

Araştırma Makalesi / Research Article

SÜRDÜRÜLEBİLİR MODA BAĞLAMINDA ERKEK GÖMLEK KOLEKSİYONU HAZIRLAMAYA İLİŞKİN ÖRNEK BİR UYGULAMA

Özge ÖZDEMİR¹

Meyrem ARGASAHİNOĞLU^{2*}

¹Sarah AŞ, Ankara, Türkiye

²Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fak., Moda Tasarımı Böl., Ankara, Türkiye

Gönderilme Tarihi / Received: 17.12.2024

Kabul Tarihi / Accepted: 21.05.2025

ÖZ: Tekstil ve moda sektörünün çevre, ekonomik ve sosyal anlamda birçok olumsuz uygulama ve yaklaşım içermesi yönüyle sürdürülebilirlikle doğrudan ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. Bu durum sürdürülebilir moda anlayışına yönelik farklı tasarım stratejilerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Tekstil ve moda sektöründeki üretim artıklarının, sürdürülebilir moda yaklaşımı ile değerlendirilerek özgün erkek gömlek tasarımlarından oluşan kapsül bir koleksiyon hazırlamak ve hazırlanan koleksiyona ilişkin erkek tüketicilerin görüşlerinin belirlenmesinin amaçlandığı bu araştırmanın modeli; tarama modeline dayalı betimsel bir araştırmadır. Araştırmada hazırlanan koleksiyona ilişkin erkek tüketicilerin görüşlerini belirlemek amacıyla anket hazırlanmıştır. Araştırmanın evrenini Ankara'da ikamet etmekte olan erkek tüketiciler, örneklemini ise anketi cevaplamaya gönüllü 390 erkek tüketici oluşturmaktadır. Anket sonucunda elde edilen veriler istatistiksel yöntemlerden faydalanılarak analiz edilmiş ve tablolar üzerinden yorumlanmıştır. Tüketicilerin yaş değişkeni ile hazırlanan koleksiyona ilişkin görüşleri arasında istatistiksel bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla χ^2 [Ki-kare] ilişki analizi yapılmıştır. Araştırma sonucunda, erkek tüketicilerin hazırlanan koleksiyonda yer alan tasarımları orijinal buldukları, hazırlanan koleksiyonun sürdürülebilirliğe katkı sağlaması açısından önemli olduğu, geliştirilen tasarımlardan satın almak istedikleri, geliştirilen tasarımların yeni bir giysi almaya yönelik istek uyandırdığı, geliştirilen tasarımları satın alması için çevrelerindekiilere önerebilecekleri belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir moda, hazır giyim üretim artıkları, erkek gömlek tasarımları.

AN EXAMPLE APPLICATION TO PREPARE MEN'S SHIRT COLLECTION IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE FASHION

ABSTRACT: It is possible to say that the textile and fashion industry is directly related to sustainability in terms of including many negative practices and approaches in environmental, economic and social terms: This situation leads to the emergence of different design strategies for sustainable fashion understanding. The model of this research, which aims to prepare a capsule collection consisting of original men's shirt designs by evaluating the production residues in the textile and fashion industry with a sustainable fashion approach and to determine the opinions of male consumers regarding the prepared collection, is a descriptive research based on the survey model. A questionnaire was prepared to determine the opinions of male consumers about the collection prepared in the research. The population of the research consists of male consumers residing in Ankara and the sample consists of 390 male consumers who volunteered to answer the questionnaire. The data obtained as a result of the survey were analyzed using statistical methods and interpreted through tables. In order to determine whether there is a statistical relationship between the age variable of the consumers and their opinions on the collection, χ^2 [Chi-square] relationship analysis was performed. As a result of the research, it has been determined that male consumers find the designs in the collection original, that the collection is important in terms of contributing to sustainability, that they want to buy the designs developed, that the designs developed arouse a desire to buy a new garment, and that they would recommend the designs developed to those around them for purchase.

Keywords: Sustainability, sustainable fashion, ready-to-wear production residues, men's shirt designs.

***Sorumlu Yazarlar/Corresponding Authors:** meyrem.arga@hbv.edu.tr

DOI: <https://doi.org/10.7216/teksmuh.1602971>

www.tekstilmuhendis.org.tr

1. GİRİŞ

Endüstri ve teknoloji alanında meydana gelen hızlı gelişmeler, insanların yaşam düzeylerindeki yükselme, hızlı nüfus artışı ve kentleşme gibi değişkenler atık oluşum miktarlarını da arttırmaktadır. Yüksek miktardaki atık ve artıkların kontrolsüz bir şekilde bertaraf edilmesi tüm canlıları tehdit edecek boyutlara varan hava, su ve toprak kirlenmesine neden olmaktadır [1]. Mevcut tüketim alışkanlıkları ve kullanılan üretim teknolojileriyle uzun dönemde insan yaşamının sürdürülmesinden söz etmek mümkün görünmemektedir. Öyleyse, doğanın sunduğu kaynaklardan faydalanırken doğaya yaratılan uzun dönemli etkilerin dikkate alınması gerekmektedir. Bu ise, ancak kaynakların nasıl bir değerlemeye tabi tutulması gerektiği sorusunu gündeme getirmektedir [2].

Sürdürülebilirliğin çevre ve insan yaşamı için önemi gün geçtikçe daha sık vurgulanmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramı, her ne kadar yaklaşık son 30 yılı kapsayan bir gündem haline gelmiş olsa da, gerçekte çok daha uzun birikimlerin sonucunda doğmuştur. İnsanın doğaya ve çevreye verdiği tahribattan dolayı bu kavram giderek önem kazanmıştır [3].

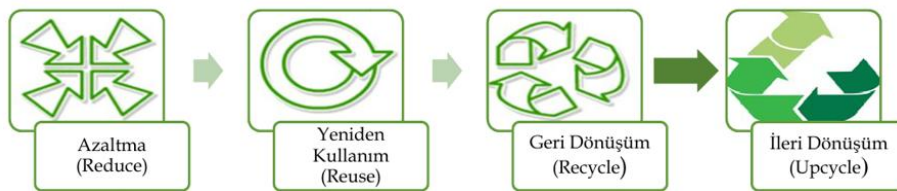
Tekstil ve moda sektörü günümüzde çevreye en fazla zarar veren sektörlerden biri olarak görülmektedir. Tekstil ve moda sektörünün, zamanla gelişerek hızlanması hazır giyim üretimini oldukça etkilemiştir. Hazır giyim ile moda giysilere daha ucuz ve daha hızlı ulaşım imkânı sağlanmıştır [4]. Ürünlerin ucuza temin edilmesi ise ürünlerin kullanım ömrünü kısaltmış ve atık haline gelme sürecini de hızlandırmıştır [5]. Sürekli değişen ve yenilenen modaya ayak uydurmak isteyen büyük/küçük markalar “bilinçsiz üretim” çılgınlığına katkı sağlamıştır. Üretimin hızlanması ile kalitesi ve maliyeti düşük, doğa dostu olmayan ürünler oraya çıkmıştır.

Artan üretim ve tüketim, çevresel sorunları da beraberinde getirmiştir. Hazır giyim endüstrisi de neden olduğu hızlı tüketim sebebiyle yarattığı çevresel yük ile süreçten etkilenmekte ve bu değişime ayak uydurmak durumundadır. Moda sektörünün sebep olduğu atıkların yok edilmesi tekstil ve hazır giyim endüstrisi için önemli bir konudur [6]. Moda büyüyen bir sektördür, ancak ucuz ve hızlı modaya olan talep yüksek bir çevresel ayak izine sahiptir. Bazı markalar atıkları azaltmak, geri dönüşümü yaygınlaştırmak ve ileri dönüşümü teşvik etmek için yenilikler yaparak öncülük etmektedir. Ancak modayı daha sürdürülebilir hale getirmek, tüketici ve endüstri işbirliğini gerekli kılmaktadır [7]. Hem üretim

hem de tüketim sonrası oluşan tekstil atıkları, çeşitli çevresel, ekonomik ve sosyal sorunlara yol açmaktadır [8]. Sürdürülebilir moda, tekstil ve hazır giyim sektöründe, hammaddeden nihai ürüne kadar olan üretim sürecinin yanı sıra, üretim sonrası aşamalarda da üretim atıklarının çevre dostu yöntemlerle değerlendirilmesini ve kullanım sonrasında sürdürülebilir yaklaşımların benimsenmesini desteklemektedir [9]. Hazır giyim sektöründe yıllık ortalama 121.566 ton katı atık çıkmakta ve bunlardan 82441 ton atık bertaraf edilmektedir. Bertaraf yöntemlerine bakıldığında ise 35416 ton atığın çöplüğe, 1773 ton atık geliş güzel atılmakta, 3 ton atık ise göle ya da nehre atılarak bertaraf edilmektedir [10]. Bu rakamlar, tekstil ve moda sektöründe ortaya çıkan atık ve artıkların değerlendirilmesinin hem ekonomik hem de çevre açısından ne kadar büyük bir öneme sahip olduğunu sergilemektedir.

Fletcher, üretim sonrasında kumaş, iplik, aksesuardan oluşan birçok atık meydana geldiğine dikkat çekmektedir. İşletmeler bu atıkları genellikle yakarak ya da çöpe atarak ortadan kaldırmaktadır. Her iki yöntemde de doğaya ciddi zararlar verilmektedir. Bu üretim artıklarının, yakarak ya da çöpe atarak doğaya zarar vermek yerine sürdürülebilir hale getirilmesi gerekmektedir. Bu üretim artıklarının özelliklerinden yararlanılarak içindeki bileşenlerin fiziksel, kimyasal veya farklı yöntemlerle başka ürünlere dönüştürülmesi [recycling], veya fiziksel, kimyasal ve diğer özellikleri hiç değiştirilmeden yeniden kullanıma sunulması [reuse] ile mümkündür [11]. Ortaya çıkan atıkların azaltılması [reduce] için ise farklı yöntemler kullanılmaktadır. Atık ve artıklar ile mücadele etmek amacı ile ortaya çıkan bu yaklaşım “3R” [Reduce-Reuse-Recycle] olarak adlandırılmaktadır. Şekil 1’de 3R ve ileri dönüşüm kavramlarının simgelerine yer verilmektedir.

