Hazır Dış Giyim ve Tüketici Davranışları

Emine GÖNEN
Prof. Dr.
Özlen ÖZGEN
Dr.
Ankara Üniv. Ziraat Fak. Ev Ekonomisi Y.O., ANKARA

İnsanların temel fizyolojik ihtiyaçlarından biri olan giyim, vücudu dış etkilerden korur. Bunun yanısıra insanların kendilerini ifade edebilmeleri, rahat hissetmeleri ve estetik görünmeleri açısından da önem taşır. Kadınların çalışma yaşamına girmeleri kadınlara yönelik hazır giyim üretiminin artmasına da önemli bir etken olmuştur. Bu araştırmada, 20 - 45 yaş grubundaki 254 çalışan kadın tüketicinin hazır dış giyime yönelik tüketici davranışları, öğrenim durumu değişkeni dikkate alınarak incelenmiştir.

READY - MADE APPAREL PRODUCTS AND CONSUMER BEHAVIOR

Clothing, one of the basic physiological needs, protects the body from external effects. On the other hand, it provides a means for self - expression, aesthetic appearance and comforts. A rise in production of women garments are concurrent with the entry of women into the labour force. In this research, using a sample population of 254 working women, in the age group of 20-45, consumer behavior related to ready - made apparel products have been studied with reference to educational status.

1. GİRİŞ

Temel fizyolojik ihtiyaçlardan biri olan giyinme, yaşamın önemli bir bölümünü oluşturur. Bireylerin giyim seçimi, çeşitli güdülerin etkisi altında gerçekleşir. Dekorasyon, estetik ifade ve vücudun çekiciliğinin artırılması, özellikle ilkel toplumlarda giyimle ilgili birinci derecedeki güdülerdir. Rahatlık sağlaması; sıcaktan, soğuktan, böceklerden, dikenli çalılıklardan koruması ise ikinci derecedeki güdüler olarak sıralanabilir. Giyim ve moda uygar yaşamın bir koşuludur. Moda bireyin giyim seçiminde en etkin güçlerden biridir. Moda değiştiği zaman giyecekler sosyal olarak eskimiş olur. Giyim, sosyal değerlerin korunması, bireyin kendisini topluma kabul ettirmesi ve prestij kazanması açısından da önemlidir. Giyimin ifade edici görünümü ile ilgili olarak, insanlar kendi kişiliklerini yansıtmasında bir yol olduğu için de giyinirler. Pek çok insan psikolojik anlamda kendine uyan giyecekleri satın alma eğilimindedir. Kendini ifade edebilme ve modaya uyma bazı bireyler için diğer bireylerden daha fazla önem taşır [Wildensteiner, 1978; Davis, 1984].

1.1. Giyimin Tarihçesi

Giysiler, Akdeniz ve Yakın Doğudaki uygarlıklarda yaşayan insanlar tarafından giyilmeye başlanmıştır. Taş devrine ait lif parçaları, mağara duvarlarındaki çizimler, kemikten yapılmış iğne ve düğmeler ilk insanların giydikleri giysiler hakkında fikir vermektedir. Giyim amacı ile deri kullanılmış, derinin işlenerek biçimlendirilmesi zaman almıştır. Aynı dönemlerde ilk insanlar iplik şeklinde bükülebilen çeşitli bitkiler ve hayvan liflerini keşfederek dokuma haline getirmişlerdir. Hazırlanan dokumalar deriye kıyasla daha yumuşak, daha hafif ve kullanım açısından daha rahattır. İlk insanların giyimleri ile ilgili kalıntılar çok azdır. Ancak taş devrinden kalma bazı dokuma kalıntıları, yün ve hayvan kılından üretilen dokunmamış lifler bulunmuştur. Günümüze kadar gelebilen çeşitli resimler, oyma eserler heykeller, mezar taşları ve dökümanlar çeşitli biçim ve dokumaları tasvir etmektedir. İlk dokumaların enleri nisbeten dar, boyları kısadır. İlk giysiler muhtemelen kesilmemiş dokuma parçaları bir araya getirilerek ve iğnelerle bağlanarak yapılmıştır.

İnsanlar kumaş ve giysi yaratma teknolojisinin gerçekleştirirken görünüşün güzelleşmesi için potansiyel yaratmanın yanısıra moda olan kumaşlar ve değişik biçimlerle de ilgilenmişlerdir. Bu gelişmelere paralel olarak lifler, liflerin üretim süreçleri, giyim tasarımı, hazır giysiler ve bunların dekoratif öğeleri ve mağazalarda ürünlerin pazarlanmasının yanısıra modanın da satıcısı olan departmanların açılması olmak üzere beş aşama ortaya çıkmıştır [Vall, 1988].

Hazır giyim, standart ölçülerle ve seri halde üretilen giyim eşyası yapımı olarak tanımlanabilir. 1800'lü yıllardan önce hemen tüm giysiler ısmarlama diktiriliyordu. Hazır giyecekler ise esirler, denizciler gibi düşük sosyal statüdeki bireyler için çok az