	1445	1542	1234	1339	1436
G Dirsek yüksekliği (ayakta, yerden)	1021	1096	1179	957	1030	1100
H Yerden ayağına kadar olan mesafe	752	816	886	-	-	-
I El yüksekliği (yerden)	728	767	828	664	738	803
K Omuz (çıkıntıları arası) genişliği	367	398	428	323	355	388
L Kalça genişliği (ayakta)	310	344	368	314	358	405
Oturarak						
a Üst vücut yüksekliği	849	907	962	805	857	914
b Göz yüksekliği (oturarak)	739	790	844	680	735	785
c Omuz yüksekliği (oturarak)	561	610	655	538	585	631
d Dirsek yüksekliği (oturarak)	193	230	280	191	233	278
e Diz yüksekliği	493	535	574	462	500	542
f Baldır yüksekliği (ayak dahil)	399	442	480	351	395	434
g Dirsek, avuç (kavrama eksen) mesafesi	327	362	389	292	322	364
h Vücut derinliği (otururken)	452	500	552	426	484	532
i Kalça - diz ucu mesafesi	554	599	645	530	587	631
k Kalça - ayak tabanı mesafesi	964	1035	1125	955	1044	1126
l Uyluk kalınlığı	117	136	157	118	144	173
m Dirsek arası mesafe	399	451	512	370	456	544
n Kalça genişliği (otururken)	325	362	391	340	387	451

Vücut hareket halinde iken, alınan ölçülere fonksiyonel vücut ölçüleri denir. Statik vücut ölçüleri tasarım amaçlarına uygundur. Birçok tasarım çalışmasında, fonksiyonel vücut ölçüleri daha önemlidir. İnsanlar günlük işlerinde genellikle hareket halindedir. Aracını kullanan bir sürücü, montaj hattında çalışan bir işçi görevlerini yerine getirirken birbirinden çok farklı hareketler yaparlar ve dolayısıyla farklı vücut pozisyonları gösterirler.

Vücudun belli bölümünün hareketsiz durumu, ağırlık merkezi ve hacim gibi belli fiziksel özellikleri ve boyutlarının belirlenmesinde ergonomik iş alanlarının ve giysilerin tasarımında antropometrik ölçümler esas alınır. Ancak giysi tasarımı için sadece vücut ölçüleri yeterli olmamaktadır. Giysi yapısının belirlenmesinde insan vücuduna hareket kazandıran eklemler ve vücudun dinamik özellikleri önemli faktörlerdendir. Bu ölçülerin alınmasında dinamik antropometriden yararlanılmaktadır. (Gönen vd.,1991:118).

Fonksiyonel vücut ölçülerinin kullanımındaki temel fikir, iş yapılırken vücut uzuvlarının birbiriyle uyum içinde çalışmalarını sağlamaktır. Örneğin, iş yapan bir kişinin erişim uzaklıkları kol uzunluğunun yanında, kısmen de olsa, omuz hareketine ve gövdenin dönebilme ve ileri geri hareket etme özelliğine ve yapılacak işin özelliğine göre değişir. Bu nedenle, bir durum için tasarım yapılırken vücudun çeşitli hareketlerinin dikkate alınması gerekir.

2.2.Büyük Beden Giysi Üretimi

Büyük beden giysi tasarımı, obez insanların modaya uygun işlevsel, estetik ve ergonomik özellik taşıyan giysilere yönelik talepleri hazır giyim üreticileri tarafından fark edilmesi ile büyük gelişme göstermiştir. Bunun sonucunda büyük beden giysi üretimi, tüketici talebinin karşılanması ve pazarın karlılığı bakımından önem kazanmıştır.

Hazır giyim sektöründe ürün portföyü incelendiğinde üretimin çoğunlukla 36-44 bedende yoğunlaştığı görülmektedir. 44 beden ve üzeri büyük benden olarak kabul edilmekte ve daha sınırlı sayıda üretim yapılmaktadır. Oysa şişmanlık konusu başta ABD olmak üzere gelişmiş ülkelerin en büyük problemlerinden biridir.

Günümüzde gelişen teknoloji sonucu hareketlerin azalması ve değişen beslenme alışkanlıkları sonucu şişman kişi sayısında önemli artışlar olmuştur. Bunun sonucunda da büyük beden kullanıcılarının giysi üreticileri için hem Türkiye hem de dünyada büyük ve genişleyen bir pazar oluşturduklarıdır. Bu durumu fark eden firmalar büyük beden üretimlerini arttırmış ya da büyük beden giysi üretmeye başlamışlardır. Ancak yukarda belirtilen sebeplerle büyük beden üreticisi firmaların girmekte oldukları pazardaki müşteriye iyi tanınmaları vücut yapılarını iyi bilmeleri ve beklentilerine doğru cevap vermeleri gerekmektedir. Çünkü büyük beden tüketicilerin en büyük problemi vücut ölçülerine ve modaya uygun kıyafetler bulmaktan zorlanmalarıdır. Yaygın kanının aksine büyük beden normal bedenlerin genişletilmiş hali değildir. Vücut yapılarında ki ve ölçü dağılımlarında ki farklılıklar nedeniyle büyük beden kalıpcılığı ayrı bir uzmanlık gerektirmektedir.

Normal bedenler için hazırlanan kalıp hazırlama sisteminden farklılık göstermektedir. Hazır giyim alanı için, yeni bir uzmanlık alanı olan büyük beden kalıp hazırlama sistemi, öncelikle büyük beden anatomisini bilmeyi gerektirmektedir. Çünkü büyük beden vücut yapısı, normal bedene göre deforme olmuş ve yapısı değişmiş bir vücut özelliği taşımaktadır. Büyük beden kadınları, boyun, sırt, bel, kalça ve karın bölgelerinde normal vücutlara göre farklı bir yapıya sahiptir. Bu nedenle kalıp ta bu özellikler dikkate alınarak ve özel bir yöntem kullanılarak çalışılmaktadır. Hazır giyim piyasasında var olan büyük beden giysi üretimi yapan işletmeler, kendi oluşturdukları ve geliştirdikleri kalıp hazırlama yöntemlerini kullanmaktadırlar.

2.3.Araştırmanın Problemi

Büyük Beden Kadın Giysilerinde Müşterilerin Karşılaştıkları Problemler ve Müşteri Beklentileri

2.4.Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın genel amacı, büyük beden giysi üretimi yapan işletmelerin ve müşterilerinin karşılaştıkları problemleri ve müşteri beklentilerini ortaya koymaktır. Bu genel amaç doğrultusunda aşağıdaki alt amaçlara cevap aranacaktır.

—Büyük beden giysi müşterisinin giysilerin temininde karşılaştığı problemleri belirlemek,

—Büyük beden giysi müşterisinin giysilerin kullanımında karşılaştığı problemleri belirlemek,

—Büyük beden giysi müşterisinin giysilerde aradığı özellikleri belirlemek,

—Büyük beden giysi müşterisinin giysilerde aradığı kumaş ve aksesuar özelliklerini tespit etmek,

—Müşteri beklentilerinin firma üzerine etkisini belirlemek,

2.5.Araştırmanın Önemi

Bu araştırma büyük beden giysi müşterilerini kapsamaktadır. Büyük beden giysi müşterilerinin karşılaştıkları problemleri ve müşteri beklentilerini belirlemek hedeflenmektedir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda müşterilerin yaşadığı sorunların tespiti ve müşteri beklentileri doğrultusunda ürünlerde aranan özelliklerin bulunabilmesi sağlanacaktır.

Büyük beden müşterilerinin kendi vücutlarına uygun rahat ve şık kıyafetler bulabilmesi için üretimden kaynaklanan sorunların giderilmesinde ve müşteri beklentileri doğrultusunda ürünler üretilmesi açısından önemlidir.

Şişmanlık, günümüz toplumunun önemli sorunlarından biridir. Dünya Sağlık Örgütü'nün açıkladığı bilgilere göre dünya nüfusunun altıda birini şişmanların oluşturduğu bilinmektedir. Hareket azlığı ve sağlıksız beslenme sonucunda bu oran giderek artmaktadır. Bu artışlarda giyim sektöründe yeni bir pazarı oluşturmaktadır. Şişmanların kendi vücutlarına uygun kıyafetler bulamaması, büyük beden üretimini geliştirmiştir. Önceleri kendilerine uygun kıyafet bulamamaktan yakınan tüketiciler, bugün kendilerine uygun, modaya uygun, rahat ve şık kıyafetler aramaktadır. Bu konudaki çalışmaların az olması, halen gerekli önemin verilmemesi bu alanda eksikler olmasına sebep olmaktadır. Bu araştırma büyük beden kadın giysilerinde yaşanan problemlerin belirlenmesine yardımcı olması yönünden önemlidir.

Büyük beden müşterilerinin problemlerini araştırarak, büyük beden üreticilerinin geliştirilmesi ve büyük beden müşterisi bayanların memnuniyetlerinin sağlanması için beklentilerin tespit edilmesi üreticilere kıyafetlerin hazırlanmasında yol göstermesi nedeniyle önemlidir.

2.6.Tanımlar

Obezite: vücutta depolanan yağ miktarının çok fazla olması biçiminde tanımlanıyor. Obezite vücudun fiziksel yapısına uymayacak ölçülerde aşırı derecede yağ depolanması sonucunda oluşur.

Ergonomi: fiziksel çevreyi işe olabildiğince uyumlu hale getirme amacıyla, iş ya da görevlerin bilimsel olarak incelenmesi şeklinde tanımlanabilir. Bir başka deyişle ergonomi, işçi ile iş donatımlarının uyumunun incelenmesidir.

Antropometri: bireyler veya gruplar arasında, anatomi, coğrafi bölge ve meslek grupları gibi çeşitli faktörlerden kaynaklanan farklılıkları ve benzerlikleri saptayarak daha geniş bir insan kitlesine uygun tasarımlar yapma imkanı sağlar.

Kalıp: Hazırlanacak giysinin modeline göre, önceden belirlenen ölçülere göre hazırlanan iki boyutlu plan.

Hazır Giyim: Hazır giyim belli ölçülere göre seri halde üretilerek piyasaya sürülen giysiler.

Tasarım: Yaratıcı sürecin kendisi olup, bir faaliyet için gerekli olan eskiz ve planların hazırlanma sürecindeki çalışmalarını kapsar.

2.7.İlgili Yayın ve Araştırmalar

Büyük Beden Giysi Üretiminde karşılaşılan problemlere yönelik literatür araştırması yapılmış, fakat fazla çalışmaya rastlanılmamıştır. Yapılan incelemeler sonucunda, bulunan araştırmalar aşağıda özetlenmeye çalışılmıştır.