Üretim artıklarının çevreye kimyasal olarak büyük zararlar vereceği ve ekonomik açıdan da önemli kayıp olduğu düşünüldüğünde, öncelikle işletme yöneticilerinin üretim artıklarının değerlendirilmesi konusunda yöntemler geliştirmesi ve bu konudaki duyarlılık ve kararlılıklarının artırılması gerektiği söylenebilir [13]. Son dönemlerde ileri dönüşüm ve geri dönüşüm felsefelerini benimseyerek sosyal sorumluluğa ve çevreye önem veren şirketler hızla çoğalmaktadır [14]. Ancak döngüsel ekonomi ve atık sorunu giderek daha fazla dikkat çekmesine rağmen, tekstil ve hazır giyim endüstrisinin hâlâ diğer sektörlerin gerisinde kaldığı söylenebilir [15].



Şekil 1. Simgelerle 3R ve ileri dönüşüm [12]

Sürdürülebilirlik kriterlerine uyum sağlaması, işletmelere bir taraftan çevresine karşı sorumluluklar yüklerken bir taraftan da yeni imkanlar ve iş fırsatları yaratmaktadır. Uzun dönemde kendi devamlılıklarını sağlayabilmek için kaynak bulma imkânı elde edilebilmektedirler. Hem insana hem de doğaya karşı olumlu etkileri konusunda bilinçlenmeye başlayan işletmelerin aslında kendi devamlılıkları için de sürdürülebilirlik anlayışını benimsemeleri önem taşımaktadır. Bunu misyon edinen veya bu anlayışla hareket eden hazır giyim markalarından söz etmek mümkündür [16].

Tekstil ve hazır giyim sektöründe ortaya çıkan atık ve artıklar için çeşitli bertaraf yöntemleri bulunduğu gibi, değersiz sayılan atık ve artıkların tekrar üretime katılması veya çeşitli ürünler içerisinde değerlendirilmesi adına çalışmalar da yapılmaktadır [1]. Paralı çalışmada, tüketici öncesi ve sonrası tekstil giyim eşyalarının yeniden üretimi ve geri dönüşümünün, bakir malzemeden yapılan yeni kıyafetlerin satın alınmasına kıyasla çevresel yükte bir azalma sağladığını belirtmekte ve farklı işletmelerden elde edilen üretim sonrası kumaş atıkları ve mevcut tüketim öncesi/sonrası kumaş atıkları ile eski kullanılmayan giysilerden iki yelek, bir elbise ve bir bluzdan oluşan 4 parçalık deneysel bir koleksiyon hazırlanmıştır [17].

Şenol tarafından yapılan, atıkları değerlendirme üzerine olan başka bir çalışma kapsamında, denim hazır giyim atıklarından yeniden yapım yöntemi ile deneysel olarak 5 adet giyilebilir ürün tasarlanmıştır. Böylece tekstil hammaddesine olan talep azaltılırken ileri dönüşüm alanında yeni istihdam ve eğitim olanakları konusunda farkındalık oluşturulması hedeflenmiştir. [18]. Kılıç çalışmada, işletmelerden elde ettiği artık kumaşları kullanarak giysi tasarımları oluşturmuş ve ‘Artıklar, Artık Çöp Değil’ temalı 10 parçalık koleksiyon hazırlanmış ve sektörün sürdürülebilir moda kavramına farkındalığının artırılmasına dikkat çekmiştir [19].

Niinimäki, çalışmada bazı moda işletmelerinin, satılmayan giysileri yeniden tasarlayarak olumlu bir imaj oluşturmaya çalıştıklarını vurgulamakta ve konuya ilişkin kadın giyiminden örneklerle yer vermektedir [15]. Güner ve Çeğindir’in çalışmalarında, kullanılmayan giysileri, yaratıcı aktiviteler yoluyla yeniden kullanıma kazandırmak amacıyla bir meslek edinme kursunda atölye çalışmaları kapsamında ileri dönüşüm yöntemi ile 13 ürün elde edilmiş ve atölyede yapılan yaratıcı aktivitelerin, bireylere kazandırdıklarının değerlendirilmesi için iki farklı türde veri toplama tekniği kullanılmıştır [12]. Sürdürülebilir moda kapsamında yapılan uygulamalı çalışmalar incelendiğinde genellikle kadın ve çocuk giyimi üzerine olduğu dikkat çekmektedir.

Tekstil ve moda ürünlerinin çevreye etkileri üretim ortamlarıyla sınırlı kalmamaktadır. Hangi ürünlerin tercih edildiği, nasıl kullanıldıkları, kullanılmayan ürünlerin nasıl değerlendirildikleri de çevreye etkileri açısından aynı önemi taşımaktadır [20]. Saini ve diğerleri kullanılmış moda ürünlerinin yeniden kullanılabilmesinin atıkları neredeyse %70 oranında azaltabilece-

ğini ve gelecekte, tekstil geri dönüşümünün, tekstil üretimi kadar önemli bir endüstriyel faaliyet alacağını belirtilmektedir [21].

Günümüzde giderek daha fazla tüketici, çevresel sorunlara çözüm bulma umuduyla kişisel tüketim alışkanlıklarını değiştir-me sorumluluğunu üstlenmekte ve ürün tercihinden, imhasına kadar olan süreçte çevreyi koruma bilinciyle hareket etmektedir [22]. Bu yönüyle düşünüldüğünde tüketicilerin sürdürülebilir moda ile ilişkili görüşleri ve farkındalıkları da büyük önem kazanmaktadır. Araştırmada, hazır giyim sektöründeki üretim artıklarının, sürdürülebilir moda yaklaşımı ile değerlendirilerek özgün erkek gömlek tasarımlarından oluşan kapsül bir koleksiyon hazırlamak ve hazırlanan koleksiyona ilişkin erkek tüketicilerin görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Araştırma kapsamında hazırlanan kapsül koleksiyonun, işletmelerde ortaya çıkan üretim artıklarının azaltılmasına örnek olacağı ve sürdürülebilir moda konusunda tüketicilerde farkındalık yaratması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Yapılan araştırmalarda, sürdürülebilirlik adı altında daha fazla giysi çeşidinin olması, daha fazla üretim ve tüketim yapılması sebebiyle genellikle kadın giyimi üzerine uygulamalı çalışmaların yapıldığı belirlenmiş, erkek giyimi üzerine daha önce sürdürülebilirlik adı altında bu tarz uygulamalı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Erkek giyiminde en fazla tercih edildiği düşünülen gömlekler için yapılacak uygulamalı sürdürülebilir tasarım çalışmalarının Türkiye’de erkek gömlek giyim üzerine bir ilk olacağı ve bu nedenle de önemli olduğu düşünülmektedir.

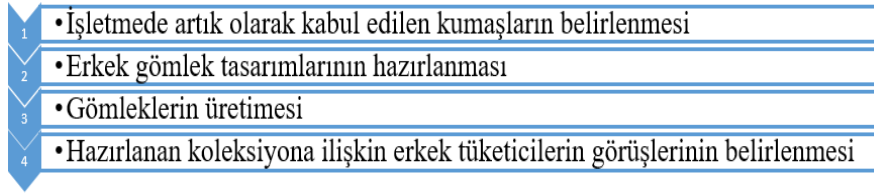
2. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örneklem, veri toplama teknikleri ve verilerin analizi konularına yer veril-mektedir.

2.1. Araştırmanın Modeli

Hazır giyim sektöründeki üretim artıklarının, sürdürülebilir moda yaklaşımı ile değerlendirilerek özgün erkek gömlek tasarımlarından oluşan kapsül bir koleksiyon hazırlamak ve hazırlanan koleksiyona ilişkin erkek tüketicilerin görüşlerinin belirlenmesinin amaçlandığı bu araştırma, tarama modeline dayalı betimsel bir araştırmadır. Betimsel [survey] araştırmalar belli bir zaman kesiti içinde çok sayıda denek veya objeden elde edilen verilerin analizi ile araştırma problemine veya problemlerine cevap arandığında uygulanacak araştırma yöntemleridir [23].

Araştırma, örnek uygulamaları yönüyle, “üretilmiş ya da üretilmekte olan bilginin denemeli uygulaması” olan uygulamalı araştırma niteliklerini de taşımaktadır. “Uygulamalı araştırma, üretilen bilginin değerlendirilmesi ile problemlerin fiilen çözümünü gerçekleştirmeyi amaçlayan "problem çözme odaklı" araştırmadır. Bu bağlamda ürün ve uygulamalarda yenileme ve iyileştirmeler hedeflenir. Bilginin denemeli uygulamasıdır; hedeflenen sonuç elde edilinceye kadar sürdürülen bir süreçtir [24]. Şekil 2’de araştırma süreç şemasına yer verilmiştir.



Şekil 2. Araştırma Süreci Şeması

- **İşletmede artık olarak kabul edilen kumaşların belirlenmesi:** Araştırma kapsamında büyük ölçekli bir erkek giyim işletmesiyle görüşülmüştür. İşletmede artık olarak kabul edilen kumaşların neler olduğu ve koleksiyonda kullanılabilecek kumaşlar belirlenmeye çalışılmıştır.
- **Erkek gömlek tasarımlarının hazırlanması:** İşletmede artık olarak değerlendirilen kumaşlar alınarak, bu kumaşların değerlendirilmesine yönelik erkek gömlek tasarımları hazırlanmıştır. Tasarımlar arasından üretilmek üzere 10 model belirlenmiştir.
- **Gömleklerin Üretilmesi:** Belirlenen tasarımların üretim aşaması X fabrikasında araştırmacı ve fabrika çalışanları tarafından ortak olarak gerçekleştirilmiştir. Gömlekler regular fit ve M/40 beden olarak üretilmiştir.
- **Hazırlanan koleksiyona ilişkin erkek tüketicilerin görüşlerinin belirlenmesi:** Sürdürülebilir moda bağlamında artık kumaşlardan hazırlanan özgün erkek gömlek tasarımlarına ilişkin erkek tüketicilerin bakış açılarını belirlemek amacıyla anket hazırlanmış ve 390 tüketiciye uygulanmıştır.

