

Yaşlı kadın tüketicilerin hazır giyim ürün tercihlerini etkileyen unsurların belirlenmesi üzerine bir araştırma

NALAN GÜRŞAHBAZ¹, SALİHA ÖZELMAS KAHYA¹ ve MERYEM ARGASAHİNOĞLU¹ Gazi Üniversitesi

Öz

Araştırmada, yaşlanmaya bağlı oluşan problemler giysi açısından ele alınarak, kadın tüketicilerin giysilerde karşılaştıkları problemler ve giysi tercihlerini etkileyen durumların belirlenmesi hedeflenmiştir. Araştırmanın materyalini, Ankara ilinde yaşayan, hazır giyim sektöründe üretilen ürünleri satın alan 65 yaş ve üstü yaşlı kadınlardan rastlantısal (Random) olarak seçilen 110 kişiden anket yardımıyla elde edilen veriler ve ilgili kaynaklar oluşturmaktadır. Örneklemden anket yardımıyla elde edilen veriler, yaş değişkenine göre çapraz tablolarda verilmiştir. Örneklemin hazır giyim ürün tercihlerini etkileyen unsurlar ve yaşadıkları sorunlar ile yaş grupları arasındaki ilişkiyi belirlemek için χ^2 ilişki analizi uygulanmıştır. Araştırmada yaşlı kadın tüketicilerin, yaş oranları büyüdükçe giysileri kendilerinin alma oranlarının azaldığı, vücutlarına uygun giysi satın alırken buluz/gömlek, ceket bulmada sorun yaşadıkları, rahat, vücutlarına uygun, kullanışlı, önden açılan kapanan, yere eğilerek çekmek zorunda kalmayacakları giysileri öncelikle tercih ettikleri sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Yaşlılık, yaşlı kadınlar, yaşlılıkta giyim, hazır giyim

A research on determination of elements affecting ready-wear product preferences of older female consumers

Abstract

In the research it was aimed to determine the problems female consumers faced while buying clothes and states affecting clothing preferences by considering problems occurring due to aging in terms of clothing. The material of the research composes of those selected randomly from 65 years and above women who were living in the city of Ankara and were buying products produced in ready-wear sector, the data got with the support of the survey from 110 people attended to the research and the relevant sources. The data got with the help of the survey from the sample were given in the cross tables according to the age variable. To determine elements affecting ready-wear product preferences of the sample and the problems they lived and the relationships of them between age groups, χ^2 relation analysis was applied. In the research the results of that older female consumers' buying clothes themselves ratios decreased as far as their age ratios increased, that they lived problems in finding blouse/shirt and jacket

¹ Öğr.Gör.Dr., Gazi Üniversitesi, Mesleki Eğitim Fakültesi, Giyim Endüstrisi ve Moda Tasarımı Eğitim Böl., Besevler / ANKARA basoglu@gazi.edu.tr / nalansahbaz@gmail.com

while looking for clothes being suitable with their bodies and that they primarily preferred clothes which were comfortable, suitable with their bodies, useful, opening and closing from the front and which they hadn't to pull by bending to the ground.

Key Words: Senectitude, older women, clothing in senectitude, ready-wear

Giriş

Yaşlanma, insan yaşamında doğal ve kaçınılmaz bir dönemdir. Teknolojik ve tıbbi gelişmeler bir çok hastalığın önlenmesi yada etkili tedavi yöntemlerinin bulunmasını sağlayarak genç ölümlerin istatistiksel olarak azalmasını sağlamıştır. Böylece ortalama insan ömrü uzamış, yaşlı insanların nüfus içindeki oranı artmış ve artmaktadır.

Gelişmiş ülkelerde yaşayan yaşlı nüfusun artışı, özellikle bu gruba yönelik servislerin plan ve organizasyonuna öncelik verilmesini zorunlu kılmıştır. 2000 yılından sonra 1970'lerdeki 80 yaş üzeri nüfusun iki katına katlanacağı hesaplanmıştır (Tümerdem, 1992). Ömür beklentisindeki bu artış dikkate alındığında giyim sorununun giderek daha fazla yaşlı insanı etkileyebileceği ve yaşlı insanların gün geçtikçe daha büyük bir pazar oluşturacağı açıktır (Özgen ve Kostak, 1996; Özgen ve Ufuk, 1999).

Dünyada yaşlı nüfusunun oranının giderek artması, yaşlıların üreticiler için önemli bir pazar haline gelmesine neden olmuştur. Pazar araştırmaları yaşlı kadın tüketicilerin tercih ettikleri renk ve modeller kullanılarak üretilen giysilerin, yaşlıların psikolojisi üzerinde olumlu etki yaratacağı, yaşam kalitesini yükselteceği, memnuniyet düzeylerini arttıracaklarını ortaya koymaktadır. Yaşlıların giysi seçimlerinde, yaş farklarına ilişkin radikal değişiklikler görülmektedir. Yaşlıların gençler gibi giyinmeyi tercih etmelerinin kendilerini daha sağlıklı ve daha iyi hissetmelerine neden olduğu ifade edilmektedir (Coates, 2005; Kaçar ve Kalınkara, 2007).

Dünya Sağlık Organizasyonu, insan sağlığını günümüzde yalnızca hastalıkları önleme boyutu ile değil, aynı zamanda çevre kalitesi bağlamında da ele almaktadır (Oguz, 2004). Yaşlılıkta, sağlıkla ilgili hususların tartışıldığı ortamlarda giyeceklerin rolü çoğu zaman ya unutulur ya da dikkate alınmaz. Vücudun en büyük organı deridir ve bu açıdan giyim önemi çok büyüktür (Anonim, 1993;17).