40 beden ve üzeri kıyafetler tasarlayıp satan Faik Sönmez, Türkiye’de 25 ile 55 yaşında, 40–56 beden giyinen kadınlar arasında bir araştırma yapmıştır. Araştırmaya katılan kadınlara moda ve alışverişle ilgili sorular sorulmuştur. Araştırma sonucunda, büyük beden giyinen kadınların kıyafetlerde Avrupa’daki gibi bedenlere göre boy alternatifleri olan, terletmeyen kumaşlardan üretilen, beli lastikli, moda renklerde, tadilat gerektirmeyen boyuna çizgili modeller, spor kıyafetler ve pantolonlarda yüksek belli modelleri, tercih ettikleri gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

Yrd. Doç. Songül Kuru ve Öğr. Gör. Lale Sokak’ın yaptıkları “‘Büyük Beden Kadın Vücudu ve Giysi Tasarımı ” isimli araştırma, 30–40 yaş arası kadın tüketicileri karşılaştıkları sorunlara yönelik anket uygulanmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre yüzde 71,7 ile en çok pantolonun ve yüzde 28,2 ile eteğin her zaman tercih edilen giysiler olduğu ortaya çıkmıştır. Büyük beden giyinen kadınların, yüzde 63 oranında pantolon ağ kısmında, yüzde 43,4 oranında bel ve yüzde 39,1 oranında kalça kısmında sorun yaşadıkları belirlenmiştir.

Merkezi ABD’de bulunan Envirosell araştırma şirketinin Avrupa Bürosu Proje Direktörü Cecilia Preti, dünyanın her yerindeki saha çalışmalarında, yılda 50-70 bin alışverişçiyi bire bir izleyerek ve videoya gizlice kaydederek elde ettikleri veri ve gözlemleri bir bilime dönüştürmektedir. Bir mağazadaki soyunma kabini ve kasaların yanlışlıkla potansiyel müşteriyi bile kaçırdığını, soyunma kabinlerinin standart boyutlarda olmasının büyük beden müşterisini hareket etmek için geniş alana ihtiyacı olduğu için olumsuz etkilediğini belirtmektedir.

BÖLÜM III – ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1.Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma ‘‘ Büyük Beden Kadın Giyimlerinde Müşterilerin Karşılaştığı Problemleri ve Müşteri Beklentilerini’’ kapsamaktadır. Büyük beden giysi müşterilerinin karşılaştıkları problemleri ve müşteri beklentilerini belirlemek için yapılmaktadır. Araştırmanın kavramsal çerçevesi literatür tarama yolu ile oluşturulmuş, büyük beden müşterilerinin görüşleri anket uygulanarak öğrenilmiştir. Araştırma anket sonuçlarında elde edilen veriler doğrultusunda yürütülmüştür.

3.2.Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni Ankara ilinde bulunan büyük beden kadın giysi müşterilerinden oluşmaktadır. Araştırmada Ankara’ da bulunan büyük beden kadın müşterileri araştırmanın evreni olarak kabul edilmiştir.

Araştırmanın örneklemini Ankara ilindeki, 44 beden ve üstü 200 büyük beden kadın müşterisi olarak belirlenmiştir.

3.3.Varsayımlar

1- Literatürden ve anket sonuçlarından elde edilen bilgiler güvenilir ve yeterli bilgi verecektir.

2- Araştırmanın örneklerini oluşturan Ankara ili büyük beden müşterilerinin yoğun olduğu bir ildir. Bu nedenle Ankara’da bulunan büyük beden müşterileri araştırmanın evrenini ve örneklemini temsil edecek niteliktedir.

3- Araştırmada yer alan anket sorularının büyük beden müşterileri tarafından doğru cevaplandığı kabul edilmiştir.

4-Büyük beden müşterileri kendilerine uygun kıyafet bulmakta sorun yaşadıkları doğru varsayılmıştır.

3.4.Kapsam ve Sınırlılıklar

Bu araştırma konu olarak, büyük beden kadın giysilerinde müşterilerinin karşılaştığı problemleri ve müşteri beklentileri ile sınırlandırılmış olup büyük bedenlerle ilgili diğer konular araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır.

Bu araştırma, Ankara ilinde yaşayan ve 44 beden ve üstü olan kadınlar ile sınırlandırılmış olup, diğer illerde yaşayan, 44 beden altı olan kadınlar ve erkekler araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır.

Bu araştırma, araştırma kapsamında yer alan büyük beden kadınlara uygulanan anket formu sonucunda elde edilen bulgular ve literatür taraması ile sınırlıdır.

Bu araştırma, Eylül 2007-Mayıs 2008 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

3.5.Veri Toplama ve Analiz Tekniği

Araştırmada büyük beden müşterilerinde karşılaşılan problemleri ve müşteri beklentilerini belirlemek için, araştırmanın örneklem grubunu oluşturan müşterilerine anketler uygulanmıştır.

Anket formunu hazırlamak üzere öncelikle Literatür taraması yapılmıştır. Literatür taramasına ek olarak, büyük beden müşterilerle görüşülerek yaşanan sorunlar üzerine bir ön çalışma yapılmıştır. Araştırma verilerinin toplanmasında araştırmacı tarafından hazırlanan anket formu kullanılmıştır.

Anketler uygulanıp, veriler toplandıktan sonra istatistiksel analizler için SPSS 15.0 paket programı kullanılmış ve sonuçlar yüzde tablolarıyla gösterilmiştir. Tablolar Microsoft Word 2003'de hazırlanmış ve yorumlanmıştır.

BÖLÜM -IV BULGULAR

Büyük beden kadın giyiminde müşterilerin karşılaştığı problemleri ve müşteri beklentilerini belirlemek amacıyla yapılan araştırmada, bulgular 6 başlık altında ele alınmıştır.

Bu başlıklar;

- 1- Araştırma kapsamına giren büyük beden müşterileriyle ilgili bulgular,
- 2- Büyük beden giysi müşterilerinin giysilerin temininde karşılaştığı problemlerle ilgili bulgular,
- 3- Büyük beden giysi müşterilerinin giysilerin kullanımında karşılaştığı problemlerle ilgili bulgular,
- 4- Büyük beden giysi müşterilerinin giysilerde aradığı özelliklerle ilgili bulgular,
- 5- Büyük beden giysi müşterilerinin giysilerde aradığı kumaş ve aksesuar özelliklerle ilgili bulgular,
- 6- Büyük beden giysi müşterisinin üretici firmalardan beklentileriyle ilgili bulgular,

Olarak belirlenmiştir.

4.1.Araştırma Kapsamına Giren Büyük Beden Müşterileriyle İlgili Genel Bulgular

Bu bölümde araştırma kapsamına giren büyük beden kadınlarla ilgili genel bulgulara yer verilmiştir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin yaş gruplarına göre dağılımı Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3-Büyük Beden Giysi Müşterilerinin Yaş Gruplarının Dağılımı

YAŞ	f	%
20-25 Yaş arası	29	14,5
26-30 Yaş arası	24	12,0
31-35 Yaş arası	25	12,5
36-40 Yaş arası	30	15,0
41-45 Yaş arası	33	16,5
46-50 Yaş arası	20	10,0
51-55 Yaş arası	20	10,0
56-üzeri Yaş arası	19	9,5
TOPLAM	200	100

n=200

Tablo 3 incelendiğinde araştırmaya katılan 200 büyük beden müşterisinden 29 kişinin 20-25 yaş arası, 24 kişinin 26-30 yaş arası, 25 kişinin 30-35 yaş arası, 30 kişinin 36-40 yaş arası, 33 kişinin 41-45 yaş arası, 20 kişinin 46-50 yaş arası, 20 kişinin 51-55 yaş arası, 19 kişinin 56 ve üzeri yaş arası olduğu görülmektedir.

Tablo 3 incelendiğinde %16,50 oranıyla en çok büyük beden müşterisinin 41-45 yaş aralığında, en az ise %9,50 oranıyla 56 ve üzeri yaş aralığında olduğu görülmektedir.

Yaş dağılımlarına bakıldığında, genç büyük beden giysi ihtiyacının fazla olduğu söylenebilir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin öğrenim durumlarına göre dağılımı Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4-Büyük Beden Müşterilerin Öğrenim Durumlarının Dağılımı

EĞİTİM	f	%
İlkokul	55	27,5
Ortaokul	30	15,0
Lise	65	32,5
Üniversite	44	22,0
Yüksek Lisans	6	3,0
TOPLAM	200	100

n=200

Tabla 4 incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden müşterilerinin %32,50’sini lise mezunları , %27,50’sini ilkokul mezunları , %22’sini üniversite mezunları , %15,00’ini ortaokul mezunları ve %3,00’ünü yüksek lisans mezunları oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan büyük beden giysi müşterilerinin eğitim durumlarına bakıldığında en fazla lise mezunlarının olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin meslek durumlarına göre dağılımı Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5-Büyük Beden Kadınların Meslek Gruplarına Göre Dağılımı

MESLEK	f	%
Ev Hanımı	97	48,5
Memur	43	21,5
Özel Sektör	38	19,0
Serbest Meslek	13	6,5
Öğrenci	9	4,5
TOPLAM	200	100

n=200

Tablo 5 incelediğinde araştırmaya katılan büyük beden müşterilerin %48,5'inin ev hanımı,%21,5'inin memur, %19'unun özel sektörde çalışan, %6,5'inin serbest meslekte çalışan ve %4,5'inin öğrenci olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan büyük beden müşterilerinin en çok ev hanımlarından, en az öğrencilerden oluştuğu belirlenmiştir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin üst grup(üst beden giysi) beden numaralarına göre dağılımı Tablo 6'de verilmiştir.

Tablo 6-Büyük Beden Kadınların Üst Grup Beden Numaralarına Göre Dağılımı

BEDEN	f	%
44	80	40,0
46	42	21,0
48	27	13,5
50	25	12,5
52	12	6,0
54 ve üzeri	14	7,0
TOPLAM	200	100

n=200

Tablo 6 incelendiğinde araştırmaya katılan müşterilerin %40'ının üst grupta 44 beden, %21'inin 46 beden, %13,5'inin 48 beden, %12,5'inin 50 beden ve %7'sinin 54 beden ve üzeri olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan müşterilerde 52-54 beden ve üzerindeki bedenlerde az sayıda müşteri olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin alt grup(alt beden giysi) beden numaralarına göre dağılımı Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7-Büyük Beden Kadınların Alt Grup Beden Numaralarına Göre Dağılımı

BEDEN	f	%
44	67	33,5
46	40	20,0
48	34	17,0
50	15	7,5
52	31	15,5
54 ve üzeri	13	6,5
TOPLAM	200	100

n=200

Tablo 7 incelendiğinde araştırmaya katılan müşterilerin %33,5'inin alt grupta 44 beden, %20'sinin 46 beden, %17'sinin 48 beden, %7,5'inin 50 beden , %15,5'inin 52 beden ve %6,5'inin 54 beden ve üzeri olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan müşterilerin alt grupta en çok 44 bedenlilerden oluştuğu görülmektedir.