2.2. Evren ve Örneklem

Erkek giysi üretimi gerçekleştirilen bir hazır giyim işletmesinde gerekli incelemeler yapılarak, işletmede kullanılmayan artık kumaş parçalarının sürdürülebilir yaklaşımlar ile 10 parça özgün erkek gömlek tasarımından oluşan kapsül bir koleksiyon hazırlamak ve hazırlanan koleksiyona ilişkin erkek tüketicilerin görüşlerinin belirlenmesi amacıyla planlanıp yürütülen araştırmanın evrenini Ankara’da ikamet etmekte olan erkek tüketiciler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise anketi cevaplamaya gönüllü 21-65 yaş arası 390 erkek tüketici oluşturmaktadır. Yaş üst sınırı belirlenirken Dünya Sağlık Örgütü’nün sınıflaması esas alınmıştır. Dünya Sağlık Örgütü’ne göre 65 yaş “genç” sınıflamasının üst sınırı ve “yaşlılık” başlangıcı olarak kabul edilmektedir [25]. Bu nedenle 21-65 yaş arası erkek tüketiciler araştırma kapsamına alınmıştır.

Farklı kültürlerden insanların bir arada yaşadığı büyükşehirlerden biri olması sebebiyle, evren Ankara’da yaşayan erkek tüketiciler olarak belirlenmiştir. Özellikle, büyükşehirlerde veya metropollerde yaşayan bireyler kimliklerini oluştururken giysi tercihlerinde gelişen teknoloji ve kitle iletişim araçları aracılığıyla birçok moda markası hakkında bilgi sahibi olmakta, trendleri takip etme fırsatını yakalamakta ve birbirlerini etkilemektedirler [26]. Araştırmanın evrenini oluşturan Ankara erkek nüfusu 2022 verilerine göre 2.856.479’dur [27]. Anderson tarafından

1.000.000 25.000.000 arası evren büyüklüğüne sahip araştırmalar için örneklem büyüklüğü 384 olarak hesaplanmıştır [28]. 2.856.479 evren büyüklüğüne sahip olan araştırmada, en düşük örneklem büyüklüğünün 384 olması gerektiği belirlenmiştir. Bu nedenle araştırmada 390 kişiye anket uygulanmıştır. Tüketicileri yönlendiren sosyal, psikolojik, ekonomik ve kültürel etkenlerin yanı sıra kişisel özelliklerin de satın alma davranışlarında önemli etkisi olduğu dikkate alındığında, araştırmanın amacına ulaşmada örneklem grubunun demografik özelliklerinin belirlenmesinin önemi de ortaya çıkmaktadır. Örnekleme oluşturan tüketicilerin demografik özelliklerine yönelik bulgular incelendiğinde;

- %59’unun 21-30, %25,9’unun 31-40 yaş, %10’u 41-50 yaş aralığında, %5,1’i ise 51 yaş ve üzerinde olduğu,
- %62,2’sinin bekar, %37,8’inin evli olduğu,
- %55,9’unun lisans, %17,7’sinin ön lisans, %14,6’sının lisansüstü, %11,0’inin ortaokul, %0,8’inin ilköğretim programlarından mezun olduğu,
- %29,4’ünün kamu personeli, %23,6’sının özel sektör, %18,7’sinin serbest meslek, %16,7’sinin öğrenci ve %11,6’sının emekli olduğu görülmektedir.

2.3. Veri Toplama Tekniği

Araştırmada, hazırlanan koleksiyona ilişkin erkek tüketicilerin görüşlerini belirlemeye yönelik veri toplamak amacıyla anket hazırlanmıştır. İlgili literatür taranarak anket soruları oluşturulmuştur. Anket iki bölüm ve 25 sorudan oluşmaktadır. Birinci bölümde örneklemin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 5 soru, ikinci bölümde ise örneklemin hazırlanan koleksiyonu tasarım, sürdürülebilirlik, fiyat ve satın alma istekleri açılarından değerlendirmelerine yönelik 3’lü likert ölçeğinden oluşan 20 soru yer almaktadır. Ankette yer alan likert tipi sorular 1=Katılmıyorum, 2=Kısmen Katılıyorum, 3=Katılıyorum, şeklinde derecelendirilmiştir. Anket uygulama aşamasında önce katılımcıya koleksiyona ilişkin görseller [tasarımlar ve üretimi gerçekleştirilmiş gömlek fotoğrafları] gösterilmiş ve daha sonra koleksiyonu değerlendirmeleri istenmiştir. Anketi uygulamaya geçmeden önce 50 kişiye pilot uygulama yapılmıştır. Anket sorularının ölçek güvenilirliğini belirlemek amacıyla Cronbach Alpha [α] test istatistiği sonuçlarına bakılmıştır. Anketin Cronbach Alpha [α] değerleri Tablo 1’de verilmiştir.

Cronbach Alpha katsayısı $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek oranda güvenilir kabul edilmektedir [29,30]. Yapılan çalışmada anket 20 madde ve 4 ölçekten oluşmaktadır. Ölçekte yer alan “Koleksiyonun Tasarım Açısından Değerlendirilmesi” 8 maddeden oluşmakta ve α katsayısı 0,810, “Koleksiyonun

Sürdürülebilirlik Açısından Değerlendirilmesi” 4 maddeden oluşmakta ve α katsayısı 0,811, “Koleksiyonun Satın alma İsteği Açısından Değerlendirilmesi” 4 maddeden oluşmakta ve α katsayısı 0,886, “Koleksiyonun Fiyat Açısından

Değerlendirilmesi” 4 maddeden oluşmakta ve α katsayısı 0,808 olarak hesaplanmıştır. Bulunan veriler 0,80 ve üzeri olduğu için yapılan anket güvenilir kabul edilmiştir.

Tablo 1. Cronbach [α] Güvenilirlik Analizi

Ölçek Boyutları	Madde sayısı	Cronbach [α]
Koleksiyonun tasarım açısından değerlendirilmesi	8	,810
Koleksiyonun sürdürülebilirlik açısından değerlendirilmesi	4	,811
Koleksiyonun satın alma isteği açısından değerlendirilmesi	4	,886
Koleksiyonun fiyat açısından değerlendirilmesi	4	,808
Ölçek Geneli [Tüm Boyutlar]	20	,918

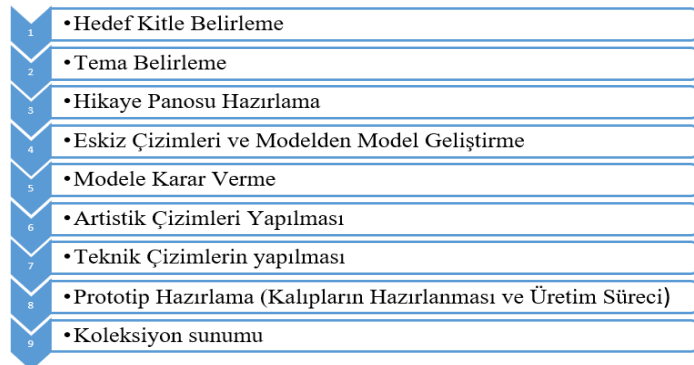
2.4. Verilerin analizi

Hazırlanan koleksiyona ilişkin görüşleri arasında istatistiksel bir ilişki olup olmadığını belirlemek Araştırmada artık kumaşlardan hazırlanan kapsül koleksiyona ilişkin erkek tüketicilerin görüşlerinin yer aldığı anketten elde edilen veriler IBM SPSS paket programına [Statistical Package for Social Sciences] aktararak frekans ve yüzde dağılımları ilgili tablolarda verilmiştir. Bulgular gerek kendi içerisinde gerekse birbirleriyle ilişkilendirilerek tartışılmıştır. Tüketicilerin yaş değişkeni ile hazırlanan koleksiyona ilişkin görüşleri arasında istatistiksel bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla χ^2 [Ki-kare] ilişki analizi yapılmıştır. Sonuçlar $P < 0,05$ anlamlılık düzeyi baz alınarak değerlendirilmiştir.

3. BULGULAR VE YORUM

3.1. Sürdürülebilir moda bağlamında hazır giyim işletmelerinde ortaya çıkan artık kumaşları kullanılarak özgün erkek gömlek tasarımlarından oluşan kapsül bir koleksiyon hazırlanması.

Bu bölümde 10 parçadan oluşan erkek gömlek koleksiyonu aşağıda belirtilen aşamalar doğrultusunda sunulmuştur.



Şekil 3. Koleksiyon Süreç Şeması

• Hedef Kitle Belirleme

Yeniliklere açık, dinamik, çevre sorunlarına karşı duyarlı, günlük hayatta spor şıklığı tercih eden erkek tüketiciler hedef kitle olarak belirlenmiştir.

• Tema Belirleme

Tasarımda tema, giysi tasarımındaki seçimleri kolaylaştırmak ve tasarlanan giysiler içerisinde tutarlılığı sağlamak için belirlenmektedir [31]. Koleksiyonun teması yeniden doğuş anlamına gelen “Re Born” olarak belirlenmiştir. Artık parçaları kullanarak sürdürülebilir tasarım uygulamaları ile yeni bir ürün doğmasından yola çıkılarak koleksiyona “Re Born” ismi verilmiştir.

• Hikaye Panosu Hazırlama

Koleksiyona yönelik hazırlanan hikaye panosunda artık parçaların dönüşümünü yansıtan görseller kullanılmıştır. Resim 1’de hikaye panosu yer almaktadır.

Artıkların, sürdürülebilir tasarım uygulamaları ile dönüşümünü gösteren Resim 1’de hazırlanan koleksiyonun artık kumaş renk pantone kodları, artıklar ve artıkların birleşmesi ile yeniden doğan ürün görselleri bulunmaktadır. Pano artıklardan oluşan her şeyin bir sezon trendi olması yerine sonsuz bir ileri dönüşüm döngüsü olmasını gerektiğini anlatmaktadır.

