

FARKLI BİÇİM (FORM) VE RENKLERİN GENÇ ODASI MOBİLYASI TERCİHİNE ETKİSİ

Oğuzhan UZUN¹, Mehmet SARIKAHYA², İhsan KÜRELİ³

¹Çankırı Karatekin Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Malzeme ve Malzeme İşleme Teknolojileri Bölümü, Çankırı, TÜRKİYE

²Afyon Kocatepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü, Afyonkarahisar, TÜRKİYE

³Gazi Üniversitesi, Teknoloji Fakültesi, Ağaçişleri Endüstri Mühendisliği Bölümü, Ankara, TÜRKİYE

oguzhanuzun19@hotmail.com

Özet-Bu araştırmada kullanıcıların genç odası mobilyalarına yönelik biçim/form ve renk tercihlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla kare, üçgen ve daireden türetilen formlarda sarı, kırmızı, mavi, turuncu, yeşil ve mor renklerde toplam 18 farklı genç odası tasarımı yapılmış ve katılımcılarının %31'inin erkek, % 69'unun kadın olduğu ve % 29'unun yaşının 20 olduğu 200 kişiye hangisini tercih edecekleri model ve renk oluşturulan bir anket yardımıyla sorulmuştur. Buna göre; en fazla tercih edilen biçim %54,5 ile kare ve ardından %33 ile daire ve %12,5 ile üçgenden türetilen formlar olarak belirlenmiştir. Kareden türetilen biçimin en fazla tercih edilen rengi mavi, üçgenden türetilen biçimin en fazla tercih edilen rengi mor, daireden türetilen biçimin en fazla tercih edilen rengi mavi olarak belirlenmiştir. Buna göre; genç odası tasarımcı ve üreticilerinin genç odası tasarımlarında öncelikle kare ve sonrasında daire ile üçgenden türetilen biçime yer vermeleri ve renk olarak da mavi ve mor renklere ağırlık vermeleri önerilebilir.

Anahtar Kelimeler-Mobilya, iç mimari, genç odası

EFFECTS OF DIFFERENT FORMS AND COLORS ON TEENAGER ROOM FURNITURE PREFERENCES

Abstract- In this research, it was aimed to determine the-form and color preferences of the users for teenager room furniture. For this purpose, 18 different teenager rooms in yellow, red, blue, orange, green and purple colors were designed in square, triangular and circular forms in total. 200 people, of whom 31% were male, 69% were female and 29% were 20 years old, were asked which to choose with a prepared questionnaire. According to this; it was determined that the most preferred form was square with 54.5% rate followed by a circular form with 33% rate and a-triangular form with 12.5% rate. The most preferred color is blue for the square form purple for the triangular form, and blue for the circular form. According to this; teenager room designers and manufacturers may be advised that they should primarily use square forms, then circular and triangular forms and focus their attention on blue and purple colors in teenager room designs.

Bu makale, 4. Uluslararası Mobilya ve Dekorasyon Kongresi'nde sunulmuş ve İleri Teknoloji Bilimleri Dergisi'nde yayınlanmak üzere seçilmiştir.