4.2.Büyük Beden Giysi Müşterisinin Giysilerin Temininde Karşılaştığı Problemlerle İlgili Bulgular

Bu bölümde araştırma kapsamına giren büyük beden kadınların giysilerinin temininde karşılaştıkları problemlere yer verilmiştir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin kıyafetlerini temin etme yollarının dağılımı Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8-Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerini Temin Etme Yollarının Dağılımı

Kıyafetlerini Temin Etme Yolları	f	%
Diktirenler	9	4,5
Hazır Alanlar	102	51,0
Bazen Diktirip, Bazen Hazır Alanlar	89	44,5
TOPLAM	200	100

n=200

Tablo 8 incelendiğinde büyük beden kadınların %51’inin kıyafetlerini hazır aldıkları görülmektedir. Büyük beden kadınların %44,5’inin kıyafetlerini hem hazır giyim ürünlerini alarak hem de terzilere diktirerek temin ettikleri görülmektedir. Ankete katılan 9 kişinin hazır giyim ürünleri kullanmadıkları, bunun sebebinin de vücut yapılarının standartlara uymamasından kaynaklandığı öğrenilmiştir.

Araştırmaya katılan büyük beden müşterilerinin kıyafetlerini hazır giyim ürünlerini alarak temin ettikleri anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin tercih ettikleri kıyafetlerde giysi seçimlerini etkileyen faktörlerin dağılımı Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9-Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Kıyafetlerde Giysi Seçimini Etkileyen Faktörler

Giysi Seçimini Etkileyen Faktörler	Evet, Tercih Ediyorum		Hayır Tercih Etmiyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Rahatlık	161	80,5	39	19,5	200	100
Şıklık	113	56,5	87	43,5	200	100
Ergonomi	41	20,5	159	79,5	200	100
Modaya Uygunluk	64	32,0	136	68,0	200	100
Bedeninize Uygunluk	126	63,0	74	37,0	200	100
<i>Diğer</i>	200	100	200	100	200	100

n=200

Tablo 9 incelendiğinde büyük beden kadınların giysi seçiminde %80,5'inin rahatlığı, %63'ünün bedenine uygun olanı, %56,5'inin şıklığı, %32'sinin modaya uygun olanı ve %20,5'inin ergonomik olanı tercih ettikleri görülmektedir.

Büyük beden kadınların giysi seçiminde en çok rahatlığa önem verdikleri görülmektedir. Araştırmaya katılan büyük beden kadınların bedenlerine uygun ve şık kıyafetleri tercih ettikleri anlaşılmaktadır.

Modaya uygunluk ve ergonominin daha az önem verilen etkenlerden olduğu görülmektedir. Ergonomiye önem verilmemesinin sebebinin; ergonominin anlamının bilinmemesinden kaynaklandığı söylenebilir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin ihtiyaçlarına uygun kıyafet bulabilme durumlarının dağılımı Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10-Büyük Beden Kadınların İhtiyaçlarına Uygun Kıyafetlerin Bulabilme Durumları

Kıyafetleri Bulabilme Durumları	f	%
Evet, Bulabiliyorum	94	47,0
Hayır, Bulamıyorum	33	16,5
Bulabiliyorum ama Tadilat Yaptırıyorum	73	36,5
TOPLAM	200	100

n=200

Tablo 10 incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden kadınların %47'sinin ihtiyaçlarını karşılayacak kıyafetler bulamadıkları, %36,5'inin de aldıkları kıyafetlerde tadilat yaptırdıkları ve % 16,5'inin ihtiyaçlarına uygun kıyafet bulamadıkları görülmektedir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin tercih ettikleri kıyafet türlerinin temininde zorluk çektikleri kıyafetlerin dağılımı Tablo 11'de verilmiştir.

**Tablo 11-Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Kıyafet Türlerinin
Temininde Zorluk Çektikleri Kıyafetlerin Dağılımı**

Kıyafet Türleri	Evet, Bulmakta Zorlanıyorum		Hayır, Bulmakta Zorlanmıyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Etek	53	26,5	147	73,5	200	100
Pantolon	81	40,5	119	59,5	200	100
Gömlek	49	24,5	151	75,5	200	100
Bluz	37	18,5	163	81,5	200	100
Ceket	53	26,5	147	73,5	200	100
Elbise	34	17,0	166	83,0	200	100
Kaban	33	16,0	167	83,5	200	100
<i>Hiçbiri</i>	44	22,0	156	78,0	200	100

n=200

Tablo 11 incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden müşterilerinin tercih ettikleri kıyafet türlerinden %40,5'inin pantolon, %26,5'inin etek,%24,5'inin gömlek,%26,5'inin ceket, %18,5'inin bluz, %17'sinin elbise ve %16'sının kaban bulmakta zorluk çektikleri,%22'sinin ise istediği her türde kıyafet bulabildikleri görülmektedir.

Büyük beden kadınların en çok pantolon bulmakta zorluk çektiği görülmektedir. Ayrıca etek, ceket ve gömlek temininde de zorluk çektikleri görülmektedir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin tercih ettikleri modellerde kendilerine uygun kıyafet türlerinin temininde zorluk çektikleri kıyafetlerin dağılımı Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12-Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Modellerde Kendilerine Uygun Kıyafet Türlerinin Temininde Zorluk Çektikleri Kıyafetlerin Dağılımı

Kıyafet Türleri	f	%
Etek	47	23,5
Pantolon	61	30,5
Gömlek	25	12,5
Ceket	22	11,0
Abiye	35	17,5
Hiçbiri	10	5,0
TOPLAM	200	100

n=200

Tablo 12 incelendiğinde büyük beden kadınları %30,5'inin istedikleri modelde kendilerine uygun pantolon bulamadıkları, %23,5'inin istedikleri modelde etek, %17,5'inin istedikleri modelde abiye, %12,5'inin istedikleri modelde gömlek ve %11'inin istedikleri modelde ceket bulamadıkları görülmektedir.

Ayrıca araştırmaya katılan müşterilerin %5'inin istediği modelde her kıyafeti bulabildiği görülmektedir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin alış-veriş sırasında mağazalarda karşılaştıkları problemlerin dağılımı Tablo 13'de verilmiştir.

Tablo 13-Büyük Beden Kadınların Alışveriş Sırasında Mağazalarda Karşılaştıkları Problemlerin Dağılımı

Problemler	Evet, Problem Yaşıyorum		Hayır, Problem Yaşamıyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Büyük Beden Kıyafetlerde Model Çeşidi Az	103	51,5	97	48,5	200	100
İslediğim Modelde Bedenime Göre Kıyafet Bulamıyorum	87	43,5	113	56,5	200	100
Kıyafetlerde Bedenler Birbirini Tutmuyor	33	16,5	167	83,5	200	100
Beğendiğim Kıyafetlerde Renkler Kısıtlı	68	34,0	132	66,0	200	100
İstediğim Kumaşlarda Bedenime Uygun Kıyafet Bulamıyorum	54	27,0	146	73,0	200	100
Kabinler Çok Dar	45	22,5	155	77,5	200	100
<i>Diğer</i>	0	0	200	100	200	100

n=200

Tablo 13 incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden kadınların %51,5'sinin en büyük problemi mağazalardaki büyük beden kıyafetlerindeki çeşitlerin azlığı olduğu görülmektedir. %43,5'inin istedikleri modelde bedenlerine uygun kıyafet bulamadığı, %34,0'ünün beğendiği kıyafetlerdeki renklerin kısıtlı olduğu, %27,0'sinin ise istediği kumaşta kıyafet bulamadığı ve %22,5'inin mağazalardaki kabinlerin darlığından şikayetçi olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan büyük beden kadınların alışveriş sırasında mağazalardaki modellerin azlığından şikayetçi olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin mağazalardaki büyük beden kıyafetlerin yeterlilik durumlarına göre dağılımı Tablo 14'de verilmiştir.

**Tablo 14-Büyük Beden Satan Mağazalardaki Büyük Beden Kıyafetlerin
Yeterlilik Durumlarının Dağılımı**

Kıyafetlerin Yeterlilik Durumları	f	%
Evet, Yeterli Buluyorum	21	10,5
Hayır, Yetersiz Buluyorum	98	49,0
Kısmen Yeterli Buluyorum	81	40,5
TOPLAM	200	100

n=200

Araştırmaya katılan büyük beden kadınların %49,0'unun mağazalardaki kıyafetleri yetersiz bulduğu, %40,5'inin kısmen aradığı kıyafeti bulduğu ve %10,5'inin ise mağazalardaki kıyafetleri yeterli bulduğu anlaşılmıştır.

Tablodaki sonuçlara göre; büyük beden kadınların %90'a yakınının mağazalarda aradığını bulamadığı bunun sebebinin ise büyük beden üretimindeki yetersizlik olduğu söylenebilir.

4.3.Büyük Beden Giysi Müşterisinin Giysilerin Kullanımında Karşılaştığı Problemlerle İlgili Bulgular

Bu bölümde araştırma kapsamına giren büyük beden kadınların giysilerinin kullanımında karşılaştıkları problemlere yer verilmiştir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin kıyafetlerde yaşadıkları şikayetlerin dağılımı Tablo 15’de verilmiştir.

Tablo 15-Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerde Yaşadıkları Şikayetlerin Dağılımı

Kıyafetlerde Yaşadıkları Şikâyetler	Evet, Şikâyet Ediyorum		Hayır, Şikâyet Etmiyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Modeller Kısıtlı	149	74,5	51	25,5	200	100
Vücuduma Uyum Sağlamıyor	75	37,5	125	62,5	200	100
Kıyafetler Ergonomik Değil	49	24,5	151	75,5	200	100
Kıyafetler Modaya Uygun Değil	42	21,0	158	79,0	200	100
Diğer	9	4,5	191	95,5	200	100

n=200

Tablo 15 incelendiğinde büyük beden kadınların kıyafetlerde en çok model kısıtlılığından şikayetçi olduğu görülmektedir.

Tablodaki verilere göre büyük beden kadınların model kısıtlılığından sonra sırasıyla kıyafetlerin vücuda uyum sağlaması, ergonomik olmaması ve modaya uygun olmamasından şikayetçi olunduğu görülmektedir

Tabloda diğer şikkını işaretleyen 9 kişinin kıyafetlerin her yerde bulamamaktan ve fiyatların yüksek olmasından şikayetçi oldukları anlaşılmıştır.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin kıyafetlerde yaptırdıkları tadilatlarla ilgili tutumların dağılımı Tablo 16’da verilmiştir.

Tablo 16-Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerde Yaptırdıkları Tadilatlarla İlgili Tutumları

Yaptırdıkları Tadilatla İlgili Tutumları	f	%
Evet, Tadilat Yaptırıyorum	52	26,0
Hayır, Tadilat Yaptırmıyorum	35	17,5
Bazen Tadilat Yaptırıyorum	113	56,5
TOPLAM	200	100

n=200

Tablo 16 incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden kadınların %56,5’inin aldığı kıyafetlerde bazen tadilat yaptırdığı, %26’sının aldığı kıyafetlerde tadilat yaptırdığı ve %17,5’inin aldığı kıyafetlerde tadilat yaptırmadığı görülmektedir.

Araştırmaya katılan büyük beden kadınların %80’den fazlasının satın aldıkları kıyafetlerde tadilat yaptırdığı görülmektedir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin kıyafetlerde yaptırdıkları tadilat yerleriyle ilgili durumlarının dağılımı Tablo 17’da verilmiştir.