• Eskiz Çizimleri ve Modelden Model Geliştirme

Araştırma kapsamında işletme yöneticileri ile yapılan görüşmeler ile işletmede artık olarak kabul edilen kumaşlar belirlenmiştir. El edilen bu bulgular doğrultusunda bu artık kumaşlar arasından, birbiri ile renk ve doku olarak uyumlu olan kumaşlar belirlenmiştir. Bu kumaşlara uygun eskiz erkek gömlek çizimleri bilgisayar ortamında yapılmıştır. Koleksiyon için yapılan eskiz çizimleri arasından 10 adet tasarım seçilmiştir. Seçilen modellerin geliştirme çizimleri yapılmıştır. Çizim 1’de yapılan eskiz çizimlere ait örneklere yer verilmiştir.



Resim 1. Hikaye Panosu



Çizim 1. Koleksiyona Ait Eskiz Çizim Örnekleri

• Modele Karar Verme

Eskiz ve geliştirme çizimleri arasından “Re Born” temalı koleksiyon için, işletmeden elde edilen üretim artıklarının renk ve doku uyumları da dikkate alınarak en uygun olduğu düşünülen modeller koleksiyonda yer almak üzere belirlenmiştir. Koleksiyonda yer alan 8 model top başı, top sonu gibi büyük artık kumaş parçalarının, 2 model ise kesim sonrası ortaya çıkan küçük parçaların değerlendirilmesine yönelik olarak tasarlanmıştır.

• Artistik Çizimlerin Yapılması

Koleksiyon için belirlenen tasarımların artistik çizimleri bilgisayar ortamında Adobe Illustrator programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Tasarımların renklendirmeleri gerçekleştirilirken işletmeden elde edilen kumaşların renkleri dikkate alınmıştır.

• Teknik Çizimlerin Yapılması

Koleksiyon için belirlenen tasarımların teknik çizimleri bilgisayar ortamında Adobe Illustrator programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

• Prototip Hazırlama [Kalıpların Hazırlanması ve Üretim Süreci]

Model uygulamalı ve üretim kalıplarının hazırlanması, araştırma kapsamına alınan işletmede gerçekleştirilmiştir. Temel kalıp olarak işletme tarafından kullanılan “M” beden “slim fit” kalıp kullanılmıştır. Koleksiyonu oluşturan erkek gömlek tasarımlarının üretimi uygun dikim teknikleri kullanılarak yine araştırma kapsamına alınan işletmede gerçekleştirilmiştir.

• Koleksiyonun Sunumu

Bu bölümde koleksiyonda yer alan 10 tasarıma ait artistik çizimlere [Çizim 2] ve tasarımların üretilmiş görseline [Resim 2] yer verilmiştir.

3.2. Sürdürülebilir moda bağlamında hazırlanan erkek gömlek koleksiyonuna ilişkin erkek tüketicilerin görüşlerinin belirlenmesi

Bu bölümde, erkek tüketicilerin sürdürülebilirlik bağlamında artık kumaşlardan hazırlanan özgün erkek gömlek tasarımlarına bakış açılarını belirlemek amacıyla uygulanan anketten elde edilen bulgulara yer verilmiştir.



Çizim 2. Koleksiyona Ait Tasarımlar



Resim 2. Üretimi Gerçekleştirilen Gömlekler

Tablo 2. Tüketiciler Tarafından Hazırlanan Koleksiyonun Tasarım Açısından Değerlendirilmesi

İfadeler		Yaş					X ²	P
		21-30	31-40	41-50	51 ve üstü	Toplam		
		S[%]	S[%]	S[%]	S[%]	S[%]		
Tasarlanan gömlekler zevkime hitap ediyor.	1	36[15,7]	21[20,8]	6[15,4]	7[35,0]	70[17,9]	14,768	0,022
	2	106[46,1]	28[27,7]	14[35,9]	7[35,0]	155[39,8]		
	3	88 [38,3]	52[51,5]	19[48,7]	6[30,0]	165[42,3]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		
Tasarlanan gömlekleri rahat bir şekilde kombinleyebilirim.	1	33[14,3]	18[17,8]	6[15,4]	8[40,0]	65[16,7]	18,579	0,005
	2	92[40,0]	26[25,7]	10[25,6]	8[40,0]	136[34,9]		
	3	105[45,7]	57[56,4]	23[59,0]	4[20,0]	189[48,5]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		
Tasarımları günlük hayatımda kullanmayı tercih ederim.	1	56[24,3]	26[25,7]	6[15,4]	8[40,0]	96[24,6]	11,627	0,071
	2	66[28,7]	18[17,8]	10[25,6]	7[35,0]	101[25,9]		
	3	108[47,0]	57[56,4]	23[59,0]	5[49,5]	193[49,5]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		
Tasarımları sadece özel günlerde kullanmayı tercih ederim	1	81[35,2]	31[30,7]	12[30,8]	8[40,0]	132[33,8]	12,219	0,057
	2	86[37,4]	24[23,8]	13[33,3]	7[35,0]	130[33,3]		
	3	63[27,4]	46[45,5]	14[35,9]	5[25,0]	128[32,8]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		
Tasarım gömlekleri orijinal buldum.	1	24[10,4]	11[10,9]	4[10,3]	4[20,0]	43[11,0]	3,421	0,754
	2	56[24,3]	23[22,8]	12[30,8]	6[30,0]	97[24,9]		
	3	150[65,2]	67[66,3]	23[59,0]	10[50,0]	250[64,1]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		
Tasarlanan gömlekleri giymek kendimi iyi hissetmemi sağlar.	1	39[17,0]	20[19,8]	5[12,8]	9[45,0]	73[18,7]	20,704	0,002
	2	80[34,8]	22[21,8]	10[25,6]	8[40,0]	120[30,8]		
	3	111[48,3]	59[58,4]	24[61,5]	3[15,0]	197[50,5]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		
Tasarımların artık kumaşlardan üretilmiş olması beni etkiler.	1	31[13,5]	9[8,9]	8[20,5]	5[25,0]	53[13,6]	9,303	0,157
	2	36[15,7]	9[8,9]	5[12,8]	3[15,0]	53[13,6]		
	3	163[70,9]	83[82,2]	26[66,7]	12[60,0]	284[72,8]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		
Geliştirilen tasarımların farklı renk kombinasyonlarını da görmek isterim.	1	23[10,0]	8[7,9]	4[10,3]	4[20,0]	39[10,0]	6,414	0,378
	2	36[15,7]	19[18,8]	6[15,4]	6[30,0]	67[17,2]		
	3	171[74,3]	74[73,3]	29[74,4]	10[50,0]	284[72,8]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		

n:390 1. Katılmıyorum 2. Kısmen Katılıyorum 3. Katılıyorum

Tüketiciler tarafından hazırlanan koleksiyonun tasarım açısından değerlendirilmesine ilişkin bulguların yer aldığı Tablo 2 incelendiğinde, tüketicilerin “Tasarlanan gömlekler zevkime hitap ediyor” ifadesinde %42,3’ünün, “Tasarlanan gömlekleri rahat bir şekilde kombinleyebilirim” ifadesinde %48,5’inin, “Tasarımları günlük hayatımda kullanmayı tercih ederim” ifadesinde %49,5’inin, “Tasarım gömlekleri orijinal buldum” ifadesinde %64,1’inin, “Tasarlanan gömlekleri giymek kendimi iyi hissetmemi sağlar” ifadesinde %50,5’inin, “Tasarımların artık kumaşlardan üretilmiş olması beni etkiler” ifadesinde %72,8’inin, “Geliştirilen tasarımların farklı renk kombinasyonlarını da görmek isterim” ifadesinde %72,8’inin katılıyorum şeklinde görüş bildirdikleri görülmektedir.

Erkek tüketicilerin hazırlanan koleksiyonu tasarım açısından değerlendirmelerine ilişkin görüşleri yaş açısından incelendiğinde;

“Tasarlanan gömlekler zevkime hitap ediyor” ifadesinde 31-40 [%51,5], 41-50 [%48,7] yaş aralığındaki tüketicilerin katılıyorum; 21-30 [%46,1], 51 ve üstü [%35,0] yaş aralığındaki tüketicilerin kısmen katılıyorum; 51 yaş ve üstü tüketicilerin %35,0’inin katılmıyorum,

“Tasarlanan gömlekleri rahat bir şekilde kombinleyebilirim” ifadesinde 41-50 [%59,0] 31-40 [%56,4], 21-30 [%45,7] yaş aralığındaki tüketicilerin katılıyorum; 51 ve üstü [%40,0] yaş aralığındaki tüketicilerin kısmen katılıyorum, 51 yaş ve üstü tüketicilerin %40,0’nın katılmıyorum,

“Tasarımları günlük hayatımda kullanmayı tercih ederim” ifadesinde 41-50 [%59,0] 31-40 [%56,4], 51 ve üstü [%49,5], 21-30 [%47,0] yaş aralığındaki tüketicilerin katılıyorum,

“Tasarımları sadece özel günlerde kullanmayı tercih ederim” ifadesinde 31-40 [%45,5], 41-50 [%35,9] yaş aralığındaki tüketicilerin katılıyor; 21-30 [%37,4] yaş aralığındaki tüketicilerin kısmen katılıyor; 51 ve üstü [%40,0] yaş aralığındaki tüketicilerin katılmıyorum,

“Tasarımları günlük hayatımda kullanmayı tercih ederim” ifadesinde 31-40 [%66,3], 21-30 [%65,2], 41-50 [%59,0], 51 ve üstü [%50,0] yaş aralığındaki tüketicilerin katılıyor,

“Tasarlanan gömlekleri giymek kendimi iyi hissetmemi sağlar” ifadesinde 41-50 [%61,5], 31-40 [%58,4], 21-30 [%48,3] yaş aralığındaki tüketicilerin katılıyor; 51 ve üstü [%45,0] yaş aralığındaki tüketicilerin katılmıyorum,

“Tasarımların artık kumaşlardan üretilmiş olması beni etkiler” ifadesinde 31-40 [%82,2], 21-30 [%70,9], 41-50 [%66,7], 51 ve üstü [%60,0] yaş aralığındaki tüketicilerin katılıyor; seçeneklerinde yığılma gösterdiği görülmektedir.