Vücutlarındaki fiziksel değişiklikler nedeniyle pek çok yaşlı, işlevsel olmasının yanında vücutlarına uyan, kullanımı rahat ve şık kıyafet bulmakta oldukça zorlanmaktadır. Çünkü günümüzde pazara daha çok genç insanların tercihleri doğrultusunda standart ölçü ve modellerde giyim eşyaları sunulmaktadır. Bu durumda yaşlı bireyler, istedikleri renk, ölçü ve modelde giyim eşyası bulamamakta, mevcut olan giyim eşyalarını satın alırken ise fiziksel hareketlerdeki yetersizliklerinden dolayı kolay giyinip çıkarmada güçlük çekebilmektedirler. Tüm bunların yanı sıra giyim eşyaları üzerindeki etiket bilgilerinin yaşlıların okuyabileceği şekilde büyük harflerle yazılmaması, fiyatlarının yüksek olması ve özel indirimlerin yapılmaması yaşlıların giyim eşyası satın alırken karşılaştıkları diğer sorunlar arasında yer almaktadır (Babaoğul, 2007).

İnsan hayatı biyolojik, psikolojik, duygusal ve entelektüel değişim süreçlerini kapsar. Birey bir yaş döneminden diğerine geçerken çeşitli sorunlar ve ihtiyaçlar kendiliğinden gündeme gelir (Danış, tarihsiz). Bazen çevresi, yaşlıyı kendi beklentileri doğrultusunda yönetmek ve yönlendirmek isteyebilir. Bunu da genellikle, “yaşına, başına uygun giyinme ve davranma” biçiminde ortaya koyar. Ancak bir insanın, belirli bir zamana kadar, kendisi ile bütünleştiği, kendisini onlarla rahat duyumsadığı davranışlar ve giyim tarzından vazgeçmesini beklemek, onu kendisine tamamen yabancı yeni bir form edinmeye zorlamak demektir. Bu da bir yerde kişinin özgürlüğünü kısıtlamakla eş anlamlıdır denilebilir. Aslında, giyim ve davranışlarda ölçülü davranmak, her yaştaki insanın, üzerinde özenle durması gereken bir konudur. Ayrıca, bedensel özelliklere uygun giyim, giysilerde tutarlı renk seçimi ve estetik görünüm gibi konulara gösterilen özen; bireyin, kendisine ve çevresine duyduğu saygının bir göstergesidir (Uyer, 2004).

Bireyler giysilerini seçerken, sadece vücudu dış etkenlerden korumak için değil aynı zamanda, insanın sosyal ihtiyaçlarını karşılamada örtünmek, güzel görünmek, süslenmek, dikkat çekmek, beğenilmek, yeni biçimler ortaya koymak, kişiliğini kabul ettirmek gibi duygularını tatmin etmek için de seçim yapmaktadırlar (Akgün 2007) .

Giysiler bireylerin görünümünü hem duygusal hem de fiziksel açıdan zenginleştirir. Yeni sosyal ilişkiler kurma, kendi imajını yaratma ve özellikle vücuttaki fiziksel değişiklikler nedeniyle yaşlılık sürecinde giyimün önemi artmakta, fiziksel sınırlamalar, vücuttaki fiziksel değişimler uygun model seçimi gibi faktörler yaşlıların giysi tüketimine yönelik davranışlarını ve tercihlerini etkilemektedir (Ağaç ve ark 2007). Tüm bu bilgilerin ışığında araştırmada, yaşlanmaya bağlı oluşan problemler giysi açısından ele alınarak, kadın tüketicilerin giysilerde karşılaştıkları bazı problemler ve giysi tercihlerini etkileyen durumların belirlenmesi hedeflenmiştir.

Materyal ve Yöntem

Araştırmada, yaşlı kadın tüketicilerin hazır giyim ürün tercihlerini etkileyen unsurlar ve giysilerde yaşadıkları sorunların belirlenmesi amacıyla betimsel yöntem kullanılmıştır.

Araştırmanın materyalini, Ankara ilinde yaşayan, hazır giyim sektöründe üretilen ürünleri satın alan 65 yaş ve üstü yaşlı kadınlardan rastlantısal (Random) olarak seçilen 110 kişiden anket yardımıyla elde edilen veriler ve ilgili kaynaklar oluşturmaktadır.

Veri toplamak amacıyla hazırlanan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırma kapsamına alınan yaşlı tüketicilerin karakteristik özelliklerini, ikinci bölümde ise giysi tercihleri ve giysi satın alırken yaşadıkları sorunları belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Örneklemden anket yardımıyla elde edilen veriler, yaş değişkenine göre çapraz tablolarda verilmiştir. Örneklemin hazır giyim ürün tercihlerini etkileyen unsurlar ve yaşadıkları sorunlar ile yaş grupları arası ilişkilerini belirlemek için χ^2 ilişki analizi uygulanmıştır. İstatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunan durumlar ilgili tablonun altında belirtilmiştir.

İlk olarak çalışmada 3'lü likert ölçeği ile ölçülen 32 farklı değişken için ölçek geçerliliği/güvenilirliğini belirlemek amacıyla Cronbach Alfa (α) test istatistiği sonuçlarına bakılmıştır. Cronbach Alfa Katsayısının değerlendirilmesinde uyulan değerlendirme ölçütü $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir (Özdamar, 2002).