Tablo 17- Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerde Yaptırdıkları Tadilat Yerleriyle İlgili Durumları

Tadilat Yaptırdıkları Yerler	Evet, Tadilat Yaptırıyorum		Hayır, Tadilat Yaptırmıyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Göğüs Çevresi	46	23,0	154	77,0	200	100
Bel Çevresi	89	44,5	111	55,5	200	100
Kalça Çevresi	69	34,5	131	65,5	200	100
Kol Oyuntusu	28	14,0	172	86,0	200	100
Kol Genişliği	36	18,0	164	82,0	200	100
Pantolonlarda Ağ Oyuntusu	53	26,5	147	73,5	200	100
Yaka Çevresi	11	5,5	189	94,5	200	
Pens ve Kuplarda	41	20,5	159	79,5	200	100

n=200

Tablo 17 incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden kadınların %44,5'inin bel çevresinde tadilat yaptırdığı anlaşılmaktadır. %34,5'inin kalça çevresinde, %26,5'inin pantolonların ağ oyuntusunda, %23,0'ünün göğüs çevresinde, %20,5'inin pens ve kuplarda, %18'inin kol genişliğinde, %14'ünün kol oyuntusunda ve %5,5'inin yaka çevresinde tadilat yaptırdığı görülmektedir.

Araştırma kapsamındaki büyük beden kadınların en çok bel çevresinde, en az yaka çevresinde tadilat yaptırdığı görülmektedir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin kıyafetlerin kullanımında yıpranan bölgelerin dağılımı Tablo 18'de verilmiştir.

Tablo 18 - Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerinin Kullanımında Yıpranan Bölgelerin Dağılımı

Yıpranan Bölgeler	Evet, Yıpranma Oluyor		Hayır, Yıpranma Olmuyor		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Yaka Çevresi	39	19,5	161	80,5	200	100
Koltuk Altı	69	34,5	131	65,5	200	100
Kol Ağzı	47	23,5	153	76,5	200	100
Ağ Oyuntusu	114	57,0	86	43,0	200	100
Diz kapağı ve Dirsekler	85	42,5	115	57,5	200	100
Diğer	0	0	200	100	200	100

n=200

Tablo 18 incelendiğinde araştırmaya katılan kadınların kullandıkları kıyafetlerde %57'sinin ağ oyuntusunda, %42,5'inin diz kapağı ve dirseklerde, %34,5'inin koltuk altında, %23,5'inin kol ağzında ve %19,5'inin yaka çevresinde yıpranma problemiyle karşılaştığı görülmektedir.

Büyük beden kadınların en çok pantolonlarda ağ oyuntusunda yıpranmadan şikayetçi olduğu görülmektedir. Diz kapağı, dirsekler ve koltuk altında da yıpranma şikayetinin çok olduğu görülmektedir. Tablodaki sonuçlara bakıldığında vücutta eklem bölgelerinde, fazla kiloların etkisiyle sürtünmeden kaynaklanan yıpranmalar oluştuğu söylenebilir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin kıyafetlerin kullanımı süresince karşılaştıkları sorunların dağılımı Tablo 19'da verilmiştir.

Tablo 19- Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerinin Kullanımı Süresince Karşılaştıkları Sorunların Dağılımı

Karşılaşılan Sorunlar	Evet, Sorun Yaşıyorum		Hayır, Sorun Yaşamıyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Giysiler Çok Kırışıyor	54	27,0	146	73,0	200	100
Kumaşlarda Tüyenme Oluyor	125	62,5	75	37,5	200	100
Dikişler Sökülüyor	99	49,5	101	50,5	200	100
Fermuarlar Bozuluyor	89	44,5	111	55,5	200	100
Kumaşlar Deforme Oluyor	83	41,5	117	58,5	200	100
Kullanılan Aksesuarlar Dökülüyor	55	27,5	145	72,5	200	100
<i>Diğer</i>	2	1,0	198	99,0	200	100

n=200

Tablo 19 incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden müşterilerinin kıyafetleri kullanım süresince %62,5'inin kıyafetlerde tüyenme, %49,5'inin dikişlerin sökülmesi, %44,5'inin fermuarların bozulması, %41,5'inin kumaşlarda deforme olması, %27,5'inin kıyafetlerde kullanılan aksesuarların dökülmesi ve %27'sinin kıyafetlerin kırışması sorunlarıyla karşılaştıkları görülmektedir.

Büyük beden kadınların kıyafetlerin kullanımı süresince en çok tüyenmeden kaynaklanan sorunlar yaşadıkları anlaşılmaktadır. Dikişlerin sökülmesi fermuarların bozulması, kumaşların deforme olmasının da sık rastlanan sorunlar arasında olduğu görülmektedir.

4.4.Büyük Beden Giysi Müşterisinin Giysilerde Aradığı Özelliklerle İlgili Bulgular

Bu bölümde araştırma kapsamına giren büyük beden kadınların giysilerde aradığı özelliklere yer verilmiştir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin giyim tarzlarına göre dağılımı Tablo 20’de verilmiştir.

Tablo 20-Büyük Beden Kadınların Giyim Tarzına Göre Dağılımı

GİYİM TARZI	f	%
Klasik Giyim	81	40,5
Spor Giyim	39	19,5
Fantezi Giyim	11	5,5
Hepsi	69	34,5
TOPLAM	200	100

n=200

Tablo 20 incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden müşterilerinin %40,5’inin klasik giyimi, %19,5’inin spor giyimi, %5,5’inin fantezi giyimi tercih ettikleri ve %34,5’inin de yerine göre her tarz giyim tarzını kullandığı ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılan büyük beden kadın müşterilerin en çok klasik giyimi tercih ettikleri anlaşılmıştır.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin giysi tarzına uygun kıyafet bulabilme durumlarının dağılımı Tablo 21’de verilmiştir.

Tablo 21-Büyük Beden Kadınların Giysi Tarzına Uygun Kıyafetleri Bulabilme Durumları

KIYAFETLERİ BULABİLME DURUMLARI	f	%
Evet, Bulabiliyorum	79	39,5
Hayır, Bulamıyorum	44	22,0
Kısmen Bulabiliyorum	77	38,5
TOPLAM	200	100

n=200

Tablo 21 incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden müşterilerinin %39,5'inin giyim tarzına uygun kıyafet bulabildiği, %22'sinin bulamadığı ve %38,5'inin kısmen bulabildiği görülmektedir.

Araştırmaya katılan müşterilerden %22'si dışındaki müşterilerin giyim tarzına uygun kıyafet bulabildiği anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin ev ortamında giymeyi tercih ettikleri kıyafetlerin dağılımı Tablo 22'de verilmiştir.

Tablo 22-Büyük Beden Kadınların Ev Ortamında Giymeyi Tercih Ettikleri Kıyafet Türlerinin Dağılımı

Ev Ortamında Tercih Edilen Kıyafet Türleri	Evet, Tercih Ediyorum		Hayır Tercih Etmiyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Lastikli Bol Etekler	64	32,0	136	68,0	200	100
Eşofman	143	71,5	57	28,5	200	100
T-Shirt	83	41,5	117	58,5	200	100
Gömlek	25	12,5	175	87,5	200	100
Bluz	69	34,5	131	65,5	200	100
Elbise	32	16,0	168	84,0	200	100
Pantolon	43	21,5	157	78,5	200	100
Diğer	1	0,5	199	99,5	200	100

n=200

Tablo 22 incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden kadınların ev ortamında %71,5'inin eşofman, %41,5'inin t-shirt, %34,5'inin bluz, %32'sinin lastikli bol etek, %21,5'inin pantolon, %16'sının elbise ve %12,5'inin gömlek giymeyi tercih ettikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılan büyük beden müşterilerinin evde en çok eşofman giymeyi tercih ettikleri görülmektedir. T-shirt, bluz ve lastikli bol etekte evde tercih edilen kıyafet olarak belirlenmiştir.

Tabloya bakıldığında evde en az tercih edilen kıyafetlerin pantolon, elbise ve gömlek olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin işte ve dışarıda giymeyi tercih ettiği kıyafetlerin dağılımı Tablo 23'da verilmiştir.

Tablo 23-Büyük Beden Kadınların İşte ve Dışarıda Giymeyi Tercih Ettikleri Kıyafet Türlerinin Dağılımı

İşte ve Dışarıda Tercih Edilen Kıyafet Türleri	Evet, Tercih Ediyorum		Hayır Tercih Etmiyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Etek	133	66,5	67	33,5	200	100
Pantolon	117	58,5	83	41,5	200	100
Eşofman	19	9,5	181	90,5	200	100
Tayt	10	5,0	190	95,0	200	100
T-Shirt	47	23,5	153	76,5	200	100
Gömlek	85	42,5	115	57,5	200	100
Bluz	106	53,0	94	47,0	200	100
Elbise	51	25,5	149	74,5	200	100
Takım Elbise	41	20,5	159	79,5	200	100
Diğer	0	0	200	100	200	100

n=200

Tablo 23 incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden kadınların işte ve dışarıda %66,5'inin etek, %58,5'inin pantolon, %9,5'inin eşofman, %5'inin tayt,

%23,5'inin t-shirt, %42,5'inin gömlek, %53'ünün bluz, %25,5'inin elbise ve %20,5'inin takım elbise giymeyi tercih ettiği anlaşılmıştır.

Büyük beden kadınlarda işte ve dışarıda etek, pantolon, gömlek ve bluzun tercih edilen kıyafetler olduğu, eşofman ve taytın fazla tercih edilmediği görülmektedir.

Tablo 22 ve Tablo 23 karşılaştırıldığında; evde tercih edilmeyen pantolon ve gömleğin işte ve dışarıda en çok tercih edilen kıyafetler olduğu anlaşılmıştır.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi seçimini etkileyen faktörlerin dağılımı Tablo 24'de verilmiştir.

Tablo 24-Büyük Beden Kadınların Giysi Seçimini Etkileyen Faktörlerin Dağılımı

Giysi Seçimini Etkileyen Faktörler	Evet, Tercih Ediyorum		Hayır Tercih Etmiyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Modaya Uygun Olması	52	26,0	148	74,0	200	100
Vücut Yapısına Uygun Olması	131	65,5	69	34,5	200	100
Yaşına Uygun Olması	108	54,0	92	46,0	200	100
Giyim Tarzına Uygun Olması	101	50,5	99	49,5	200	100
Sevdiği Renklerde Olması	70	35,0	130	65,0	200	100
Fiyatının Uygun Olması	107	53,5	93	46,5	200	100
Rahat Olması	109	54,5	91	45,5	200	100
Diğer	0	0	200	100	200	100

n=200

Tablo 24 incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden kadınların giysi seçiminde %26'sının modaya uygun, %65,5'inin vücut yapısına uygun, %54'ünün yaşına uygun, %50,5'inin giyim tarzına uygun,%35'inin sevdiği renklerde, %53,5'inin fiyatı uygun ve %54,5'inin rahat olan kıyafetleri tercih ettiği görülmektedir.

Tabloya göre büyük beden müşterilerinin giysi seçiminde vücut yapısına ve yaşa uygun giyim tarzlarını yansıtan, rahat ve fiyatı uygun kıyafetlere önem verdikleri söylenebilir.

Büyük beden müşterilerinin giysi seçiminde en çok vücut yapısına uygun olan kıyafetleri seçtikleri görülmektedir.