Yapılan χ^2 analizi sonucunda ise örneklemin yaş değişkeni ile “Tasarlanan gömlekler zevkime hitap ediyor” [0,022], “Tasarlanan gömlekleri rahat bir şekilde kombinleyebilirim” [0,005], “Tasarımları sadece özel günlerde kullanmayı tercih ederim” [0,057], “Tasarlanan gömlekleri giymek kendimi iyi hissetmemi sağlar” [0,002] ifadeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Tüketiciler tarafından hazırlanan koleksiyonun sürdürülebilirlik açısından değerlendirilmesine ilişkin bulguların yer aldığı Tablo 3 incelendiğinde, tüketicilerin “Hazırlanan koleksiyonun sürdürülebilirliğe katkı sağlaması benim için önemlidir” ifadesinde %77,2’sinin, “Tasarlanan gömleklerin artık kumaşlardan üretilmiş olması tercih etmemde önemli rol oynar”

Tablo 3. Tüketiciler Tarafından Hazırlanan Koleksiyonun Sürdürülebilirlik Açısından Değerlendirilmesi

İfadeler		Yaş					X ²	P
		21-30	31-40	41-50	51 ve üstü	Toplam		
		S[%]	S[%]	S[%]	S[%]	S[%]		
Hazırlanan koleksiyonun sürdürülebilirliğe katkı sağlaması benim için önemlidir.	1	15[6,5]	2[0,5]	3[7,7]	3[15,0]	23[5,9]	8,198	0,224
	2	42[18,3]	16[15,8]	4[10,3]	4[20,0]	66[16,9]		
	3	173[75,2]	83[82,2]	32[82,1]	13[65,0]	301[77,2]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		
Tasarlanan gömleklerin artık kumaşlardan üretilmiş olması tercih etmemde önemli rol oynar.	1	29[12,6]	7[6,9]	6[15,4]	6[30,0]	48[12,3]	13,860	0,031
	2	54[23,5]	19[18,8]	4[10,3]	5[25,0]	82[20,0]		
	3	147[63,9]	75[74,3]	29[74,4]	9[45,0]	260[66,7]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		
Tasarlanan gömlekleri tercih etmek sürdürülebilirliğe katkı açısından kendimi iyi hissetmemi sağlar.	1	18[7,8]	5[5,0]	3[7,7]	3[15,0]	29[7,4]	13,008	0,043
	2	46[20,0]	16[15,8]	8[20,5]	9[45,0]	79[20,3]		
	3	166[72,2]	80[79,2]	28[71,0]	8[40,0]	282[72,3]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		
Sürdürülebilirliğe destek için bu tarz uygulamalar desteklenmelidir.	1	8[3,5]	0[-]	4[10,3]	2[10,0]	14[3,6]	12,968	0,044
	2	25[10,9]	13[12,9]	4[10,3]	4[20,0]	46[11,8]		
	3	197[85,7]	88[87,1]	31[79,5]	14[70,0]	330[84,6]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		

n:390 1. Katılmıyorum 2. Kısmen Katılıyorum 3. Katılıyorum

Hazır giyim sektöründe sürdürülebilirlik konusuna tüketici açısından bakıldığında, tüketicilerin çevresel konulardaki farkındalıkları ve kaygılarının artmasıyla birlikte sürdürülebilir veya çevresel ürünlere yöneldikleri görülmektedir [32]. Sürdürülebilir moda ile sağlanmak istenen ekolojik, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirliğin sağlanmasıdır. Tabloda yer alan ifadeler genel olarak incelendiğinde, tüm yaş gruplarında hazırlanan koleksiyonun sürdürülebilir moda katkı sağladığını ve bu tür uygulamaların desteklenmesi gerektiğini düşündükleri görülmektedir. Bu sonuç tüketicilerin sürdürülebilirlik konusunda farkındalıklarının olduğu şeklinde yorumlanmaktadır.

Yapılan χ^2 analizi sonucunda ise örneklemin yaş değişkeni ile “Tasarlanan gömleklerin artık kumaşlardan üretilmiş olması tercih etmemde önemli rol oynar.” [0,031], “Tasarlanan gömlekleri tercih etmek sürdürülebilirliğe katkı açısından kendimi iyi hissetmemi sağlar” [0,043], “Sürdürülebilirliğe destek için bu tarz uygulamalar desteklenmelidir” [0,044] ifadeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Tabloda yer alan ifadeler genel olarak incelendiğinde, tüm yaş gruplarında hazırlanan koleksiyonun sürdürülebilir moda katkı sağladığı ve bu tür uygulamaların desteklenmesi gerektiğini düşündükleri görülmektedir.

Tüketiciler tarafından hazırlanan koleksiyonun satın alma isteği açısından değerlendirilmesine ilişkin bulguların yer aldığı Tablo 4 incelendiğinde, tüketicilerin “Geliştirilen tasarımların gardırobumda yer almasını isterim” ifadesinde %53,8’inin, “Geliştirilen tasarımlardan satın almak isterim” ifadesinde

%52,6’sının, “Geliştirilen tasarımlar yeni bir giysi almaya yönelik istek uyandırmaktadır” ifadesinde %48,7’sinin, “Geliştirilen tasarımları satın alması için çevremdekilere öneririm” ifadesinde %57,7’sinin katılıyorum şeklinde görüş bildirdikleri görülmektedir.

Erkek tüketicilerin hazırlanan koleksiyonu satın alma isteği açısından değerlendirmelerine ilişkin görüşleri yaş açısından incelendiğinde;

“Geliştirilen tasarımların gardırobumda yer almasını isterim” ifadesinde 31-40 [%58,4], 21-30 [%56,1], 41-50 [%46,2] yaş aralığındaki tüketicilerin katılıyorum, 51 yaş ve üstü [%60,0] tüketicilerin kısmen katılıyorum,

“Geliştirilen tasarımlardan satın almak isterim” ifadesinde 31-40 [%56,4], 21-30 [%55,2], 41-50 [%46,2] yaş aralığındaki tüketicilerin katılıyorum, 51 yaş ve üstü [%65,0] tüketicilerin kısmen katılıyorum,

“Geliştirilen tasarımlar yeni bir giysi almaya yönelik istek uyandırmaktadır” ifadesinde 31-40 [%51,5], 41-50 [%51,3], 21-30 [%49,1] yaş üstü tüketicilerin katılıyorum, 51 ve üstü [%50,0] yaş aralığındaki tüketicilerin katılmıyorum,

“Geliştirilen tasarımları satın alması için çevremdekilere öneririm” ifadesinde 41-50 [%69,2], 31-40 [%59,4], 21-30 [%57,8] yaş aralığındaki tüketicilerin katılıyorum, 51 yaş ve üstü [%45,0] tüketicilerin kısmen katılıyorum seçeneklerinde yığılma gösterdiği görülmektedir.

Tablo 4. Tüketiciler Tarafından Hazırlanan Koleksiyonun Satın Alma İsteği Açısından Değerlendirilmesi

İfadeler		Yaş				Toplam	X ²	P
		21-30	31-40	41-50	51 ve üstü			
		S[%]	S[%]	S[%]	S[%]	S[%]		
Geliştirilen tasarımların gardırobumda yer almasını isterim.	1	30[13,0]	15[14,9]	7[17,9]	4[20,0]	56[14,4]	12,464	0,052
	2	71[30,9]	27[26,7]	14[35,9]	12[60,0]	124[31,8]		
	3	129[56,1]	59[58,4]	18[46,2]	4[20,0]	210[53,8]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		
Geliştirilen tasarımlardan satın almak isterim.	1	35[15,2]	13[12,9]	5[12,8]	4[20,0]	57[14,6]	15,012	0,020
	2	68[29,6]	31[30,7]	16[41,0]	13[65,0]	128[32,8]		
	3	127[55,2]	57[56,4]	18[46,2]	3[15,0]	205[52,6]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		
Geliştirilen tasarımlar yeni bir giysi almaya yönelik istek uyandırmaktadır.	1	46[20,0]	24[23,8]	5[12,8]	10[50,0]	85[21,8]	13,386	0,037
	2	71[30,9]	25[24,8]	14[35,9]	5[25,0]	115[29,5]		
	3	113[49,1]	52[51,5]	20[51,3]	5[25,0]	190[48,7]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		
Geliştirilen tasarımları satın alması için çevremdekilere öneririm.	1	28[12,2]	12[11,9]	4[10,3]	6[30,0]	50[12,8]	12,344	0,055
	2	69[30,0]	29[28,7]	8[20,5]	9[45,0]	115[29,5]		
	3	133[57,8]	60[59,4]	27[69,2]	5[25,0]	225[57,7]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		

n:390 1. Katılmıyorum 2. Kısmen Katılıyorum 3. Katılıyorum

Sürdürülebilir moda kavramı ‘kullan at’ mantığını aşmayı, uzun dönem tüketici ihtiyacını karşılamaya yönelik ve daha doğru üretimi kapsayan bir moda anlayışını, oluşan atık ve çevresel diğer olumsuz etkileri azaltmayı hedeflemektedir. Bu yönüyle düşünüldüğünde, moda sektörünün yaratmış olduğu çevresel ve ekonomik olumsuzlukların etkilerinin azaltılmasında üreticiden tüketiciye tüm taraflara sorumluluklar düşmektedir.

İşletmeler tüketicilerde sürdürülebilir giysi veya moda ürünlerine yönelik talep oluşturmak için, ürünlerine tüketiciler için önemli değerler ekleyebilir. Özellikle sürdürülebilir ürünlerin tasarım aşamalarında etik ve çevresel değerlerin estetikle birleştirilmesi sürdürülebilir giysiye olan tüketici taleplerini artırabilir. Ayrıca tüketicilerin sürdürülebilir giysi kullanarak sosyal çevrelerinde bir fark yaratabilecekleri konusunda ikna edecek iletişim stratejileri de tüketicilerin bu ürünlere yönelik taleplerini olumlu yönde etkileyecektir [32]. İşletmelerin üretim artışı kumaşları yeni tasarımlara dönüştürmeleri ile sembolik değeri yüksek giysiler üreterek tüketicilerin ilgisini çekecekleri gibi, işletme imajı yaratmalarına da zemin oluşturabilirler [13]. Yapılan araştırmada da artık kumaşların farklı tasarımlar ile tüketiciye sunulması, tüketicilerin satın alma konusunda istekli olmalarına olumlu yönde katkı sağladığı düşünülmektedir.