Araştırmada yapılan Cronbach Alpha (α) istatistiği = 0.637 olarak hesaplanmıştır. Bulunan bu sonuçlara göre veri toplama aracında (ankette) kullanılan 32 adet ölçekli soruların geçerlilik ve güvenilirlik test sınavında geçerliliği ispatlanmıştır. Sonuç olarak hem bütünsel anlamda, hem de ölçek bazında kullanılan soruların tümü için geçerlilik/güvenilirlik sağlanmıştır.

Bulgular ve Yorum

Yaşlı kadın tüketicilerin hazır giyim ürün tercihlerini etkileyen unsurları ve yaşadıkları sorunları belirlemek için planlanıp yürütülen araştırmada, uygulanan anket sonucu elde edilen, araştırmaya katılan yaşlıların karakteristik özellikleri, giysi satın alırken yaşadıkları sorunlar ve giysi tercihlerine ilişkin bulgular aşağıda verilmiştir.

Yaşlıların;

- % 63,6'sının 65-69 yaş arası, % 22,7'sinin 70-74 ya arası, % 13,6'sının 75 yaş ve üstü olduğu,
- % 51,8'inin evli, % 36,4'ünün dul, % 8,2'sinin boşanmış, % 3,6'sının bekar olduğu,
- % 30,0'unun ilkokul, % 26,4'ünün okur-yazar, % 17,3'ünün lise, % 16,4'ünün okuryazar olmadığı, % 7,3'ünün ortaokul, % 2,7'sinin yüksekokul ya da üniversite mezunu olduğu,

Çizelge 1. Yaşlıların yaşadığı yer

| Yaşadıkları yerler | Sayı | % |
|--|------|------|
| Huzurevinde yaşıyor | 17 | 15,5 |
| Kendi evinde yalnız yaşıyor | 21 | 19,1 |
| Kendi evinde eşi ve çocuklarıyla beraber yaşıyor | 43 | 39,1 |
| Çocuklarının evinde yaşıyor | 11 | 10,0 |
| Kendi evinde eşiyle beraber yaşıyor | 14 | 12,7 |
| Kendi evinde çocuklarıyla yaşıyor | 4 | 3,6 |

- % 56,4 ünün emekli maaşı, % 23,6'sının gayrimenkul yada kira geliri olduğu, % 13,6'sının çocuk ya da yakınları tarafından bakıldığı, % 10,0'unun ise hiçbir geliri olmadığı belirlenmiştir.

Yaşlıların yaşadıkları yerlere ilişkin bulguların yer aldığı Çizelge 1 incelendiğinde, % 39,1'inin kendi evinde eşi ve çocuklarıyla beraber yaşadığı, %19,1'inin kendi evinde yalnız yaşadığı, %12,7'sinin kendi evinde eşiyle beraber yaşadığı, % 15,5'inin ise

huzur evinde yaşadığı görülmektedir. Bu sonuçlara göre yaşlıların büyük bir çoğunluğunun kendi evinde yaşadıkları söylenebilir.

Çizelge 2. Örneklemin sağlık durumu

| Sağlık sorunları | Sayı | % |
|---|------|------|
| Görme ve işitme gibi duyu kayıpları | 30 | 27,3 |
| Bellek ve hafıza sorunları | 25 | 22,7 |
| Yer, zaman ve kişileri tanımakta zorlanma | 17 | 15,5 |
| Düşündüklerini ifade etmekte zorlanma | 11 | 10,0 |
| Bedensel kısıtlamalar | 55 | 50,0 |
| Hiçbir sağlık problemi yok | 26 | 23,6 |

Yaşlıların sağlık durumlarına ilişkin bulguların yer aldığı Çizelge 2 incelendiğinde, en fazla yığılmayla sırasıyla; bedensel kısıtlamalar, görme ve işitme gibi duyu kayıpları, bellek ve hafıza sorunları, yer zaman ve kişileri tanımakta ve düşündüklerini ifade etmekte zorlandıkları görülmektedir.

Çizelge 3. Yaşlıların giyim eşyası temin etme yolları

| Giyisi temin etme yolları | 65-69 yaş | | | 70-74 yaş | | | 75 + yaş | | | Toplam | | | χ^2 | P |
|----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|----------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | | |
| Kendim alırım ^a | 2 2,9 | 20 28,6 | 48 68,6 | 0 - | 10 40,0 | 15 60,0 | 2 13,3 | 5 33,3 | 8 53,3 | 4 3,6 | 35 31,8 | 71 64,5 | 6,221 | 0,183 |
| Çocuklarım alır | 15 21,4 | 45 64,3 | 10 14,3 | 2 8,0 | 20 80,0 | 3 12,0 | 3 20,0 | 7 46,7 | 5 33,3 | 20 18,2 | 72 65,5 | 18 16,4 | 6,606 | 0,158 |
| Akrabalarım alır | 60 85,7 | 9 12,9 | 1 1,4 | 18 72,0 | 7 28,0 | 0 - | 13 86,7 | 2 13,3 | 0 - | 91 82,7 | 18 16,4 | 1 0,9 | 3,702 | 0,448 |
| Arkadaşlarım alır | 62 88,6 | 7 10,0 | 1 1,4 | 23 92,0 | 2 8,0 | 0 - | 13 86,7 | 2 13,3 | 0 - | 98 89,1 | 11 10,0 | 1 0,9 | 0,874 | 0,928 |
| Eşim alır | 46 65,7 | 23 32,9 | 1 1,4 | 14 56,0 | 9 36,0 | 2 8,0 | 9 60,0 | 5 33,3 | 1 6,7 | 69 62,7 | 37 33,6 | 4 3,6 | 2,978 | 0,561 |

^a İlk satır sayı, ikinci satır ise yüzde değerleri göstermektedir.