Kıyafet seçimini en az etkileyen faktörün modaya uygunluk olduğu görülmektedir. Anketler sırasında yapılan görüşmelerde bunun nedeninin seçeneklerin azlığından ve kendilerine uygun kıyafetler bulmanın daha öncelikli olduğu anlaşılmıştır.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin kıyafetlerde tercih ettikleri renklerin dağılımı Tablo 25’de verilmiştir.

Tablo 25-Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerde Tercih Ettikleri Renklerin Dağılımı

Tercih Edilen Renkler	f	%
Modaya Uygun Renkler	92	46,0
Açık Renkler	15	7,5
Koyu Renkler	71	35,5
Boş Bırakanlar	22	11,0
TOPLAM	200	100

n=200

Araştırmaya katılan 200 büyük beden müşterisinin 92’sinin kıyafetleri de modaya uygun renkleri tercih ettikleri, 71 kişinin de koyu renkleri, 15 kişinin açık renkleri tercih ettikleri, 22 kişinin bu konuda tercih belirtmediği görülmektedir.

Araştırmaya katılan büyük beden kadınların modaya uygun renklerdeki kıyafetleri giymek istediklerini ve koyu renkleri de zayıf gösterdiği için tercih ettiklerini söyleyebiliriz.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin tercih ettikleri etek modellerinin dağılımı Tablo 26’da verilmiştir.

Tablo 26-Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Etek Modellerinin Dağılımı

Etek Modelleri	Evet, Tercih Ediyorum		Hayır Tercih Etmiyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Lastikli Bol Etekler	71	35,5	129	64,5	200	100
Kemerli Düz Dar Etekler	84	42,0	116	58,0	200	100
Pilili-Pili Kaşeli Etekler	78	39,0	122	61,0	200	100
Parçalı Bol Etekler	69	34,5	131	65,5	200	100
<i>Diğer</i>	2	1,0	198	99,0	200	100

n=200

Tablo 26 incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden kadınların %35,5’inin lastikli bol etekleri,%42’sinin kemerli düz dar etekleri, %39’unun pilili-pili kaşeli etekleri ve %34,5’inin parçalı bol etekleri tercih ettikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılan büyük beden kadınların en çok kemerli düz dar etekleri tercih ettikleri görülmüştür.

Ankete katılan büyük beden müşterilerden diğer şikkını işaretleyen 2 kişinin de anvelop etek tercih ettiği öğrenilmiştir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin tercih ettikleri pantolon modellerinin dağılımı Tablo 27’de verilmiştir.

Tablo 27-Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Pantolon Modellerinin Dağılımı

Pantolon Modelleri	Evet, Tercih Ediyorum		Hayır Tercih Etmiyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Lastikli Bol Pantolonlar	50	25,0	150	75,0	200	100
Klasik Pantolonlar	90	45,0	110	55,0	200	100
Pantolon Etekler	50	25,0	150	75,0	200	100
Likralı Dar Pantolonlar	43	21,5	157	78,5	200	100
<i>Diğer</i>	0	0	200	100	200	100

n=200

Tablo 27 incelendiğinde büyük beden kadınların %45'inin klasik pantolonları , % 25'inin lastikli bol pantolonları, %25'inin pantolon etekleri ve %21,5'inin de likralı dar pantolonları tercih ettikleri görülmektedir.

Lastikli bol pantolonların ve pantolon eteklerinde ankete katılan kadınların tercih ettikleri modellerden oldukları görülmektedir. En az tercih edilen modelin likralı dar pantolon olduğu ortaya çıkmıştır.

Büyük beden kadınların kilolarını gizlemek ve rahat etmek için bol modelleri tercih ettikleri söylenebilir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin tercih ettikleri gömlek modellerinin dağılımı Tablo 28'de verilmiştir.

Tablo 28-Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Gömlek Modellerinin Dağılımı

Gömlek Modelleri	Evet, Tercih Ediyorum		Hayır Tercih Etmiyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Yakalı-Manşetli Gömlekler	102	51,0	98	49,0	200	100
Yakasız-Manşetsiz Gömlekler	44	22,0	156	78,0	200	100
Vücuda Oturan Gömlekler	42	21,0	158	79,0	200	100
Spor Gömlekler	95	47,5	105	52,5	200	100
Diğer	1	0,5	199	99,5	200	100

n=200

Tablo 28 incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden kadınların %51'inin yakalı-manşetli gömlek modellerini, %47,5'inin spor gömlek modellerini, %22'sinin yakasız-manşetsiz gömlek modellerini ve %21'inin de vücuda oturan gömlek modellerini tercih ettikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılan büyük beden kadınların en çok yakalı-manşetli gömlekleri tercih ettikleri, vücuda oturan gömlek modellerinin büyük beden kadınlar tarafından fazla tercih edilmediği ve bunun sebebinin de vücut hatlarını belli eden modelleri tercih etmedikleri söylenebilir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin tercih ettikleri ceket modellerinin dağılımı Tablo 29'da verilmiştir.

Tablo 29-Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Ceket Modellerinin Dağılımı

Ceket Modelleri	Evet, Tercih Ediyorum		Hayır Tercih Etmiyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Klasik Ceketler	100	50,0	100	50,0	200	100
Dar Kesim Ceketler	47	23,5	153	76,5	200	100
Spor Ceketler	75	37,5	125	62,5	200	100
Diğer	6	3,0	194	97,0	200	100

n=200

Tablo 29 incelendiğinde büyük beden kadınların %50'sinin klasik ceketleri, %37,5'inin spor ceketleri tercih ettikleri, %23,5'inin de dar kesim ceketlerin tercih ettikleri görülmektedir.

Ankete katılan büyük beden kadın müşterilerin yarısının klasik ceketleri tercih ettikleri görülmektedir.

Ankete katılan büyük beden kadınların %3'ünü oluşturulan diğer şikkını işaretleyen müşterilerin uzun ceketleri tercih ettikleri ayrıca anket uygulamaları sırasında spor ceketleri işaretleyenlerin büyük bir kısmının da uzun ceketleri kastettikleri anlaşılmıştır.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin tercih ettikleri elbise modellerinin dağılımı Tablo 30'da verilmiştir.

Tablo 30-Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Elbise Modellerinin Dağılımı

Elbise Modelleri	Evet, Tercih Ediyorum		Hayır Tercih Etmiyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Bol Kesimli Elbiseler	72	36,0	128	64,0	200	100
Vücuda Oturan Kuplu Elbiseler	60	30,0	140	70,0	200	100
Elbise Kullanmıyorum	77	38,5	123	61,5	200	100
Diğer	1	0,5	199	99,5	200	100

n=200

Tablo 30 incelendiğinde ankete katılan büyük beden kadınların %38,5'inin elbise kullanmadığı görülmektedir. Ankete katılan büyük beden kadınların %36'sının bol kesimli elbiseleri, %30'unun da vücuda oturan kulplu elbiseleri tercih ettikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılan büyük beden kadınlarda elbise kullanımının fazla olmadığı anlaşılmıştır.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin tercih ettikleri abiye modellerinin dağılımı Tablo 31’de verilmiştir.

Tablo 31-Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Abiye Modellerinin Dağılımı

Abiye Modelleri	Evet, Tercih Ediyorum		Hayır Tercih Etmiyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Bol Kesimli Modeller	46	23,0	154	72,0	200	100
Vücuda Oturan Dar Kesimli Modeller	42	21,0	158	79,0	200	100
Tek Parça Kuplu Elbiseler	46	23,0	154	77,0	200	100
İki Parçalı Elbiseler	102	51,0	98	49,0	200	100
<i>Diğer</i>	0	0	200	100	200	100

n=200

Tablo 30 incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden kadınların %51’inin iki parçalı abiyeleri , %23’ünün bol kesimli abiyeleri, %23’ünün tek parçalı kuplu abiyeleri ve %21’inin vücuda oturan dar kesimli abiyeleri tercih ettikleri görülmektedir.

İki parçalı abiye modellerinin büyük beden kadınlar tarafından en fazla tercih edilen model olduğu, vücuda oturan dar kesimli modellerin ise en az tercih edilen modeller olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin tercih ettikleri kıyafetlerde giysi seçimlerini etkileyen faktörlerin dağılımı Tablo 32’de verilmiştir.

Tablo 32-Büyük Beden Kadınların Tercih Ettikleri Kıyafetlerde Giysi Seçimini Etkileyen Faktörler

Giysi Seçimini Etkileyen Faktörler	Evet, Tercih Ediyorum		Hayır Tercih Etmiyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Rahatlık	161	80,5	39	19,5	200	100
Şıklık	113	56,5	87	43,5	200	100
Ergonomi	41	20,5	159	79,5	200	100
Modaya Uygunluk	64	32,0	136	68,0	200	100
Bedeninize Uygunluk	126	63,0	74	37,0	200	100
<i>Diğer</i>	0	0	200	100	200	100

n=200

Tablo 32 incelendiğinde büyük beden kadınlar, giysi seçiminde % 80,5'i rahat olmasını, %56,5'i şık olmasını, %20,5'i ergonomik olmasını, %32'si modaya uygun olmasını ve %63'ü bedenine uygun olmasını tercih etmektedir.

Büyük beden kadınların giysi seçiminde en çok rahatlığa önem verdikleri görülmektedir. Araştırmaya katılan büyük beden kadınların bedenlerine uygun ve şık kıyafetleri tercih ettikleri anlaşılmaktadır.

Modaya uygunluk ve ergonominin daha az önem verilen etkenlerden olduğu görülmektedir. Ergonomiye önem verilmemesinin sebebinin; ergonominin anlamının bilinmemesinden kaynaklandığı söylenebilir.

4.5.Büyük Beden Giysi Müşterisinin Giysilerde Aradığı Kumaş ve Aksesuar Özelliklerinin Dağılımı

Bu bölümde araştırma kapsamına giren büyük beden kadınların giysilerde aradığı kumaş ve aksesuar özelliklerine yer verilmiştir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin kıyafetlerinde tercih ettikleri kumaş türlerinin dağılımı Tablo 33’de verilmiştir.

Tablo 33- Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerde Tercih Ettikleri Kumaş Türlerinin Dağılımı

Kumaş Türleri	Evet, Tercih Ediyorum		Hayır, Tercih Etmiyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Pamuklu	95	47,5	105	52,5	200	100
Yünlü	47	23,5	153	76,5	200	100
Sentetik	32	16,0	168	84,0	200	100
İpek	34	17,0	166	83,0	200	100
Likralı	79	39,5	121	60,5	200	100
Diğer	0	0	200	100	200	100
Hepsi	51	25,5	149	74,5	200	100

n=200

Tablo 33 incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden kadınların kumaş seçiminde %47,5’inin pamuklu, %23,5’inin yünlü, %16’sının sentetik, %17’sinin ipek, %39,5’inin likralı kumaşları ve %25,5’inin de her kumaş türünü tercih ettiği görülmektedir.

Araştırmaya katılan büyük beden kadınların en çok tercih ettiği kumaş türünün pamuklu kumaşlar olduğu görülmektedir.