Yapılan χ^2 analizi sonucunda ise örneklemin yaş değişkeni ile “Geliştirilen tasarımların gardırobunda yer almasını isterim” [0,052], “Geliştirilen tasarımlardan satın almak isterim” [0,020], “Geliştirilen tasarımlar yeni bir giysi almaya yönelik istek uyandırmaktadır” [0,037], “Geliştirilen tasarımları satın alması

için çevremdekilere öneririm” [0,055] ifadeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Tabloda yer alan ifadeler genel olarak incelendiğinde, 21-30, 31-40 ve 41-50 yaş aralığındaki tüketiciler, hazırlanan koleksiyonda yer alan tasarımları satın almak istedikleri, tasarımların yeni bir giysi almaya yönelik istek uyandırdığı, geliştirilen tasarımları satın alması için çevrelerindekiilere önerebilecekleri yönünde görüş bildirirken; 51 yaş ve üstü tüketicilerin bu konuda biraz daha çekimser kaldıkları görülmektedir. Bu sonuç, 21-30 yaş, 31-40 yaş, 41-50 yaş aralığında yer alan tüketicilerin, 51 yaş ve üstü erkek tüketicilere göre yeniyi deneyimleme konusunda daha istekli oldukları şeklinde yorumlanmaktadır.

Tüketiciler tarafından hazırlanan koleksiyonun fiyat açısından değerlendirilmesine ilişkin bulguların yer aldığı Tablo 5 incelendiğinde, tüketicilerin “Koleksiyonda yer alan gömleklerin diğer gömleklere oranla daha pahalı olacağını düşünüyorum” ifadesinde %37,7’sinin kısmen katılıyorum; “Koleksiyonda yer alan gömleklerin fiyatının yüksek olması satın alma kararımı etkiler” ifadesinde %50,0’sinin, “Eşdeğer fiyatlı bir gömlek ile karşılaştırıldığında sürdürülebilirliğe katkı sağlaması sebebiyle bu koleksiyonda yer alan gömlekleri tercih ederim” ifadesinde %54,1’inin, “Sürdürülebilirliğe katkı sağlaması sebebiyle pahalı olsa bile bu gömleklerden birini satın alabilirim” ifadesinde %37,2’sinin katılıyorum şeklinde görüş bildirdikleri görülmektedir.

Erkek tüketicilerin hazırlanan koleksiyonu fiyat açısından değerlendirmelerine ilişkin görüşleri yaş açısından incelendiğinde;

Tablo 5. Tüketiciler Tarafından Hazırlanan Koleksiyonun Fiyat Açısından Değerlendirilmesi

İfadeler		Yaş					X ²	P
		21-30 S[%]	31-40 S[%]	41-50 S[%]	51 ve üstü S[%]	TOPLAM S[%]		
Koleksiyonda yer alan gömleklerin diğer gömleklere oranla daha pahalı olacağını düşünüyorum.	1	67[29,1]	35[34,7]	11[28,2]	12[60,0]	125[32,1]	15,383	0,017
	2	83[36,1]	37[36,6]	21[53,8]	6[30,0]	147[37,7]		
	3	80[34,8]	29[28,7]	7[17,9]	2[10,9]	118[30,3]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		
Koleksiyonda yer alan gömleklerin fiyatının yüksek olması satın alma kararımı etkiler.	1	33[14,3]	17[16,8]	5[12,8]	5[25,0]	60[15,4]	4,081	0,666
	2	86[37,4]	32[31,7]	13[33,3]	4[20,0]	135[34,6]		
	3	111[48,3]	52[51,5]	21[53,8]	11[55,0]	195[50,0]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		
Eşdeğer fiyatlı bir gömlek ile karşılaştırıldığında sürdürülebilirliğe katkı sağlaması sebebiyle bu koleksiyonda yer alan gömlekleri tercih ederim.	1	37[16,1]	13[12,9]	6[15,4]	7[35,0]	63[16,2]	12,276	0,056
	2	73[31,7]	27[26,7]	8[20,5]	8[40,0]	116[29,7]		
	3	120[52,2]	61[60,4]	25[64,1]	5[25,0]	211[54,1]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		
Sürdürülebilirliğe katkı sağlaması sebebiyle pahalı olsa bile bu gömleklerden birini satın alabilirim.	1	63[27,4]	28[27,7]	10[25,6]	12[60,0]	113[29,0]	10,809	0,094
	2	81[35,2]	32[31,7]	14[35,9]	5[25,0]	132[33,8]		
	3	86[37,4]	41[40,6]	15[38,5]	3 [15,0]	145[37,2]		
	Toplam	230[100,0]	101[100,0]	39[100,0]	20[100,0]	390[100,0]		

n:390 1. Katılmıyorum 2. Kısmen Katılıyorum 3. Katılıyorum

“Koleksiyonda yer alan gömleklerin diğer gömleklere oranla daha pahalı olacağını düşünüyorum” ifadesinde 41-50 [%53,8], 31-40 [%36,6], 21-30 [%36,1] yaş aralığındaki tüketicilerin kısmen katılıyorum, 51 ve üstü [%60,0] yaş aralığındaki tüketicilerin katılmıyorum,

“Koleksiyonda yer alan gömleklerin fiyatının yüksek olması satın alma kararımı etkiler” ifadesinde 51 ve üstü [%55,0], 41-50 [%53,8], 31-40 [%51,5], 21-30 [%48,3] yaş aralığındaki tüketicilerin katılıyorum,

“Eşdeğer fiyatlı bir gömlek ile karşılaştırıldığında sürdürülebilirliğe katkı sağlaması sebebiyle bu koleksiyonda yer alan gömlekleri tercih ederim” ifadesinde 41-50 [%64,1], 31-40 [%60,4], 21-30 [%52,2] yaş aralığındaki tüketicilerin katılıyorum, 51 ve üstü [%40,0] yaş aralığındaki tüketicilerin kısmen katılıyorum,

“Sürdürülebilirliğe katkı sağlaması sebebiyle pahalı olsa bile bu gömleklerden birini satın alabilirim” ifadesinde 31-40 [%40,6], 41-50 [%38,5], 21-30 [%37,4] yaş aralığındaki tüketicilerin katılıyorum, 51 ve üstü [%60,0] yaş aralığındaki tüketicilerin katılmıyorum seçeneklerinde yığılma gösterdiği görülmektedir.

Sürdürülebilir moda'nın temel amacı, raflarda uzun süre durabilecek, kalitesi yüksek, uzun sürelerde giyilebilecek ve çevreye zarar vermeyen ürünlerin üretilmesini sağlamaktır. Çevreye zarar vermeyen ürünlerin üretilmesinde izlenecek yollardan biri artık ve atıkların azaltılmasıdır.

Fakat giysi üretiminde artıkların azaltılması bir başka deyişle artıkların tasarımlarda kullanılması, işçilik ve içerdiği katma değerler nedeniyle giysilerin pahalı olmasına da yol açmaktadır.

Öztürk ve Tekin'in 2020 yılında yaptıkları araştırmada, hazır giyim sektöründe ürünün fiyatının tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu [33]; Çetin tarafından yapılan araştırmada giysi satın almada en önemli unsurlar arasında uygun fiyat olmasının yer aldığı [34] görülmektedir. Yapılan araştırmada yer alan bulgular incelendiğinde, erkek tüketicilerin koleksiyonda yer alan gömlekleri satın almak istedikleri ancak gömleklerin fiyatlarının yüksek olmasının satın alma kararlarını etkileyeceğini belirttikleri görülmektedir.

Yapılan χ^2 analizi sonucunda ise örneklemin yaş değişkeni ile “Koleksiyonda yer alan gömleklerin diğer gömleklere oranla daha pahalı olacağını düşünüyorum” [0,017], “Eşdeğer fiyatlı bir gömlek ile karşılaştırıldığında sürdürülebilirliğe katkı sağlaması sebebiyle bu koleksiyonda yer alan gömlekleri tercih ederim” [0,056] ifadeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

4.1. Sonuç

Hazır giyim sektöründe oluşan üretim artıklarını, sürdürülebilir moda yaklaşımı ile değerlendirilerek özgün erkek gömlek tasarımlarından oluşan kapsül bir koleksiyon hazırlamak ve

hazırlanan koleksiyona ilişkin erkek tüketicilerin görüşlerinin belirlenmesi amacıyla yürütülen araştırmanın bu bölümünde sonuçlara yer verilmiştir.

Örneklem grubunun çoğunun, 21-30 yaş aralığında, lisans mezunu ve kamu personeli olduğu görülmektedir.

Hazır Giyim İşletmelerinde Ortaya Çıkan Artık Kumaşlar Kullanılarak Özgün Erkek Gömlek Tasarımlarından Oluşan Kapsül Bir Koleksiyon Hazırlanmasına Yönelik Sonuçlar;

- İşletmede artık olarak kabul edilen kumaşlar belirlendikten sonra bu artık kumaşların değerlendirilmesine yönelik 10 parçadan oluşan özgün erkek gömlek koleksiyonu hazırlanmıştır.
- Yapılan tasarımlar arasından 8 tanesi top başı ve top sonundan çıkan artık kumaşların değerlendirilmesine, 2 tanesi ise toplu kesim sonrası ortaya çıkan daha küçük parçaların değerlendirilmesine yönelik tasarlanan toplam 10 model üretilmek üzere belirlenmiştir.
- Belirlenen modellerin kalıplarının “M” beden ve slim fit olmasına karar verilmiş ve kalıplar araştırma kapsamına alınan işletme çalışanları ve araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.
- Hazırlanan tasarımların üretimleri yine araştırma kapsamına alınan işletme çalışanları ve araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir.