1. Hiçbir zaman 2. Bazen 3. Her zaman

Yaşlıların giyim alış-verişlerini kimin yaptığına ilişkin bulguların yer aldığı Çizelge 3 incelendiğinde, en fazla yığılmanın kendilerinin satın aldığı seçeneğinde olduğu, yine büyük bir çoğunluğunun bazen çocuklarının yaptığı belirlenmiştir. Yaşlıların giyim alış-verişlerini akraba, arkadaş ve eşinin yapmasını çok fazla tercih etmedikleri görülmektedir.

Yapılan χ^2 ilişki analizi sonucunda; örneklemin yaş değişkeni ile giyim eşyası temin etme değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Çizelge 4. Yaşlı kadınların hazır giyim ürünlerini alırken dikkat ettikleri unsurlar

| Özellikler | 65-69 yaş | | | 70-74 yaş | | | 75 + yaş | | | Toplam | | | χ^2 | P |
|-----------------------------|------------|------------|------------|-----------|------------|------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|-------------|----------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | | |
| Vücuda uygunluk* | 0 - | 13 18,6 | 57 81,4 | 0 - | 4 16,0 | 21 84,0 | 0 - | 1 6,7 | 14 93,3 | 0 - | 18 16,4 | 92 83,6 | 1,282 | 0,527 |
| Rahat olması | 0 - | 2 2,9 | 68 97,1 | 0 - | 1 4,0 | 24 96,0 | 0 - | 0 - | 15 100 | 0 - | 3 2,7 | 107 97,3 | 0,578 | 0,749 |
| Kullanışlı olması | 0 - | 13 18,6 | 57 81,4 | 1 4,0 | 2 8,0 | 22 88,0 | 0 - | 2 13,3 | 13 86,7 | 1 0,9 | 17 15,5 | 92 83,6 | 4,897 | 0,298 |
| Dayanıklı olması | 0 - | 13 18,6 | 57 81,4 | 2 8,0 | 4 16,0 | 19 76,0 | 0 - | 1 6,7 | 14 93,3 | 2 1,8 | 18 16,4 | 90 81,8 | 8,220 | 0,084 |
| Bakım ve temizlik kolaylığı | 3 4,3 | 15 21,4 | 52 74,3 | 0 - | 7 28,0 | 18 72,0 | 1 6,7 | 0 - | 14 93,3 | 4 3,6 | 22 20,0 | 84 76,4 | 5,908 | 0,206 |
| Model özelliği | 14 20,0 | 40 57,1 | 16 22,9 | 7 28,0 | 14 56,0 | 4 16,0 | 6 40,0 | 7 46,7 | 2 13,3 | 27 24,5 | 61 55,5 | 22 20,0 | 3,236 | 0,519 |
| Dikim ve kumaş kalitesi | 4 5,7 | 36 51,4 | 30 42,9 | 1 4,0 | 10 40,0 | 14 56,0 | 2 13,3 | 7 46,7 | 6 40,0 | 7 6,4 | 53 48,2 | 50 45,5 | 2,732 | 0,604 |
| Renk ve desen seçenekleri | 4 5,7 | 36 51,4 | 30 42,9 | 4 16,0 | 15 60,0 | 6 24,0 | 6 40,0 | 8 53,3 | 1 6,7 | 14 12,7 | 59 53,6 | 37 33,6 | 17,637 | 0,001 |
| Fiyatı | 5 7,1 | 18 25,7 | 47 67,1 | 2 8,0 | 11 44,0 | 12 48,0 | 2 13,3 | 3 20,0 | 10 66,7 | 9 8,2 | 32 29,1 | 69 62,7 | 4,310 | 0,366 |

*İlk satır sayı, ikinci satır ise yüzde değerleri göstermektedir.

1.Önemsiz 2.Kısmen Önemli 3.Çok Önemli

Yaşlı kadınların hazır giyim ürünlerini satın alırken dikkat ettiği unsurlara ilişkin bulguların yer aldığı Çizelge 4 incelendiğinde, en fazla yığılmanın sırasıyla rahat olması, vücuda uygunluk, kullanışlı olması, dayanıklı olması, temizliği ve bakımının kolay olması, fiyat seçeneklerinin çok önemli olduğu, model özelliği, renk ve desen seçenekleri, dikim ve kumaş kalitesinin kısmen önemli olduğu görülmüştür.