Key Words- Furniture, interior architecture, teenager room

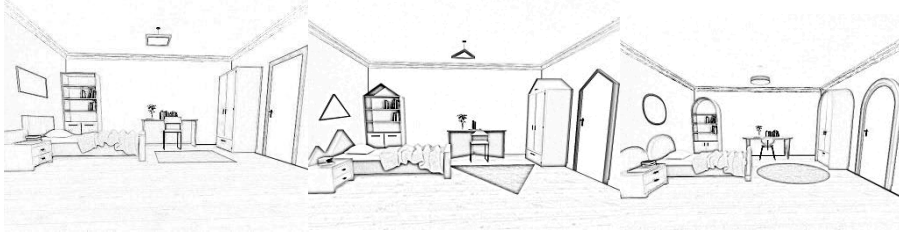
1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Mobilya şirketleri çağdaş küresel pazarda güçlü bir rekabetle karşı karşıya bulunmaktadır. Bu şirketler pazar paylarını iyileştirmek veya en azından devam ettirmek için sürekli çaba göstermelidirler. Tüketiciler günümüzde çok talepkardır ve ürün hakkında kalitesinden emin olabilmeleri için mümkün olduğunca çok bilgi istemektedirler [1-2]. Değişen tüketici istekleri ve tür kullanılabilirliği, sert ağaç ürünlerinin tasarımını ve imalatını etkilemektedir [3]. Fonksiyonellik, güvenilirlik, dayanıklılık, estetik özellikler ve güvenlik gibi ürün özellikleri, mobilyaların ürün değerini yansıtan özelliklerdir. Bu özelliklerin ürünlere yansıdığı seviyeye ürün kalitesi denir ve bu seviye, tüketici tercihlerine ve tüketici özelliklerine göre değişir [4]. Markalı mobilya satın almada müşterileri etkileyen ilk değişken, çeşitlilik (farklılık) iken fiyat ve kalite de diğer değişkenlerdir [5]. Bednarik ve Kovats karar mekanizmalarında fiyatın halen çok önemli bir faktör olduğunu belirtmişlerdir. Bununla birlikte, sosyal sorumluluk eğilimi, çevre koruma ve insan sağlığının değerlendirilmesi gibi konular da önemlidir; dolayısıyla ucuz eko-ürünlere olan gereksinimlerin mobilya pazarında da görünmesi beklenebilir [6]. Liker ve ark. Hırvatistan ve Slovenya'daki ahşap mutfak mobilyalarının satın alınması ile ilgili üç faktörün görece önemini belirlemeyi amaçlamışlardır. Ankete katılanlar, mutfak mobilya fiyatından daha fazla üretim ve tasarım konusunda endişeli bulunmuşlardır [1]. Berginc ve ark. önde gelen mobilya şirketleri ve tasarımcılarının yönetimlerinin, daha büyük yaratıcılık (daha yenilikçi çözümler), daha iyi tasarım ve daha fazla yeni fikirleri en yüksek güç ve işbirliği fırsatı olarak belirlediğini tespit etmiştir [7]. Aras ve Özdemir farklı sosyo-ekonomik durumdaki kullanıcıların mobilya tercihlerinin de farklı olduğunu belirtmiştir [8]. Kurtoğlu ve arkadaşları çalışmalarında; kötü bir mobilyanın sebep olduğu sırt, adale, bel ve ayak ağrıları gibi fizyolojik zararlarının yanında kişiyi rahatsız ve huzursuz edecek psikolojik etkilerinin de olabileceğini belirtmişlerdir [9]. Tüketicilerin satın alma sırasında belirttikleri tasarım beklentilerinde öncelik olarak imaj/görünüm, fonksiyonellik ve hijyenik olması, kolay temizlenebilmesi gelirken, güvenlik ve fiyat bu özelliklerden daha sonra yer almaktadır [10]. Mobilya tercihinde etkili olan faktörlerin başında ürünün kalite belgeli olması, ürünün mevcut ürünlerle uyumlu olması gelmektedir. Ürünün dikkat çekiciliği, moda uyumlu olması ve tasarım faktörleri daha sonra gelmektedir [11]. Kimi tüketici tercihte fonksiyonelliği ön plana çıkarırken, kimileri imaj yaratan büyük ve gösterişli mobilyalar isteyerek özgünlüğü ve estetiği ön plana çıkarmaktadır. Bazı tüketiciler fonksiyonun öncelikli olduğu minimalist ve sade tasarımlar isterken bazıları süslemeciliğin ön planda olduğu tasarımlar istemektedirler. Yine tüketiciye bağlı olarak renk, form, malzeme, desen, antropometrik uyum, armoni gibi ürün özellikleri tercihleri farklılık göstermektedir [4].