Hazırlanan Koleksiyona İlişkin Erkek Tüketicilerin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Sonuçlar;

Hazırlanan koleksiyona ilişkin erkek tüketicilerin görüşleri anket aracılığıyla belirlenmiştir. Erkek tüketicilere yönelik yapılan ankette, erkek gömlek tasarımlarının tasarım, sürdürülebilirlik, satın alma ve fiyat açısından değerlendirmeleri istenmiştir.

Hazırlanan koleksiyona ilişkin erkek tüketicilerin görüşleri tasarım açısından değerlendirildiğinde, tasarlanan gömleklerin zevklerine hitap ettiği, gömlekleri rahat bir şekilde kombinleyebilecekleri, tasarımları günlük hayatımda kullanmayı tercih edebilecekleri, tasarımları orijinal buldukları, tasarlanan gömlekleri giymenin kendilerini iyi hissettirebileceği, tasarımların artık kumaşlardan üretilmiş olmasının kendilerini etkilediği, geliştirilen tasarımların farklı renk kombinasyonlarını da görmek istedikleri belirlenmiştir. Bulgular genel olarak incelendiğinde, tüketicilerin yeni bir şeyleri deneyimlemeye açık oldukları görülmektedir.

Hazırlanan koleksiyona ilişkin erkek tüketicilerin görüşleri sürdürülebilirlik açısından değerlendirildiğinde, hazırlanan koleksiyonun sürdürülebilirliğe katkı sağlaması açısından önemli olduğu, tasarlanan gömleklerin artık kumaşlardan üretilmiş olması tercih etmelerinde önemli rol oynayabileceği, tasarlanan gömlekleri tercih etmek sürdürülebilirliğe katkı açısından kendilerini iyi hissetmelerini sağlayacağı, sürdürülebilirliğe katkı

sağlayabilmek için bu tarz uygulamaların üreticiler ve tüketiciler tarafından desteklenmesi gerektiğini belirttikleri belirlenmiştir. Akdeniz ve Dursun tarafından yapılan bir araştırmada algılanan çevre kaygısı ve çevre bilgisi düzeyi arttığı sürece, sürdürülebilir moda ürünlerine yönelik tutumun olumlu bir şekilde etkilendiği belirtilmektedir [22]. Birleşik Krallık'ta 4 bin kişiyle gerçekleştirilen bir araştırmada ise; tüketicilerin %55'inin sürdürülebilirliğin fiyat ve kaliteden daha önemli olduğunu ifade ettiği sonucuna ulaşılmıştır [35]. Yapılan bu araştırmada da sürdürülebilirliğe katkı sağlayabilmek için uygulamaların üreticiler ve tüketiciler tarafından desteklenmesi gerektiğini belirttikleri görülmektedir.

Hazırlanan koleksiyona ilişkin erkek tüketicilerin görüşleri satın alma isteği açısından değerlendirildiğinde, geliştirilen tasarımlardan satın almak istedikleri, geliştirilen tasarımlar yeni bir giysi almaya yönelik istek uyandırdığı, geliştirilen tasarımları satın alması için çevrelerindeki önelebilecekleri belirlenmiştir. Sürdürülebilir moda ürünü satın alma niyeti tüketicinin çevreye duyarlı özelliklere sahip ürünleri tercih etme arzusu olarak tanımlanabilir. Sürdürülebilirlik üzerine yapılmış pek çok çalışmada, sürdürülebilir niyetlerin sürdürülebilir satın alma davranışı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir [22]. Ancak satın alma niyeti her zaman davranışa dönüşmeyebilir. Fiyat, erişilebilirlik ve estetik kaygılar gibi etmenler karar sürecini etkilemektedir.

Hazırlanan koleksiyona ilişkin erkek tüketicilerin görüşleri fiyat açısından değerlendirildiğinde, koleksiyonda yer alan gömleklerin diğer gömleklere oranla daha pahalı olacağını düşündükleri, koleksiyonda yer alan gömleklerin fiyatının yüksek olması satın alma kararlarını etkileyeceği, eşdeğer fiyatlı bir gömlek ile karşılaştırıldığında sürdürülebilirliğe katkı sağlaması sebebiyle bu koleksiyonda yer alan gömlekleri tercih edebilecekleri şeklinde görüş bildirdikleri görülmektedir.

Temelinde dengenin yer aldığı yavaş moda daha iyi tasarlamak, üretmek, tüketmek ve daha iyi bir yaşam demektir. Materyalde uzun ömürlülüğü ve duygusal bağı vurgulayan ürünler ile yavaş moda, farklı boyutları olan bir harekettir. Bazı yavaş moda ürünleri malzeme, işçilik ve içerdiği katma değerleri nedeniyle ürün fiyatları daha pahalı olacaktır. Bu ise, tüketicilerin daha az sayıda, daha yüksek kaliteli ve yavaş tüketimli ürünleri satın almasına, dolayısıyla da daha az kaynak tüketmesine neden olacaktır. Bu mantıkla sektör de daha uzun ömürlü ürünleri daha fazla fiyata tüketiciye satarken, bir kayba uğramaksızın kullanacağı materyal miktarını yarıya indirebilecektir [20]. Hazır giyim sektöründe ortaya çıkan artıkların değerlendirilmesine yönelik hazırlanan koleksiyon da küçük parçaların değerlendirilmesi ya da toplu kesime çok fazla imkan vermemesi gibi nedenlerle işçilik maliyetlerinin dolayısıyla ürün fiyatlarının artmasına sebep olabilir. Bu durum tüketicinin satın alma karar verme sürecini etkilemekte, özellikle düşük gelirli tüketicilerin tercih etmesini zorlaştırabilmektedir. Öte yandan, bazı tüketiciler, çevreye daha duyarlı davranış sergilemek adına, daha yüksek maliyete katlanmak zorunda olsa bile tüketim davranışı değiştirmeye istekli durumdadır [22].

4.2. Öneriler

Bu araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda aşağıda yer alan öneriler geliştirilmiştir.

- Yapılan literatür araştırmalarında Tekstil ve moda sektörü ile ilgili sürdürülebilirlik alanında daha çok üretim süreçlerinde ortaya çıkan kimyasal atıkların ve kirli suların arıtılmasına yönelik çalışmalar olup artıkların değerlendirilmesine yönelik bilimsel çalışmaların son derece sınırlı olduğu görülmüştür. Bu açıdan bakıldığında, tekstil sektöründe ortaya çıkan artıkların değerlendirilmesine yönelik çalışmalara ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir.
- Özellikle son yıllarda sosyal medyanın bireylerin yaşamlarında önemli yer alması, bireylere sürdürülebilirlik konusunda duyarlılık kazandırma açısından oldukça önemlidir. Firmaların sosyal medyayı hedef kitlelerine ulaşmada ve onların tutum ve davranışlarını etkilemede bir araç olarak kullanarak, sürdürülebilir tasarımları satın alma kararlarını büyük oranda olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir.
- Araştırma kapsamında hazırlanan koleksiyon ve benzeri uygulamaların yeni bir tüketici kitlesinin ve istihdam olanaklarının doğmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.
- Üreticiler, tüketiciyi sürdürülebilir tasarımları seçmeye yönlendirme konusunda olumlu bir tavır sergilemelidirler. Tüketici "neden tercih etmeliyim?" sorusunun cevabını firmadan almalıdır. Markaların uyguladıkları sürdürülebilirlik çalışmaları ve önemi konusunda tüketiciye bilgi vermesinin, tüketicinin bilinçli alışveriş yapmasında olumlu yönde etkisi olacaktır.
- Araştırmada oldukça geniş bir hedef kitle belirlenmiştir. Koleksiyon hakkında firmaların kendi hedef kitlelerinin görüşlerini belirlemesi önem taşımaktadır. Bu nedenle hazırlanan koleksiyona ya da kendi hazırlayacakları koleksiyona web sitelerinde yer vererek kendi hedef kitlelerinin görüşlerini belirleyebilirler.
- Koleksiyon hazırlık aşamasında sürdürülebilir tasarımların üretim sürelerinin klasik gömleklere oranla daha uzun olduğu gözlemlenmiştir. Bu nedenle renk hatası olan kumaşların dijital baskı tekniklerinin de kullanılarak hem artık kumaşların değerlendirilebileceği hem de üretim sürelerinin kısaltılabileceği düşünülmektedir.
- Son zamanlarda önemi vurgulanan sürdürülebilirlik konusunda toplumun bilinçlendirilmesini hedefleyerek bireylere seminerler verilmesi ya da bu bilincin küçük yaşlardan itibaren kazandırılabilmesi için eğitim programlarına alınması ileriye dönük bilinçli tüketicilerin oluşmasını sağlayacaktır.

- Sürdürülebilir moda bağlamında atıkların değerlendirilmesi için işletmelere devlet desteğinin katkısı ve geri dönüşümlü kumaş kullanımının yaygınlaştırılması için teşvik politikalarının oluşturulması işletmelerin sürdürülebilirlik faaliyetlerine yoğunlaşmasına katkı sağlayacaktır.
- Yapılan araştırma sonucunda tüketicilerin, koleksiyonda yer alan gömleklerin fiyatının yüksek olmasını satın alma kararlarını etkileyeceğini belirttikleri görülmektedir. Bu nedenle uygun fiyat politikaları ve geniş erişim, sürdürülebilir moda ürünlerinin tercih edilmesini teşvik edeceği düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