Çizelge 5. Yaşlı kadınların hazır giysi satın almada problem yaşadıkları giysi türleri

| Giysi türleri | 65-69 yaş | | 70-74 yaş | | 75 + yaş | | Toplam | | χ^2 | P |
|---------------|-----------|------|-----------|------|----------|------|--------|------|----------|-------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % | | |
| Etek | 9 | 12,9 | 7 | 28,0 | 8 | 53,3 | 24 | 21,8 | 12,589 | 0,002 |
| Pantolon | 15 | 21,4 | 8 | 32,0 | 3 | 20,0 | 26 | 23,6 | 1,268 | 0,531 |
| Bluz/gömlek | 31 | 44,3 | 13 | 52,0 | 6 | 40,0 | 50 | 45,5 | 0,651 | 0,722 |
| Elbise | 10 | 14,3 | 4 | 16,7 | 3 | 20,0 | 17 | 15,6 | 0,333 | 0,847 |
| Ceket | 14 | 20,0 | 8 | 32,0 | 8 | 53,3 | 30 | 27,3 | 7,284 | 0,026 |
| Kaban | 5 | 7,1 | 5 | 20,0 | 1 | 6,7 | 11 | 10,0 | 3,598 | 0,165 |
| Manto | 6 | 8,6 | 4 | 16,0 | 4 | 26,7 | 14 | 12,7 | 3,954 | 0,139 |
| Yelek | 2 | 2,9 | 1 | 4,0 | 2 | 13,3 | 5 | 4,5 | 3,147 | 0,207 |
| Hiçbiri | 24 | 34,3 | 3 | 12,0 | 2 | 13,3 | 29 | 26,4 | 6,232 | 0,044 |

Çizelge yaş gruplarına göre incelendiğinde; 65-69 ve 70-74 yaş gruplarında yer alan yaşlı kadınlar hazır giyim ürünlerini satın alırken renk ve desen seçeneklerinin olmasını kısmen ve çok önemli bulurken, 70 yaş ve üstü kadınların kısmen önemli ve önemsiz seçeneklerinde yığılma gösterdiği görülmektedir.

Yapılan χ^2 ilişki analizi sonucunda; örneklemin yaş değişkeni ile renk ve desen değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Çizelge 5'te vücut yapılarına uygun giysi satın almada problem yaşadıkları giysi türleri incelendiğinde; yaşlıların büyük bir çoğunluğunun bluz/gömlek ve ceket satın alırken daha fazla sorun yaşadıkları belirlenmiştir. Yaşlı kadın tüketicilerin, etek ve ceketle yaş grupları büyüdükçe sorun yaşayanların oranının arttığı görülmektedir.

Yapılan χ^2 ilişki analizi sonucunda; örneklemin yaş değişkeni ile etek, ceket ve hiçbirini değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Çizelge 6. Yaşlı kadınların hazır giyim ürünlerinde tadilat yaptırma durumları

| Tadilat yaptırma durumları | 65-69 yaş | | 70-74 yaş | | 75 + yaş | | Toplam | | χ^2 | P |
|----------------------------|-----------|------|-----------|------|----------|------|--------|------|----------|-------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % | | |
| Hiçbir zaman | 1 | 1,4 | 0 | - | 0 | - | 1 | 0,9 | 3,186 | 0,785 |
| Nadiren | 19 | 27,1 | 10 | 40,0 | 6 | 40,0 | 35 | 31,8 | | |
| Sıklıkla | 31 | 44,3 | 10 | 40,0 | 7 | 46,7 | 48 | 43,6 | | |
| Her zaman | 19 | 27,1 | 5 | 20,0 | 2 | 13,3 | 26 | 23,6 | | |

Çizelge 6'da yaşlı kadınların satın aldıkları hazır giysilerde tadilat yaptırma durumları incelendiğinde; yaşlıların büyük bir çoğunluğunun satın aldıkları hazır giyim ürünlerinde sıklıkla tadilat yaptırıldıkları görülmektedir.

Yapılan χ^2 ilişki analizi sonucunda; örneklemin yaş değişkeni ile satın aldıkları hazır giyim ürünlerinde tadilat yaptırma değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Yaşlı kadınların hazır giyim ürünlerinde tadilat yaptırıldıkları bölümlere ilişkin bulguların yer aldığı Çizelge 7 incelendiğinde, en fazla yığılmanın paça boyunda her zaman seçeneğinde; beden, giysi boyu, kol boyu, bel ve kalçada ise bazen seçeneğinde olduğu görülmektedir.

Çizelge 7. Yaşlı Kadınların hazır giyim ürünlerinde tadilat yaptırdıkları bölümler

| Tadilat yaptırdıkları bölümler | 65-69 yaş | | | 70-74 yaş | | | 75 + yaş | | | Toplam | | | χ^2 | P |
|--------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|------------|------------|------------|----------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | | |
| Yaka | 56 80,0 | 12 17,1 | 2 2,9 | 17 68,0 | 8 32,0 | 0 - | 12 80,0 | 2 13,3 | 1 6,7 | 85 77,3 | 22 20,0 | 3 2,7 | 4,319 | 0,365 |
| Omuz | 51 72,9 | 18 25,7 | 1 1,4 | 18 72,0 | 5 20,0 | 2 8,0 | 9 60,0 | 6 40,0 | 0 - | 78 70,9 | 29 26,4 | 3 2,7 | 5,137 | 0,274 |
| Kol boyu | 27 38,6 | 32 45,7 | 11 15,7 | 8 32,0 | 13 52,0 | 4 16,0 | 3 20,0 | 5 33,3 | 7 46,7 | 38 34,5 | 50 45,5 | 22 20,0 | 8,192 | 0,085 |
| Beden | 22 31,4 | 39 55,7 | 9 12,9 | 6 24,0 | 14 56,0 | 5 20,0 | 2 13,3 | 10 66,7 | 3 20,0 | 30 27,3 | 63 57,3 | 17 15,5 | 2,718 | 0,606 |
| Giysi boyu | 12 17,1 | 36 51,4 | 22 31,4 | 3 12,0 | 11 44,0 | 11 44,0 | 3 20,0 | 5 33,3 | 7 46,7 | 18 16,4 | 52 47,3 | 40 36,4 | 2,675 | 0,614 |
| Bel | 21 30,0 | 33 47,1 | 16 22,9 | 8 32,0 | 12 48,0 | 5 20,0 | 7 46,7 | 4 26,7 | 4 26,7 | 36 32,7 | 49 44,5 | 25 22,7 | 2,488 | 0,647 |
| Kalça | 27 38,6 | 31 44,3 | 12 17,1 | 11 44,0 | 9 36,0 | 5 20,0 | 5 33,3 | 6 40,0 | 4 26,7 | 43 39,1 | 46 41,8 | 21 19,1 | 1,203 | 0,878 |
| Paça boyu | 15 21,4 | 18 25,7 | 37 52,9 | 6 24,0 | 3 12,0 | 16 64,0 | 3 20,0 | 3 20,0 | 9 60,0 | 24 21,8 | 24 21,8 | 62 56,4 | 2,143 | 0,709 |