Büyük beden kadınlar tarafından en az tercih edilen kumaş türünün sentetik kumaşlar olduğu görülmektedir. Ayrıca araştırmaya katılan büyük beden kadınların %25,5’inin yerine göre her tür kumaşı tercih ettiği görülmektedir

Büyük beden kadınların ter emici özelliği yüksek olması sebebiyle pamuklu, rahat hareket olanağı sağlaması sebebiyle likralı kumaşları tercih ettikleri söylenebilir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin kıyafetlerde kullanılan kumaşlarda aradığı özelliklerin dağılımı Tablo 34’de verilmiştir.

Tablo 34- Büyük Beden Kadınların Kıyafetlerde Kullanılan Kumaşlarda Aradığı Özelliklerin Dağılımı

Kumaşlarda Aradığı Özellikler	Evet		Hayır		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Kolay Yıkanan	36	18,0	164	82,0	200	100
Ütü Tutan	60	30,0	140	70,0	200	100
Pamuklanma-Tüylene Yapmayan	55	27,5	145	72,5	200	100
Terletmeyen	62	31,0	138	69,0	200	100
Hepsi	106	53,0	94	47,0	200	100
<i>Diğer</i>	1	0,5	199	99,5	200	100

n=200

Tablo 34’e göre araştırmaya katılan büyük beden kadınların kumaşlarda aradığı özellikleri terletmeyen, ütü tutan, tüylene yapmayan ve kolay yıkanan olarak sıralanabilir.

Büyük beden kadınlarda fazla kilolardan kaynaklanan terleme oranının yüksek olmasından dolayı, terletmeyen kumaşların öncelikle tercih edildiğini söyleyebiliriz.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin kumaşlarda tercih ettikleri desenlerin dağılımı Tablo 35’de verilmiştir.

Tablo 35- Büyük Beden Kadınların Kumaşlarda Tercih Ettiği Desenlerin Dağılımı

Kumaş Deseni	Evet, Tercih Ediyorum		Hayır, Tercih Etmiyorum		TOPLAM	
	f	%	f	%	f	%
Düz Kumaşlar	154	77,0	46	23,0	200	100
Kareli Kumaşlar	35	17,5	165	82,5	200	100
Büyük Desenli Kumaşlar	18	9,0	182	91,0	200	100
Küçük Desenli Kumaşlar	101	50,5	99	49,5	200	100

n=200

Tablo 35 incelendiğinde büyük beden kadınların %77'sinin düz kumaşları, %50,5'sinin küçük desenli kumaşları, %17,5'inin kareli kumaşları ve %9'unundabüyük desenli kumaşları tercih ettikleri görülmektedir.

Araştırmaya katılan büyük beden kadınların sadece %9'unun büyük desenli kumaşları tercih ettiği görülmektedir. Bunun sebebinin büyük beden kadınlarda büyük desenli kumaşların daha şişman göstermesinden kaynaklandığını söyleyebiliriz.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin istediği desende kumaş bulabilme durumlarının dağılımı Tablo 36'da verilmiştir.

Tablo 36-Büyük Beden Kadınların İsteddiği Desende Kumaş Bulabilme Durumları

İsteddiği Desende Kumaş Bulabilme Durumları	f	%
Evet, Bulabiliyorum	45	22,5
Hayır, Bulamıyorum	38	19,0
Kısmen Bulabiliyorum	117	58,5
TOPLAM	200	100

n=200

Tablo 36'daki sonuçlar incelendiğinde 200 büyük beden müşterisinin 38'inin istediği desende kumaş bulamadığı, 45'inin istediği desende kumaş bulabildiği, 117 kişinin kısmen istediği desende kumaş bulabildiği görülmektedir.

4.6.Büyük Beden Giysi Müşterisinin Üretici Firmalardan Beklentileriyle İlgili Bulgular

Bu bölümde araştırma kapsamına giren büyük beden kadınların üretici firmalardan beklentilerine yer verilmiştir.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin şikayetlerini üretici firmalara bildirme durumlarının dağılımı Tablo 37’de verilmiştir.

Tablo 37-Büyük Beden Kadınların Şikayetlerini Üretici Firmalara Bildirme Durumlarının Dağılımı

Şikayetlerini Bildirme Durumu	f	%
Evet, Bildiriyorum	60	30,0
Hayır, Bildirmiyorum	140	70,0
TOPLAM	200	100

n=200

Tablodaki veriler incelendiğinde araştırmaya katılan büyük beden kadınların sadece %30’unun şikayetlerini üretici firmalara bildirdiği, %70’inin ise şikayetlerini üretici firmaya bildirmediği görülmektedir.

Araştırmaya katılan büyük beden kadınların 4/3’ünün şikayetlerini ve beklentilerini üretici firmaya bildirmediği anlaşılmıştır.

Araştırma kapsamına giren büyük beden giysi müşterilerinin büyük beden giysi üretimi yapan firmalardan beklentilerinin dağılımı Tablo 38’de verilmiştir.

Tablo 38-Büyük Beden Kadınların Büyük Beden Giysi Üretimi Yapan Firmalardan Beklentilerinin Dağılımı

Beklentiler	f	%
Daha Çok Çeşit Kıyafet	92	46,0
Spor Kıyafetlerin Üretilmesi	4	2,0
Fiyatların Uygun Olması	27	13,5
Boş Bırakanlar	34	17,0
Kıyafetlerin Kaliteli Olması	25	12,5
Kıyafetlerin Yaşa Uygun Olması	11	5,5
Vücut Standartlarına Uygun Olması	7	3,5
TOPLAM	200	100

n=200

Tablo 38 incelendiğinde 200 büyük beden müşterisinden 92 kişinin daha fazla çeşit, 27 kişinin fiyatların uygun, 25 kişinin kaliteli ürünler, 11 kişinin yaşına uygun, 7 kişinin vücut standartlarına uygun ve 4 kişinin de büyük beden spor modellerin olmasını büyük beden giysi üretimi yapan işletmelerden istediği görülmektedir. Ayrıca 34 kişinin bu konuda görüş bildirmediği görülmektedir.

Tabloda büyük beden kadınların, büyük beden giysi üreten firmalardan beklentilerinin başında daha çok çeşit kıyafet talep ettikleri görülmektedir.

Büyük beden kadınların uygun fiyatlarla kaliteli kıyafetler istedikleri de tablodan çıkan sonuçlar arasındadır.

Tablo 38'deki veriler sonucunda büyük beden kadınların piyasadaki kıyafetleri ve modellerli yetersiz buldukları ve ihtiyaçlarını karşılayacak daha fazla seçeneklerin olmasını istedikleri söylenebilir.

BÖLÜM -V SONUÇ VE ÖNERİLER

‘Büyük Beden Kadın Giysilerinde Müşterilerin Karşılaştığı Problemler ve Müşteri Beklentileri’ üzerine yapılan çalışmada müşterilere uygulanan anketler sonucunda karşılaşılan problemler ve müşteri beklentilerini belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın bu bölümünde elde edilen bulgular doğrultusunda varılan sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

5.1. Sonuç

Araştırma kapsamına giren büyük beden müşterilerinin yaş ortalamalarına bakıldığında yoğunluğun 36–45 yaş arasında olduğu, gençlerde de büyük beden müşterisinin fazla olduğu tespit edilmiştir.

Büyük beden müşterinin meslek durumları incelendiğinde %50’ye yakının ev hanımı olduğu, çalışanlarda bu oranın daha düşük olduğu tespit edilmiştir

Araştırmaya katılan müşterilerin beden numaraları incelendiğinde 44 beden müşterinin fazla olduğu ve araştırmaya katılan müşterilerde alt ve üst grup bedenlerinde farklılıklar olduğu ortaya çıkmıştır.

Büyük beden kadınların kıyafetlerini temin ederken %50’sinin hazır aldığı, %45’inin de hem hazır alıp hem diktirdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmaya katılan 200 büyük beden müşterisinden 34 kişinin ihtiyaçlarına uygun kıyafet bulabildiği, 33 kişinin bulamadığı ve 73 kişinin aldığı kıyafetlerde tadilat yaptırdığı ortaya çıkmıştır.

Büyük beden kadınların %40’ının bedenlerine pantolon bulmakta zorlandığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca etek ve ceketlerin temininde zorluk çektikleri anlaşılmıştır

Büyük beden kadınların %30'unun istedikleri modelde pantolon bulamadık,%23,5'inin de istedikleri modelde etek bulamadıkları tespit edilmiştir. Sadece %5'i aradığı modelde kendilerine uygun kıyafetler bulabilmektedir.

Araştırmaya katılan büyük beden kadınların alış veriş sırasında mağazalarda model çeşitliğinin azlığından kaynaklanan, istekleri renk, model ve kumaşta kıyafet bulamamaktan şikayetçi olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılan 200 büyük beden müşterisinden 45'inin mağazalarda kabinlerin dar olması sebebiyle rahat hareket edemedikleri ve kıyafetleri denemekten kaçındıkları tespit edilmiştir.

Büyük beden kadınların %50'sinin her mağazalarda büyük beden kıyafet bulamadıkları, olanlarda ise yetersiz olduğunu düşündükleri anlaşılmıştır.

Büyük beden kıyafetlerde modellerin kısıtlı olması ve müşterinin vücut yapılarına uygun kıyafet bulamadığından, moda uygunluğun ikinci planda kaldığı tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılan büyük beden kadınların kıyafetlerden en çok bel, kalça çevresi ve pantolonlarda ağ oyuntusunda tadilat yaptırdıkları, hiç tadilat yaptırmayan müşteri sayısının çok az olduğu anlaşılmıştır.

Büyük beden kadınların kıyafetleri kullanım süresince en çok ağ oyuntusu, koltuk altı, diz kapağı ve dirseklerde yıpranma olduğu, bu yıpranmalarında fazla kilolarından kaynaklanan sürtünmenin etkisiyle, tüylenme olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca dikişlerde sökülme ve fermuarların bozulması gibi sorunlarla sıkça karşılaşıldığı anlaşılmıştır.

Araştırmaya katılan 200 büyük beden müşterisinden 81'inin klasik, 39'unun spor, 11'inin fantezi giyimi tercih ettiği, 69 kişinin yerine göre hepsini

kullandığı anlaşılmıştır. Araştırmaya katılan müşterilerden yaklaşık %80'inin giyim tarzına uygun kıyafet bulmakta zorlandığı ortaya çıkmıştır.

Ev ortamında büyük beden kadınların rahat ettikleri için eşofman, t-shirt, lastikli bol etekleri ve bluzu tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Büyük beden kadınların dışarıda ve iş ortamında çoğunlukla etek, pantolon ve bluz giymeyi tercih ettikleri, en az tercih ettiği kıyafetlerin ise tayt ve t-shirt olduğu tespit edilmiştir.

Büyük beden kadınların giysi seçiminde en önem verdikleri faktörün vücut yapılarına uygun kıyafet olduğu, fazla seçim şansları olmadığı için rahatlık, yaşa uygunluk, giyim tarzı ve fiyatın uygun olması gibi faktörlerin ikinci sırada kaldığı ortaya çıkmıştır.