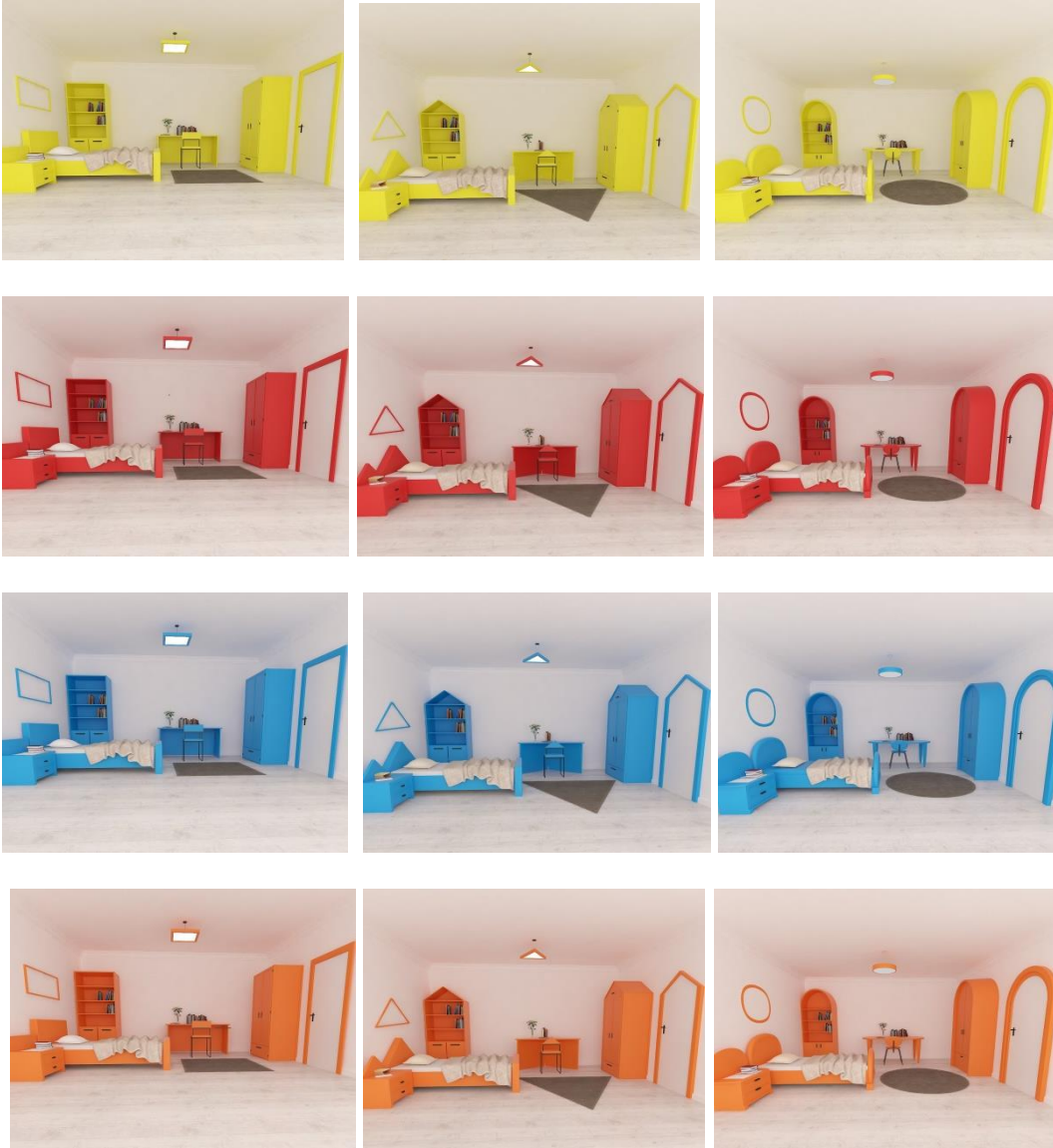
Bu çalışmada genel olarak mobilya tercihinde, özel olarak da genç odası mobilyası tercihinde etkin biçim ve rengin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla kare, üçgen ve daireden türetilen formlarda sarı, kırmızı, mavi, turuncu, yeşil ve mor renklerde toplam 18 farklı genç odası tasarımı yapılmış ve en çok tercih edilen biçim ve renk belirlenmiştir.

2. YÖNTEM (METHOD)

Bu araştırmada kullanıcıların genç odası mobilyalarına yönelik biçim ve renk tercihlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla kare, üçgen ve daireden türetilen formlarda (Şekil 1); sarı, kırmızı, mavi, turuncu, yeşil ve mor renklerde toplam 18 farklı genç odası tasarımı yapılmıştır (Şekil 2).



Şekil 1. Kare, üçgen ve daireden türetilen biçimler





Şekil 2. Farklı renklerde temel geometrik şekillerden türetilen genç odası mobilyaları

Oluşturulan bu genç odaları, 200 iç mimarlık ve çevre tasarımı öğrencisine bir anket yardımıyla sorulmuştur. Ankette ayrıca; katılımcıların cinsiyet, yaş ve sınıflarına yönelik sorular yer almaktadır. Katılımın kolay ve güvenilir olabilmesi için online anket sistemi kullanılmıştır. Çalışmanın verileri 2017 yılı Ocak-Mart aylarında Afyonkarahisar’da toplanmıştır.

3. BULGULAR (FINDINGS)

Katılımcıların cinsiyetlerine ilişkin veriler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Cinsiyet

Cinsiyet	f	%
Erkek	62	31
Kadın	138	69
Toplam	200	100

Buna göre; katılımcıların %69’unu kadınlar %31’ini erkekler oluşturmaktadır. Katılımcıların sınıflarına ilişkin veriler Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Sınıf

Sınıf	f	%
1	41	20,5
2	74	37
3	61	30,5
4	22	11
5	2	1
Toplam	200	100

Buna göre; katılımcıların %37’sini 2. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Katılımcıların yaşlarına ilişkin veriler Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Yaş

Yaş	f	%
17-21	145	72,5
22-25	49	24,5
25 üzeri	6	3
Toplam	200	100

Katılımcıların %72,5'inin yaşı 17-21 arasındadır.

Katılımcıların modelleri tercih etme yüzdelerine ilişkin veriler Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların modelleri tercih etme yüzdeleri

Model	f	%
Kare	109	54,5
Üçgen	25	12,5
Daire	66	33
Toplam	200	100

Buna göre; en fazla kareden türetilen modelin tercih edildiği belirlenmiştir.