İlk satır sayı, ikinci satır ise yüzde değerleri göstermektedir.

1. Hiçbir Zaman 2. Bazen 3. Her Zaman

Çizelge 8. Yaşlı kadınların giyinme kolaylığı açısından tercih ettikleri özellikler

| Giysi özellikleri | 65-69 yaş | | 70-74 yaş | | 75 + yaş | | Toplam | | χ^2 | P |
|--|-----------|------|-----------|------|----------|------|--------|------|----------|-------|
| | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % | Sayı | % | | |
| Önden açılan-kapanan giysiler | 42 | 60,0 | 16 | 64,0 | 13 | 86,7 | 71 | 64,5 | 3,843 | 0,146 |
| Arkadan açılan-kapanan giysiler | 8 | 11,4 | 2 | 8,0 | 3 | 20,0 | 13 | 11,8 | 1,323 | 0,516 |
| Omuzdan açılan-kapanan giysiler | 7 | 10,0 | 3 | 12,0 | 3 | 20,0 | 13 | 11,8 | 1,186 | 0,553 |
| Yere eğilerek çekmek zorunda kalmayacağım giysiler | 14 | 20,0 | 9 | 36,0 | 6 | 40,0 | 29 | 26,4 | 4,093 | 0,129 |

Yapılan χ^2 ilişki analizi sonucunda; örneklemin yaş değişkeni ile satın aldıkları hazır giyim ürünlerinde tadilat yaptırdıkları bölüm değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Yaşlı kadınların giyinme kolaylığı açısından tercih ettikleri özelliklere ilişkin bulguların yer aldığı Çizelge 8 incelendiğinde, en fazla yığılmanın önden açılan-kapanan ve yere eğilerek çekmek zorunda kalmayacakları giysiler seçeneklerinde olduğu görülmektedir.

Yapılan χ^2 ilişki analizi sonucunda; örneklemin yaş değişkeni ile giyinme kolaylığı açısından tercih ettiği özellikler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Çizelge 9. Yaşlı kadınların giyinme kolaylığı açısından tercih ettikleri kapama aksesuarları

| Aksesuarlar | 65-69 yaş | | | 70-74 yaş | | | 75 + yaş | | | Toplam | | | χ^2 | P |
|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|----------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | | |
| Fermuar* | 6 8,6 | 17 24,3 | 47 67,1 | 1 4,0 | 8 32,0 | 16 64,0 | 0 - | 7 46,7 | 8 53,3 | 7 6,4 | 32 29,1 | 71 64,5 | 4,298 | 0,367 |
| Düğme | 2 2,9 | 21 30,0 | 47 67,1 | 1 4,0 | 11 44,0 | 13 52,0 | 0 - | 5 33,3 | 10 66,7 | 3 2,7 | 37 33,6 | 70 63,6 | 2,325 | 0,676 |
| Çıtçıt | 19 27,1 | 32 45,7 | 19 27,1 | 7 28,0 | 13 52,0 | 5 20,0 | 6 40,0 | 4 26,7 | 5 33,3 | 32 29,1 | 49 44,5 | 29 26,4 | 2,801 | 0,592 |
| Agraf | 41 58,6 | 29 41,4 | 0 - | 14 56,0 | 11 44,0 | 0 - | 9 60,0 | 5 33,3 | 1 6,7 | 64 58,2 | 45 40,9 | 1 0,9 | 6,638 | 0,156 |

*İlk satır sayı, ikinci satır ise yüzde değerleri göstermektedir.

1.Hiçbir zaman 2.Bazen 3.Her zaman

Çizelge 9'da yaşlı kadınların giyinme kolaylığı açısından tercih ettikleri kapama aksesuarları incelendiğinde; yaşlıların büyük bir çoğunluğunun, fermuar ve düğmeyi her zaman, çıtçıtı ise bazen tercih ettikleri,agrafı tercih etmedikleri görülmüştür.

Yapılan χ^2 ilişki analizi sonucunda; örneklemin yaş değişkeni ile tercih ettikleri kapama aksesuarları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Tartışma

Yaşlı kadın tüketicilerin hazır giyim ürün tercihlerini etkileyen unsurları belirlemek için planlıp yürütülen araştırmada giysi satın alırken yaşadıkları sorunlar ve giysi tercihlerine ilişkin tartışma aşağıda sunulmuştur.