Araştırmaya katılan büyük beden kadınların eteklerde daha zayıf gösterdiği için kemerli düz dar ve pilili etekleri tercih ettiği ortaya çıkmıştır. Pantolonlarda ise çoğunlukla klasik pantolonları tercih ettikleri, vücut hatlarını ortaya çıkardığı için likralı dar pantolonları fazla tercih etmedikleri anlaşılmıştır.

Büyük beden kadınların kullandıkları gömleklerde yakalı, manşetli ve spor gömlekleri tercih ettikleri anlaşılmıştır. Ayrıca vücut hatlarını gizlediği için basenlerini örten uzun gömlek ve tuniklerin büyük beden kadınlar tarafından tercih edildiği ortaya çıkmıştır.

Büyük beden kadınların ceketlerde klasik ve spor ceketleri tercih ettikleri, dar kesimli ceketleri fazla kullanmadıkları ortaya çıkmıştır.

Büyük beden kadınların büyük bir kısmının elbise kullanmadığı, elbise kullananlarında vücut hatlarını belli etmeyen bol kesimli modelleri tercih ettikleri anlaşılmıştır. Büyük beden kadınların abiyelerde de elbiseleri fazla tercih etmediği, çoğunlukla iki parçalı modelleri kullandıkları anlaşılmıştır.

Büyük beden kadınların kullandıkları kıyafetlerde en çok pamuklu kumaşları tercih ettikleri ortaya çıkmıştır. Kıyafetlerde kullanılan kumaşların terletmeyen, ütü tutan ve tüylenme yapmayan kumaşlar olmasını istedikleri tespit edilmiştir. Ayrıca büyük beden kadınların kot kumaşları da tercih ettikleri fakat bulamadıkları belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan büyük beden kadınların kıyafetlerde en çok zayıf gösterdiği için düz ve küçük desenli kumaşları tercih ettikleri, ancak istedikleri desenleri bulabilme durumlarının kısıtlı olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, açık uçlu sorularda kıyafetlerin modaaya uygun renklerde üretilmesini istedikleri, küçük bedenlerdeki renk alternatifinin kendilerine de sunulması gerektiğini düşündükleri anlaşılmıştır.

Büyük beden müşterilerinin, üretici firmalardan her yaş grubuna hitap edecek şekilde kıyafetler hazırlanmasını, beden farklarının göz önünde bulundurularak üretim yapılmasını istedikleri anlaşılmıştır.

Araştırmaya katılan büyük beden müşterisinin %30'unun şikayetlerini ve beklentilerini üretici firmaya bildirdikleri, %70'inin ise tepkisiz kaldığı sonucuna varılmıştır.

5.2. Öneriler

Büyük beden giysi üretimi yapan işletmelerde, kalıp tasarımının araştırma ve uzmanlık gerektirdiğini bilerek, büyük beden müşterilerin vücut tipine uygun giysi kalıpları hazırlanmalıdır.

Standart ölçülere sahip kişiler için hazırlanan, tüm model ve renkteki modellerin büyük beden müşterisine de hazırlanmalıdır.

Büyük ölçüde orta yaş büyük bedenlilere üretim yapan işletmelerde, genç ve yaşlı büyük beden müşterilerinin beklentilerine göre de tasarımlar yapılmalıdır.

Büyük beden giysi üretimi yapan işletmelerin müşterilerini tanımaya ve beklentilerini öğrenmeye yönelik çalışmalar yapılmalıdır.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar büyük beden giysi üretimi yapan üretici firmalara müşteri beklentilerini analiz etmeleri açısından yol gösterebilir.

Büyük beden giysi üretiminde, küçük bedenlerde olduğu gibi model, kumaş ve renk çeşidinin fazla olması müşteri kitlesinin çoğalmasına olanak sağlayacaktır.

TÜİK, Türkiye'deki obez sayısı ile ilgili istatistiksel çalışmalar yapılmalıdır.

TOBB' da büyük beden giysi üretimi yapan işletmelerin ayrıca gruplandırılması gerekmektedir.

Türkiye'de büyük beden üretimi yapan işletme sayısı çok az sayıda fakat şişman nüfus hızla artmaktadır. Büyük beden giysi üretimi yapan işletme sayısı arttırılmalıdır.

KAYNAKÇA

- ANONİM.(2002). "Vücut Oranları" . www.anatomiderneği.org.tr, 01.04.2007.
- ANONİM. (2005). "Yeni Hedef Büyük Beden Kadınlar". www.radikal.com.tr, 20.03.2007.
- ANONİM. (2006). "Obezite Nedir?". www.obezite.gen.tr, 25.03.2007.
- ANONİM.(2007)."Obezite". www.genetikbilimi.com, 25.03.2007.
- ANONİM.(2007)."Obezite Tipleri". www.hisarhospitol.com/TR/tanitedavi.php?contentId= Obezite, 01.04.2007.
- ANONİM. (2007). Vücut Tipleri.
<http://www.nlp-istanbul.com/makaleokulu.asp?haber=25>. 20.11.2007.
- ANONİM. (2008). "İnsan Vücudu" . Vikipedi-Özgür Ansiklopedi.
http://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0nsan_v%C3%BCcudu, 25.09.2008.
- ANONİM. (2008). "Antropometri". Yıldız teknik Üniversitesi. Ergonomi Ders Notları. <http://tr.wikipedia.org/wiki/Antropometri>. 15.10.2008.
- ANONYMOUS.(1994). **Temel Kalıp Bilgisi**. MEB. Kız Teknik Öğretim Genel Müdürlüğü. İstanbul.
- ARIKAN, İnan İlker. (2005). "Postmenopozal Hastalarda Vücut Kitle İndeksi ve Hormon Profilinin Endometriyal kalınlığa etkisi". Uzmanlık Tezi. İstanbul.
- AŞAN, Handan. (2005). "Büyük Bedenin Derdi Ne". **Hedef Dergisi**, İTKİB Yayınları, sayı:139. İstanbul.

- AYDIN, Semiha, ÇAKAR, Gülşen. (1993). Çağdaş Giysi Tasarımında Öge ve Prensipleri. **1.Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon Kongresi**. İstanbul.
- BAŞER, G. (1983). **Genel Konfeksiyon**. E. Ü. Mühendislik Fakültesi Çoğaltılmış Yayın no:24. İzmir.
- BAYRAKTAR, Fatma. (2003). **Temel Kalıp Bilgisi**. YAPA Yayıncılık. Ankara.
- BAYSAL, A. ,BOZKURT, G. , PEKCAN, T. BESLER ve Ark. (1999). **Beden Ağırlığının Denetimi**. Diyet El Kitabı. Hatiboğlu Yayınevi. Ankara.
- COŞKUN, Halil. (2007). “Obezite ve Tanımı”. **www.obezitecerrahisi.com**. 16.05.2007.
- ÇORBACIOĞLU, B. (1982) “Anatomik Bir Yaklaşımla Kadın Giyiminde Uygulanacak Bir Beden Ölçü Standardizasyon Modeli ve Kalıp Hazırlama Sisteminin Araştırılması”. **Yüksek Lisans Tezi**. Ege Üniversitesi. İzmir.
- DETERİNG, Ute,(2003). “Dünya Şişmanlarken” .**Hedef**, sayı:112, sayfa:26.
- ERİM, Gonca.(1994).**Temel Tasarım İçerisinde Yaratıcılığın Önemi**. Uludağ Üniversitesi. Bursa.
- GÖNEN, Emine. M.BAYRAKTAR ve Ö., ÖZGEN. (1991) “‘Hazır Giyim Üretiminde Antropometri”, **2. Ergonomi Kongresi**, MPM Yayınları, Yayın no:441. Ankara.
- İNCİR, Gülten. (1980). “Ergonomi”.**MPM Yayınları**, Yayın no:293. Ankara.
- KALINKARA, Velittin. (1995). “‘Hazır Giyim Sektöründe Boyutsal Ölçülerin Önemi”. 5. Ergonomi Kongresi, **Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları**, Yayın no:570, Ankara.

KAİSER, Susan B. (1999). **The Social Psychology Of Clothing**, University Of California. Fairchild Publication. Newyork.

KOCATEPE, Kağan. (2007). “Pko ve Obezite”.
www.hormonlar.com/obezite.html. 01.10.2007.

KOMŞUOĞLU, Şükran. (1986). **Resim 2 Moda Resmi ve Giyim Tarihi**. Ankara.

MOCAN, Ziya. (2006). “Obezite ve nedenleri”.
http://www.obezite.gen.tr/obezite_ve_nedenleri.html. 06.05.2007.

OLGAÇ, Pınar. (2005). **Moda Resmi**. İstanbul.

ORAL, ALİ. (2007) “Ergonominin Tanımı ve Amacı”
<http://ali-oral.balikesir.edu.tr/ergon01.html>. 12.03.2007.

ORAL, ALİ. (2007). “ANTROPOMETRİ”
<http://ali-oral.balikesir.edu.tr/ergon04.html>. 12.03.2007.

ÖZATA, Metin.(2008). “Şişmanlık(Obezite)”
<http://www.tip2000.com/abone/konular/obezite.asp>. 09.04.2008.

ÖZER, K. (1989). “Antropometri Sporda. Morfolojik Planlama”. **Marmara Üniversitesi**. İstanbul.

SAĞMAL, Özgür. (2005). “Yeni Hedef Büyük Beden Kadınlar”
http://www.radikal.com.tr/haber.php?haber_no=159506. 10.11.2006.

SOLAK, Lale. (2003). “Ergonomi İlkeleri ile Oluşturulan Giyside Çıkan Sonuç Kullanıcı Konforu”. **9. Ulusal Ergonomi Kongresi**. Denizli.

TOKA, Cemil. (1978). **İnsan-Araç Bağlantısında Ergonomik Tasarım İlkeleri.**

Devlet Güzel Sanatlar Akademisi, Yayın no:73, İstanbul.

YILMAZ, Muhittin. (2008).Antropometrik Veriler.

<http://www.isveguvenlik.com/ergonomi/ergonomi.html>, 01.10.2008

ZENGİNGÖNÜL, N. , ŞENER, F. , BAYSAL, M.(1996). “Giysi Seçimini Etkileyen

Faktörler”. **Tekstil ve Konfeksiyon.**

EKLER

ANKET FORMU

Bu araştırma Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Giyim Endüstrisi ve Giyim Sanatları Eğitimi Ana Bilim Dalı yüksek lisans tezi olarak yapılmaktadır.

Yüksek lisans tezi kapsamında yapılan bu anket, büyük beden giysi tüketicisi kadınların kıyafetlerin temininde ve kullanımında karşılaştıkları problemleri belirlemek ve kıyafetlerdeki beklentilerini belirleyerek, çözüm yollarını tespit etmek amacıyla hazırlanmıştır.

Araştırmaya gösterdiğiniz ilgiden ve katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

Selçuk Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Giyim San. Eğt. Yüksek Lisans Öğrencisi
Necla AKTAŞ

1-) Aşağıdaki yaş gruplarından hangisine dahilsiniz?

- a-) 20–25
- b-) 26–30
- c-) 31–35
- d-) 36–40
- e-) 41–45
- f-) 46–50
- g-) 51–55
- f-) 56 ve üzeri

2-) Öğrenim durumunuz nedir?