Seçilen modellerin tercih edilme yüzdelerine ilişkin veriler Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Modeller için renk tercih yüzdeleri

	Sarı	Kırmızı	Mavi	Mor	Yeşil	Turuncu
Kare	15,6	17,4	36,7	17,4	5,6	7,3
Üçgen	8	28	20	36	0	8
Dairesel	13,6	13,6	34,8	15,2	1,6	21,2

Buna göre kareden türetilen model için en fazla mavi, üçgenden türetilen model için mor ve daireden türetilen model için de mavi rengin tercih edildiği belirlenmiştir.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA (CONCLUSION AND DISCUSSION)

Bu araştırmada kullanıcıların genç odası mobilyalarına yönelik biçim ve renk tercihlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla kare, üçgen ve daireden türetilen formlarda sarı, kırmızı, mavi, turuncu, yeşil ve mor renklerde toplam 18 farklı genç odası tasarımı yapılmıştır. Buna göre; en fazla tercih edilen biçim kare ve ardından daire ve üçgenden türetilen biçimler olarak belirlenmiştir. Kareden türetilen biçimin en fazla tercih edilmesi alışkanlıklardan ve bu tipteki mobilyaların piyasada yaygınlığından kaynaklanmış olabilir. Bunun yanında daire ve üçgenden türetilen formların da belirli oranlarda tercih edilmesi bu mobilyaların da talep gördüğü anlamına gelmektedir. Mobilya üreticilerinin ve tasarımcıların 10 farklı genç odası tasarımının 6'sını kare, 3'ünü daire ve 1'ini de üçgenden türetilen biçimlerde tasarlamaları önerilebilir. Mavi renk, kare ve daireden türetilen formlarda en fazla tercih edilen, yeşil renk ise tüm gruplarda en az tercih edilen renk olmuştur. Mobilya üreticilerinin ve tasarımcıların ürün arzlalarında mavi rengi yoğun bir şekilde kullanmaları önerilebilir. Bu araştırmada ana ve ara renklerle kare, üçgen ve daireden türetilen biçimler kullanılmıştır. Şüphesiz ki mobilyada renk

zenginliği çok fazla olup farklı biçimlerde mobilyalar da üretilebilir. Gelecek araştırmalarda farklı renkler ve biçimler sorgulanabilir.

5. KAYNAKLAR (REFERENCES)

- [1].Liker, B., Stirn L.Z, Bučar, D.G., and Hrovatin, J. (2016). Examination of decision factors in the process of buying kitchen furniture using conjoint analysis, *Drvna Industrija*, 67 (2) 141-147.
- [2].Oblak, L. and Glavonjić, B., (2014). A model for the evaluation of radio advertisements for the sale of timber products, *Drvna industrija*, 65 (4): 303-308.
- [3]. Bumgardner, M.,Nicholls, D., and Donovan, G. (2007). Effects of species information and furniture price on consumer preferences for selected woods, *Wood and Fiber Science*, 39(1), 71-81.
- [4]. Burdurlu, E., İlçe, A.C. and Ciritciođlu, H.H. (2004). Mobilya ürün özellikleri ile ilgili tüketicilerin tercih öncelikleri. http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/burdurlu_cerceve.html.
- [5]. Dodiya, B.M. (2015). A study on consumers' attitude and preferences towards branded plastic furniture with special reference to amreli district, *International Multidisciplinary Research Journal*, 2 (4).
- [6]. Bednárík, E. and Kováts, J.P. (2010). Consumer behaviour model on the furniture market, *Acta Silv. Lign. Hung.*, 6, 75-88.
- [7]. Berginc, J., Hrovatin, J., Feltrin, M., Machtig, S., Zupančič, A. and Oblak, L. (2011). Analysis of cooperation between furniture industry and designers in product development process, *Drvna Industrija* 62 (2) 129-136.
- [8]. Aras, A. and Özdemir, İ. (2017). Comparing furniture preference of housing living spaces of housing users from different socio-economic status, *Online Journal of Art and Design*, 5 (1) 46-60.
- [9]. Kurtoğlu, A., Koç, K.H. and Erdinler, E.S. (1997). Mobilya-kullanici ilişkileri ile mobilya seçiminde dikkat edilecek hususlar, *İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 47 (1-4), 13-28.
- [10]. Erdinler, E.S. and Koç, H. (2015). Mobilyada tüketici tercihleri ve tasarım beklentileri, 3. *Ulusal Mobilya Kongresi*, 1136-1149.
- [11]. Çabuk, Y., Karayılmazlar, S., and Türedi, H. (2012). Mobilya tercihinde tüketici davranışlarının demografik faktörler bakımından incelenmesi (Zonguldak ili örneği), *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 14 (21), 1-10.