1. Aral, N. [2009]. “*Tekstil Atıklarından Oluşturulan Kompozitlerin Performans Özelliklerinin İncelenmesi*”, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
2. Yavuz, A. [2010]. “*Sürdürülebilirlik Kavramı ve İşletmeler Açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri*”, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt/Volume: 7. Sayı/Issue: 14, [https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/183283 Erişim Tarihi:20.07.23].
3. Şahin, Y. ve Odabaşı, S. [2018]. “*Sürdürülebilir Kalkınmada Moda Tasarımcısının Rolü'ne Yönelik Alanyazın İncelemesi*”, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 14 [2], 413-425. [www.academia.edu/120566412/Sürdürülebilir_Kalkınmada_Moda_Tasarımcısının_Rolü_Ne_Yönelik_Alanyazın_İncelemesi Erişim Tarihi: 12.04.2025].
4. Şenel, A. [2019]. “*Yönlendirici Bir Faktör Olarak Moda Olgusunun Hazır Giyim Sektörü Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi Ve Baskı Desenlerini Belirleyici Bir Faktör Olarak Trendler*”, İstanbul Arel Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Moda ve Tekstil Tasarımı Anasanat Dalı. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul 2019.
5. Ateş, T. , Asma, A. & Süel, B. [2020]. “*Sürdürülebilir Moda Üretiminde Tasarımcının Rolü*”, İstanbul Aydın Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi, 6 [12], 99-111. [Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/aydinsanat/issue/62387/839998 Erişim Tarihi 12.11.2021].
6. Cengiz, G. [2021]. “*Sürdürülebilir Tüketim Ekseninde Sürdürülebilir Moda Pazarlaması Uygulamaları*”, İktisadi ve İdari Yaklaşımlar Dergisi, 3[2], : 131 144. [https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2107803 Erişim Tarihi 12.03.2022].
7. Moorhouse, D. [2020]. “*Making fashion sustainable: Waste and collective responsibility*”. *One Earth*, 3[1],17–19. [https://www.researchgate.net/publication/343197581_Making_Fashion_Sustainable_Waste_and_Collective_Responsibility Erişim Tarihi: 10.04.2025]
8. Thompson, N. [2017] “*Textile Waste & The 3R's: Textile waste strategy recommendations for the City of Toronto*”, York University, Toronto, Ontario, Canada.
9. Yücel, S., Tiber, B. [2018]. “*Hazır Giyim Endüstrisinde Sürdürülebilir Moda*”, Tekstil ve Mühendis,Yıl: 2018/4, Cilt: 25, Sayı: 112. [www.tekstilvemuhendis.org.tr/tr/2018_-cilt-25-/112/hazir_giyim_endustrisinde_surdurulebilir_moda--doi-10-7216-1300759920182511211 Erişim Tarihi: 12.04.2025]
10. Kozak, M. [2010]. “*Tekstil Atıklarının Yapı Malzemesi Olarak Kullanım Alanlarının Araştırılması*”, Yapı Teknolojileri Elektronik Dergisi, [https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/206878 Erişim Tarihi: 10.04.2025]
11. Fletcher, K. [2008]. *Sustainable Fashion and Textiles*, London: Earthscan Pres.
12. Güner, Y. Çeğindir, N.Y. [2019]. İleri Dönüşüm [upcycle] Yöntemiyle Kadınlara Kullanılmayan Giysilerden Yeni Ürün Geliştirme Becerilerinin Kazandırılması [Ankara-Keçmek Örneği], Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 12 Sayı: 65. [www.researchgate.net/publication/338459082_Ileri_Donusum_Upcycle_Yontemiyle_Kadınlar_Kullanılmayan_Giysilerden_Yeni_Urun_Gelistirme_Becerilerinin_Kazandirilmesi_Ankara-KECMEK_Ornegi Erişim Tarihi: 12.04.2025]
13. Koca, E., Öz, C., Artaç, B. [2016]. “*Hazır Giyim Sektöründe Sürdürülebilirliğin Yöneticiler Açısından Değerlendirilmesi*”. Tekstil ve Mühendis. 23[103], :220 230. [https://www.researchgate.net/publication/309163129_Hazir_Giyim_Sektorunde_Surdurulebilirliğin_Yoneticiler_Acisindan_Degerlendirilmesi Erişim Tarihi 12.11.2024].
14. Yıldırım, L. [2017]. “*Geri Dönüşüm/İleri Dönüşüm/Tekrar Kullanım Kapsamında İkinci El Giysiler Ve Sürdürülebilirlik*”, SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, 10: 20. [https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/395308 Erişim Tarihi 05.11.2024].
15. Niinimäki, K. [2013]. *Sustainable fashion: New approaches* [pp. 12–31]. Aalto ARTS Books. [www.academia.edu/68551167/Sustainable_Fashion_New_Approaches Erişim Tarihi: 12.04.2025].
16. Öz, B. [2022]. “*Türk Hazır Giyim Markalarının Sürdürülebilir Modaya Yönelik Faaliyetlerinin İncelenmesi*”, T.C. Haliç Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Tekstil Ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı, İstanbul.
17. Paralı, A. [2020]. “*Sürdürülebilir Moda Tasarımı Kapsamında Yeniden Üretim ve Geri Dönüşüm İçin Giysi Tasarımı Fikirleri*”, Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi. Volume: 6 Issue: 12, s:121-138. [https://www.researchgate.net/publication/348183626_Surdurulebilir_Moda_Tasarimi_Kapsaminda_Yeniden_Uretim_ve_Geri_Donusum_icin_Giysi_Tasarimi_FikirleriClothing_Design_Ideas_for_Reproduction_and_Recycling_in_the_Context_of_Sustainable_Fashion_Design Erişim Tarihi: 23.10.2023].
18. Şenol, D. “*Sürdürülebilir Moda Tasarımına Bir Yaklaşım: Denim Giysi Atıklarının İleri Dönüşümü*” Ulakbilge, 63 [2021 Ağustos]: s. 1108–1118. [doi: 10.7816/ulakbilge-09-60-07]
19. Kılıç, S. [2013]. “*Giyim Sektöründeki Üretim Artıklarının Sürdürülebilir Moda Yaklaşımı İle Değerlendirilmesi Ve Örnek Bir Uygulama*” Yüksek Lisans Tezi Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
20. Türkmen, N. [2009]. “*Tekstil Ve Moda Tasarımı Açısından Sürdürülebilirlik Ve Dönüşüm*”, Sanatta Yeterlik Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
21. Saini, C. P., Nair, M. K., Shankar, K. T. [2020]. *Recycling and Reuse of Fashion: A Way to Sustainable Environment. In Circular Economy and Re-Commerce in the Fashion Industry*. IGI Global. [www.researchgate.net/publication/341502698_Recycling_and_Reuse_of_Fashion_A_Way_to_Sustainable_Environment Erişim Tarihi: 12.04.2025]
22. Akdeniz, P.C., Dursun, Y. [2022]. “*Sürdürülebilir Tüketim Motivasyonunda Sürdürülebilir Moda Kavramının Etkisi*”, Hacettepe University Journal of Social Sciences, Cilt: 4, Sayı: 1 [dergipark.org.tr/en/download/article-file/1980519 Erişim Tarihi: 12.04.2025]

23. Arseven, A. D. [2001]. *Alan Araştırma Yöntemi*. Gündüz Eğitim ve Yayıncılık
24. Karasar, N. [2020]. “Bilimsel Araştırma Yöntemleri”, [35. Basım]. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
25. Kuzu, A., Aydın, C., Yıldız, M., Erik, H.E., Keskinçelik, H. G., Aslan, D., Şengelen, M. [2019]. “*Dünya Sağlık Örgütü Avrupa Bölgesi’nde Yaşlanma İle İlgili Ölçütlerin Değerlendirilmesi*”. Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi. Cilt:28, Sayı: 1, s. 17-27. [https://www.researchgate.net/publication/330739387_DUNYA_SAGLIK_ORGUTU_AVRUPA_BOLGESI%27NDE_YASLANMA_ve_ILGILI_OLCUTLERIN_DEGERLENDIRILMESI?enrichId=rgreq-b9a1ca257758037f6a6e42fff6e432cfXXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzMzMzMDczOTM4NztBUzo3NjA1NjQxMzM0MjEwNjNA MTU1ODM0NDAYODk1NQ%3D%3D&el=1_x_3&_esc=publicationCoverPdf]
26. Koç, F., Saatçioğlu, K., Çelik, R. ve Nadasbaş, S. E., [2016]. “*Moda Tüketicilerinin Giysi Seçiminde Trendleri [Eğilim] Kullanma Durumları Ve Giysi Stillerinin Belirlenmesine İlişkin Davranış Analizi*”, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi Cilt: 9 Sayı: 43 Volume: 9 Issue: 43. [https://www.sosyalarastirmalar.com/articles/the-usage-of-trends-in-the-clothing-selection-of-fashion-consumers-and-the-behavior-analysis-about-the-determination-of-c.pdf Erişim Tarihi: 12.04.2025]
27. TÜİK - Veri Portalı [tuik.gov.tr]. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi. İl, Yaş Grubu ve Cinsiyete Göre Nüfus
28. Balcı, A. [2005]. “Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler”, Ankara: Pegem A Yayıncılık.
29. Özdamar, K. [1999]. “Paket Programlar ve İstatistiksel Veri Analizi”, Eskişehir: Kaan Kitabevi.
30. Tavşancıl, E. [2005]. “Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi”, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
31. Ceylan, A. [2019]. Hazır Giyim İşletmelerinin Tasarım Yaklaşımlarının Tasarımcı- Yönetici Bağlamında Değerlendirilmesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.
32. Dağcı Büyük, H., Ünal, S., Erciş, A. [2020]. “*Sürdürülebilir Giysi Satın Almada Etik Unsurların Değerlendirilmesi: Sosyal Ağ Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma*”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi. Aralık, C. 15, S: 3, 1159 1184. [dergipark.org.tr/tr/download/article-file/812691 Erişim Tarihi: 12.04.2025]
33. Öztürk, D., Tekin, M. [2020]. “*Hazır Giyim Sektöründe Tüketicilerin Satın Alma Davranışları*”, Ünye İİBF Dergisi, Cilt:3, Sayı: 1, Haziran. [https://www.researchgate.net/publication/342642902_Hazir_Giyim_Sektorunde_Tuketiciilerin_Satin_Alma_Davranislari_Consumer_Buying_Behavior_in_Apparel_Industry Erişim Tarihi: 24.10.2023].
34. Çetin, K., [2016]. “*Kadın Tüketicilerin Giysi Satın Alma Davranışları ve Marka Bağlılığı*”, Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. C.2, S. 2, s. 22-40. [https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/264673 Erişim Tarihi 25.06.2023].
35. Önder, N. [2021, Mart]. Moda Sektöründe Yeni Moda: “Sürdürülebilirlik” [www.Marketingturkiye.com.Tr/Haberler/Moda-Sektorunde-Yeni-Moda-Surdurulebilirlik/ Erişim Tarihi: 20.04.2025]