Örneklemin çoğunluğunun 65-69 yaş aralığında olduğu; büyük bir çoğunluğun kendi evinde yaşadıkları; yaşlıların bedensel kısıtlamalar, görme ve işitme gibi duyu kayıpları, bellek ve hafıza sorunları, yer zaman ve kişileri tanımakta, düşündüklerini ifade etmekte zorlandıkları belirlenmiştir.

Yaşlı kadınların büyük bir çoğunluğunun giyim alış-verişlerini kendilerinin yaptığı belirlenmiştir. Aydın ve ark. (2003)'nin yaptığı araştırma da, bu sonuçları destekler niteliktedir. Araştırmada yaşlı tüketicilerin giysilerini mağazalardan satın aldıkları ve satın alırken kendilerinin karar verdikleri belirlenmiştir.

Yaşlı kadınların, vücut yapılarına uygun giysi satın almada büyük bir çoğunluğunun bluz/gömlek ve ceketle sorun yaşadıkları, yaş gruplarına göre; 75 ve üzeri yaş grubunda yer alan yaşlı kadın tüketicilerin, diğer yaş gruplarına oranla etek ve ceket satın alırken daha fazla problem yaşadıkları belirlenmiştir. Araştırmada, yaşlı kadınların hazır giyim ürünlerini satın alırken dikkat ettiği unsurlar sırasıyla rahat olması, vücuda uygunluk, kullanışlı olması, dayanıklı olması, temizliği ve bakımının kolay olması, fiyat seçeneklerinin çok önemli olduğu belirlenmiştir. Aydın ve ark. (2003)'nın "Yaşlı tüketicilerin giyim tercihleri" konulu araştırmalarında, yaşlıların giysi satın alırken giysinin ergonomik olmasını tercih ettikleri belirlenmiştir. Ayrıca, Ağaç ve ark (2007)'nin yaşlı erkekler üzerinde yaptıkları araştırmada yaşlı erkeklerin, kadınlarda olduğu gibi hazır giyim ürünlerini satın alırken, en fazla yıgılmayla kullanışlılık, rahatlık ve vücuda uygunluk unsurlarına önem verdikleri belirlenmiştir.

Vural ve ark. (2001)'nin 120 yaşlı kadın üzerinde yaptıkları bir araştırmada, yaşlıların % 32'sinin hazır aldıkları giysi ölçülerinin vücutlarına uymadığı belirlenmiştir. Bu araştırmada yaşlı kadınların çoğunluğunun giysilerde sıklıkla tadilat yaptırdıkları belirlenmiştir. Yaşlıların giysilerde, paça boyunda her zaman, beden, giysi boyu, kol boyu, bel ve kalçada ise bazen tadilat yaptırdıkları tespit edilmiştir. Bu sonuca göre yaşlıların vücut ölçülerine uygun giysi bulamadığı için satın aldıkları giysilerde tadilat yaptırmak zorunda kaldıkları söylenebilir. Vural ve ark. (2007)'nin yaptığı araştırmada, kalıp sistemlerinde formülasyonla hesaplanan ölçüler ve yaşlılar üzerinden alınan ölçüler arasında farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Bundan dolayı yaşlı bireylerin fiziksel değişimlerinin göz önünde bulundurularak alınan ölçülerin kalıplara yansıtılması gerektiği savunulmuştur. Bu tür bir yaklaşım giysilerde yapılacak olan tadilatların büyük oranda azalmasını da sağlayacaktır.

Araştırmada, yaşlı kadınların önden açılan-kapanan ve yere eğilerek çekmek zorunda kalmayacakları özellikte giysileri tercih ettikleri belirlenmiştir. Kendi kendine giyinebilme hem yaşlı, hem de bakıcısı için çok önemlidir. Kişisel giyinme ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneği ile yaşlıların bakımı kolaylaşır (Erkan, 1988). Ayrıca giysiler giyinme sorunlarına neden olan özür durumları hakkındaki fonksiyonel sınırlılıklar içinde uygun olarak geliştirilmelidir (Büyükkoşkun, 1990). Böylece kişinin psikolojisi düzelir ve kendine olan güveni artar. Gönen ve Özgen (1997) yaptıkları çalışmada yaşlıların; çabuk hazırlanmalarına imkan veren ve fermuarı kolay çekilen, düğmesi kolay iliklenen giyim eşyasını tercih ettikleri; hazır giyim ürünlerinin genellikle yaşlıların ihtiyaçlarına uygun olmadığı belirlenmiştir. Araştırmamızda yaşlı kadınların giyinme kolaylığı açısından tercih ettikleri kapama aksesuarlarını belirlemede ulaştığımız sonuçta bu bilgiyi destekler niteliktedir. Yaşlı kadınların çoğunluğunun, fermuar ve düğmeyi her zaman, çıtçıtı ise bazen tercih ettikleri belirlenmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Yaşlı kadın tüketicilerin, yaşlanmaya bağlı oluşan problemleri giysi açısından ele alınarak, kadın tüketicilerin giysileri satın alırken problemlerle karşılaştıkları ve giysi tercihlerinde bazı öncelikleri olduğu belirlenmiştir. Yaşlı kadınların yaşam kalitesini etkileyen unsurlardan biri olan giysilerin, yaşlı bireylerin beklenti ve sorunlarının

dikkate alınarak üretilmesi, yaşanan sorunların azalmasına önemli ölçüde katkı sağlayacaktır. Bu bulgular ışığında aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir.