- a-)İlkokul
- b-) Ortaokul
- c-)Lise
- d-)Üniversite
- e-) Lisansüstü

3 - Mesleğiniz nedir?

.....

4 - Üst grupta beden numaranız aşağıdakilerden hangisidir?

- a-)44
- b-) 4
- c-) 48
- d-) 50
- e-) 52
- f -) 54 ve üstü

5 - Alt grupta beden numaranız aşağıdakilerden hangisidir?

- a-) 44
- b-) 46
- c-) 48
- d-) 50
- e-) 52
- f-) 54 ve üst

6-) Size uygun olan giyim tarzı aşağıdakilerden hangisidir?

- a-) Klasik giyim
- b-) Spor giyim
- c-) Fantezi giyim
- d-) Her tarzda

7 - Giyim tarzınıza uygun kıyafet bulabiliyor musunuz?

- a-) Evet, bulabiliyorum
- b-) Hayır, bulamıyorum
- c-) Kısmen bulabiliyorum

8 - Evde en çok hangi kıyafetleri giymeyi tercih ediyorsunuz?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

- a-) Lastikli bol etekler
- b-) Eşofman
- c-) T-Shirt
- d-) Gömlek
- e-) Bluz
- f-) Elbise
- g-) Pantolon
- h-) Diğer,(Lütfen belirtiniz).....

9 - Dışarıda ve işte hangi kıyafetleri giymeyi tercih ediyorsunuz?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

- a-) Etek
- b-) Pantolon
- c-) Eşortman
- d-) Tayt
- e-) T-Shirt
- f-) Gömlek
- g-) Bluz
- h-) Elbise

k-) Takım elbise

ı-) Diğer,(Lütfen belirtiniz).....

10-) Giysi seçiminizi etkileyen faktörler nelerdir?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

a-) Modaya uygun olması

b-) Vücut yapıma uygun olması

c-) Yaşıma uygun olması

d-) Giyim tarzıma uygun olması

e-) Sevdiğim renklerde olması

f-) Fiyatının uygun olması

g-) Rahat olması

h-) Diğer,(Lütfen belirtiniz)

11-) Kullandığınız eteklerde tercih ettiğiniz modeller nelerdir?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

a-) Lastikli bol etekler

b-) Kemerli düz dar etekler

c-) Pilili – Pili kaşeli etekler

d-) Parçalı bol etekler

e-) Diğer,(Lütfen belirtiniz)

12-) Kullandığınız pantolonlarda tercih ettiğiniz modeller nelerdir?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

a-) Lastikli bol pantolonlar

b-) Klasik pantolonlar

c-) Pantolon etekler

d-) Likralı dar pantolonlar

e-) Diğer,(Lütfen belirtiniz)

13-) Kullandığınız gömleklerde tercih ettiğiniz modeller nelerdir?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

- a-) Yakalı-manşetli gömlekler
- b-) Yakasız-manşetsiz gömlekler
- c-) Vücuda oturan gömlekler
- d-) Spor gömlekler
- e-) Diğer,(Lütfen belirtiniz)

14-) Kullandığınız ceketlerde tercih ettiğiniz modeller nelerdir?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

- a-) Klasik ceketler
- b-) Dar kesim ceketler
- c-) Spor ceketler
- d-) Diğer,(Lütfen belirtiniz)

15-) Kullandığınız elbiselerde tercih ettiğiniz modeller nelerdir?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

- a-) Bol kesimli elbiseler
- b-) Vücuda oturan kuplu elbiseler
- c-) Elbise kullanmıyorum
- e-) Diğer,(Lütfen belirtiniz)

16-) Kullandığınız abiyelerde tercih ettiğiniz modeller nelerdir?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

- a-) Bol kesimli modeller
- b-) Vücuda oturan dar kesimli modeller
- c-) Tek parça kuplu elbiseler
- d-) İki parçalı giysiler
- e-) Diğer,(Lütfen belirtiniz)

17-) Kullandığınız kıyafetlerde en çok önem verdiğiniz özellikler nelerdir?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

- a-) Rahatlık
- b-) Şıklık
- c-) Ergonomi
- d-) Modaya uygunluk
- e-) Bedeninize uygunluk
- f-) Diğer,(Lütfen belirtiniz)

18-) Giysilerinizi nasıl temin ediyorsunuz?

- a-) Diktiriyorum
- b-) Hazır alıyorum
- c-) Bazen diktiriyor, bazen hazır alıyorum

19-) Mağazalardaki hazır giyim ürünlerinden kendinize uygun giysiler bulabiliyor musunuz?

- a-) Evet, bulabiliyorum
- b-) Hayır, bulamıyorum
- c-) Bulabiliyorum ama tadilat yaptırıyorum

20-) Hazır giyim ürünlerinin temininde zorluk çektiğiniz giysi türü hangisidir?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

- a-) Etek
- b-) Pantolon
- c-) Gömlek
- d-) Bluz
- e-) Ceket
- f-) Elbise
- g-) Kaban
- h-) Hiçbiri

21-) Tercih ettiğiniz modellerde kendinize uygun hangi giysi türünü bulmakta zorlanıyorsunuz?

- a-) İsteddiğim modelde kendime uygun etekler bulamıyorum
- b-)İsteddiğim modelde kendime uygun pantolonlar bulamıyorum
- c-) İsteddiğim modelde kendime uygun gömlekler bulamıyorum
- d-) İsteddiğim modelde kendime uygun ceketler bulamıyorum
- e-) İsteddiğim modellerde kendime uygun abiyeler bulamıyorum
- f-)Hiçbiri

22-) Alış-veriş yaparken, satış mağazalarında hangi sorunlarla karşılaşılıyorsunuz?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

- a-) Büyük beden kıyafetlerde model çeşidi az
- b-) İsteddiğim modelde bedenime göre kıyafet bulamıyorum
- c-) Beden numaraları birbirini tutmuyor
- d-) Beğendiğim kıyafetlerde renkler kısıtlı
- e-) İsteddiğim kumaşlarda bedenime uygun kıyafet bulamıyorum
- f-) Kabinler çok dar
- g-) Diğer,(lütfen belirtiniz).....

23-) Mağazalardaki büyük beden kıyafetleri yeterli buluyor musunuz?

- a-) Evet, yeterli
- b-) Hayır, yetersiz
- c-) Kısmen yeterli

24-) Büyük beden kıyafetlerde en çok nelerden şikayetçisiniz?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

- a-) Çeşit çok az
- b-) Vücutuma uyum sağlamıyor
- c-) Kıyafetler ergonomik değil
- d-) Kıyafetler modaya uygun değil
- e-) Diğer,(lütfen belirtiniz).....

25-) Aldığınız hazır giyim ürünlerinde tadilat yaptırıyor musunuz?

- a-) Evet, tadilat yaptırıyorum
- b-) Hayır, tadilat yaptırmıyorum
- c-) Bazen tadilat yaptırıyorum

26-) Aldığınız hazır giyim ürünlerinde en çok hangi kısımlarında tadilat yaptırıyorsunuz?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

- a-) Göğüs çevresinde
- b-) Bel çevresinde
- c-) Kalça çevresinde
- d-) Kol oyuntusunda
- e-) Kol genişliğinde
- f-) Pantolonlarda ağ oyuntusunda
- g-) Yaka çevresinde
- h-) Pens ve kuplarda

27-) Kullandığınız giysilerde en çok nerelerinde yıpranma oluyor?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

- a-) Yaka çevresi
- b-) Koltuk altı
- c-) Kol ağzı
- d-) Ağ oyuntusu
- e-) Diz kapağı ve dirsekler
- f-) Diğer,(lütfen belirtiniz).....

28-) Giysilerinizde kullanım süresince hangi sorunlarla karşılaşıyorsunuz?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

- a-) Giysiler çok kırışıyor
- b-) Kumaşlarda tüylenme oluyor
- c-) Dikişler sökülüyor
- d-) Fermuarlar bozuluyor
- e-) Kumaşlar deforme oluyor

f-) Kullanılan aksesuarlar dökülüyor

g-) Diğer,(lütfen belirtiniz).....

29-) Alacağınız giysilerde en çok hangi kumaş türünü tercih ediyorsunuz?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

a-) Pamuklu

b-) Yünlü

c-) Sentetik

d-) İpek

e-) Likralı

f-) Diğer,(Lütfen belirtiniz).....

g-) Hepsi

30-) Kullandığınız kumaşlarda hangi özellikleri arıyorsunuz?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

a-) Kolay yıkanan

b-) Ütü tutan

c-) Pamuklanma – tüylenme yapmayan

d-) Terletmeyen

e-) Hepsi

f-) Diğer ,(Lütfen belirtiniz).....

31-) Kumaşlarda hangi deseni tercih ediyorsunuz?(birden fazla seçenek işaretleye bilirsiniz)

a-) Düz kumaşlar

b-) Kareli kumaşlar

c-) Büyük desenli kumaşlar

d-) Küçük desenli kumaşlar

32-) İstedığınız desende kumaşlar bulabiliyor musunuz?

- a-) Evet, bulabiliyorum
- b-) Hayır, bulamıyorum
- c-) Kısmen bulabiliyorum

33 - Şikayetlerinizi üretici firmalara bildiriyor musunuz?

- a-) Evet, bildiriyorum
- b-) Hayır, bildirmiyorum

34 - Size göre büyük beden kıyafetleri nasıl olmalıdır?

.....
.....

35 - Size göre büyük beden kıyafetleri hangi renklerde olmalıdır?

.....
.....

36 – Büyük beden giysi üretimi yapan firmalardan beklentileriniz nelerdir?

.....
.....

	T.C. SELÇUK ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	
---	---	---

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı:	Necla AKTAŞ			
Doğum Yeri:	Ankara			
Doğum Tarihi:	13.04.1981			
Medeni Durumu:	Evli			
Öğrenim Durumu:	Yüksek Lisans			
Derece	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
İlköğretim	Şinasi İlköğretim Okulu		Ankara	1992
Ortaöğretim	Şinasi İlköğretim Okulu		Ankara	1995
Lise	Hatice Hikmet Oğultürk Kız Meslek Lisesi	Giyim	Ankara	1998
Lisans	Selçuk Üniversitesi	Giyim Öğretmenliği	Konya	2001
Yüksek Lisans	Selçuk Üniversitesi	Giyim Endüstrisi ve Giyim Sanatları Eğitimi	Konya	2008
Becerileri:				
İlgi Alanları:				
İş Deneyimi:	1998-2001 yılları arasında modaevinde çalıştım. 2001-2006 yılları arasında okul tatillerinde modaevinde çalıştım. 2006'dan itibaren Ankara'da Sevil Tekstil'de sitilist ve kalıpcı olarak olarak çalışmaktayım.			
Aldığı Ödüller:	Üniversite Bölüm Birinciliği			
Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim şahıslar:	Yrd. Doç. Şerife MIZRAK Selda GÜZEL			
Tel:	05057005215			
E-Posta:	enginecla@hotmail.com			
Adres	Eklik-Esertepe Mahallesi 252 Sokak 16-3 Keçiören-ANKARA			