- Bireylere yaşlandıktan sonra da alışkın oldukları giyim tarzını, kendi beğeni ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik hazır giyim ürünlerini seçme fırsatı verilmesi kendilerine olan güvenlerini artıracaktır.
- Yaşlılıkta bedensel kısıtlamalar meydana geldiği göz önüne alınarak yaşlıların giyiyip çıkarma sırasında eğilmesine ya da uzanmasına gerek kalmayacak şekilde önden açılabilen giysiler üretilmesi uygun olacaktır.
- Yaşlı kadın tüketicilerin giysilerini kendi kendilerine kolayca giyiyip çıkarabilmeleri için kapama materyali olarak düğme ya da fermuar kullanılmasının uygun olacağı düşünülmektedir.
- Araştırmada, yaşlıların büyük bir çoğunluğunun satın aldıkları hazır giyim ürünlerinin paça, kol ve giysi boylarında tadilat yaptırdıkları belirlenmiştir. Yaşlıların vücut yapılarında meydana gelen değişimlerin tespit edilerek giyim ürünlerinin bu ölçülere cevap verecek şekilde hazırlanması yaşlıların giysi tadilatlarına ilişkin sorunlarını azaltacağı söylenebilir.

Yararlanılan Kaynaklar

- Ağaç, S., Çivitçi, Ş. ve Saygılı, B. (2007). Yaşlı erkek tüketicilerin giysi satın alma sırasında karşılaştıkları problemler. *IV. Ulusal Yaşlılık Kongresi*, 22-23 Kasım 2007. Ankara. (s.415-424).
- Akgün, B. (2007). Yaşlı Kadınların Giysi Seçmede Renklerin Rolü. *IV. Ulusal Yaşlılık Kongresi*, 22-23 Kasım 2007. Ankara. (s.397-405).
- Anonim (1993). “*Yaşlılık*” Medikana Genel Sağlık Ansiklopedisi, s:81
- Aydın, S., Bölat, S.A. ve Arga, M. (2003). Yaşlı tüketicilerin giyim tercihleri. *II. Ulusal Yaşlılık Kongresi*, 9-12 Nisan 2003. Denizli.
- Babaoğlu, M. (2007). *Yaşlılıkta kaliteli yaşam, yaşlı tüketiciler pazarı ve taraflara öneriler*. Hacettepe Üniversitesi, Geriatrik Bilimler Araştırma ve Uygulama Merkezi, Bölüm 22, Ankara. www.gebam.hacettepe.edu.tr (25.02.2009).
- Büyükcoşkun, A.(1990). *Yaşlı Bireylerin Sorunları ve Bakım Gereksinimlerinin Saptanması*. H.Ü Sağlık Bilimleri Enstitüsü. (Doktora Tezi) Ankara.
- Coates, J.F. (2005). From my perspective; The future of clothing. *Technological Forecasting & Social Change*, 72:101-110.
- Danış, M.Z. (tarihsiz). *Yaşlılık, yoksulluk ve yalnızlık*. Hacettepe Üniversitesi, Geriatrik Bilimler Araştırma ve Uygulama Merkezi, www.gebam.hacettepe.edu.tr (25.02.2009).
- Erkan, N. (1988). *Ergonomi*. MPM Yayınları, Ankara
- Gönen, E. ve Özgen, Ö. (1997). Hazır giyim sektöründe yeni bir pazar: Avrupa Birliğinde yaşlı tüketiciler. *Tekstil ve Konfeksiyon*, 1(1):65-69.

- Kacar, N. ve Kalıncara, V. (2007). Yaşlı kadın dış giyiminde renk ve model tercihleri. *IV. Ulusal Yaşlılık Kongresi, 22-23 Kasım 2007*. Ankara. (s.270-281).
- Oğuz, D. (2004). Yaşlılık, yaşlılar ve erişebilirlik. *Yaşlılık: Disiplinlerarası Yaklaşım, Sorunlar, Çözümler*. (Ed. V.Kalıncara). Odak Yayınevi, Ankara. (s.101-117).
- Özdamar, K., (2002) *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi*, Kaan Kitapevi, Eskişehir.
- Özgen, Ö. ve Kostak, H. (1996). Yaşlılara yönelik pazar ve tüketici tatmini. *Yaşlılık ve Yaşam Kalitesi Sempozyumu*. (Ed. V.Kalıncara). 20 Mart 1996. Ankara
- Özgen, Ö. ve Ufuk, H. (1999). Yaşlıların giysi tüketimine yönelik davranışları ve sorunları. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2):181-199.
- Tümerdem Y, (1992). *Toplum Hekimliği I (Halk Sağlığı I)* İst.Üniv. Rektörlüğü Yayınları: 3625. İstanbul.
- Uyer, G., (2004). Yaşlılık, *Medimagazin*, sayı 207, <http://www.medimagazin.com.tr/mm-yaslilik-ky-50465.html>, (25.02.2009).
- Vural, T., Çivitci, Ş. ve Ağaç, S. (2001). Yaşlı tüketiciler için fonksiyonel giysi tasarımları ve örnek bir çalışma. *I. Ulusal Yaşlılık Kongresi*, 10-11 Ekim 2001. Ankara. (s.194-203),
- Vural, T., Çileroğlu, B. ve Çoruh, E. (2007). Yaşlı kadın bireylerin vücut ölçülerinin giysi kalıpcılığı açısından incelenmesi. *IV. Ulusal Yaşlılık Kongresi, 22-23 Kasım 2007*, Ankara. (s.425-433).