

Farklı Demografik Özellikli Mobilya Kullanıcılarının Klasik Sandalye Stil ve Renk Tercihlerinin Belirlenmesi

Erol BURDURLU , İlker USTA, Umut Özgür BERKER, Suat ALTUN
Fikriye Aslı MANARGALI, Gaye ERDOĞAN
Hacettepe Üniversitesi, Ağaççileri Endüstri Mühendisliği Bölümü
Beytepe , ANKARA

ÖZET

Bu çalışmada, farklı demografik özellikli mobilya kullanıcılarının klasik sandalyelerle ilgili stil ve renk tercihleri araştırılmıştır. Bu amaçla bir anket hazırlanmıştır. Ankette cinsiyet, medeni hal, yaş, eğitim durumu, meslek, aylık aile geliri gibi mobilya kullanıcılarının amaca uygun gelen bazı demografik özelliklerini saptamaya yönelik sorular ve Regency, Hepplewhite, Colonial, Queen Anne, Sheraton, Barok, Duncan Phyfe 1, Rönesans, Duncan Phyfe 2, Chippendale, Rokoko, William Mary stilleri olmak üzere on iki adet sandalye stili ile ilgili stil ve bu sandalyelerde renk tercihlerini saptamaya yönelik sorular yer almıştır. Hazırlanan anket Ankara'da farklı semtlerde ikamet eden farklı meslek gruplarından farklı demografik özellikli 400 kişiyle rastsal örnekleme ilkelerine göre, yüz-yüze görüşme yoluyla uygulanmıştır. Buradan elde edilen bilgiler istatistiksel olarak analiz edilmiştir. Herhangi bir özellik göz önüne alınmadan Duncan Phyfe 1, Queen Anne, Rönesans, Colonial, ve Duncan Phyfe 2 stilleri en çok tercih edilen sandalye stilleri; kahverengi, beyaz ve sarı renkler ve bu renklerin tonları en çok tercih edilen renkler olarak öne çıkmaktadır. Demografik özelliklere göre de stil ve renk tercihlerinde farklılıklar oluşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Mobilya, sandalye, tüketici tercihleri, sandalye stilleri, renk

Determination of Classical Chair Style and Colour Preferences of Consumers with Different Demographic Dimensions

ABSTRACT

In this study, the style and colour preferences of consumers with different demographic dimensions for classical chairs were studied. For this purpose, a questionnaire was prepared. Some questions took place in the questionnaire to determine demographic dimensions of consumers as sexuality, marital status, age, educational status, profession, monthly family income, and preferences concerning twelve different classical chair styles and colours of them. The questionnaire was applied to 400 people that live in Ankara by face-to-face interview method. The questionnaire results have been determined and analyzed statistically. When demographic dimensions are not considered, Duncan Phyfe 1, Queen Anne, Renaissance, Colonial and Duncan Phyfe 2 as styles and brown, white and yellow as colours are highly preferred. The styles and color preferences depending on demographic dimensions also show differences.

Keywords : Furniture, chair, consumer preferences, chair styles, colour

1. GİRİŞ VE GENEL BİLGİLER

Tüketicilerin satın alma kararlarında ekonomik etkenler (gelir seviyesi, genel ekonomik durum, finansal yapı), sosyal etkenler (kültür ve alt kültür, sosyal sınıf, örnek alınan bireyler, roller ve aile), psikolojik etkenler (güdüleme, algılama, tutumlar, öğrenme ve kişilik) ve kişisel etkenler (demografik ve durumsal) etkili olmaktadır. Bireyler, bu değişkenlerden kaynaklanan bireysel özelliklerine göre ürün özelliklerinde bir takım farklılıklar aramaktadırlar. Buna bağlı olarak da, insanlara yönelik olarak tasarlanan her ürün tüketicilerin bu beklentilerine cevap verecek şekilde farklılaştırılmaktadır. Mobilya ile ilgili olarak farklılaştırma gerektiren ürün özellikleri başta estetiklik olmak üzere işlevsellik, gü-

venilirlik, sağlamlık, ve emniyettir. Estetiklik dışındaki diğer ürün özellikleri olmazsa olmaz temel tasarım özellikleri olduğundan, ürün farklılaştırma ürünü özelliklerini tüketicilerin beklentilerine uyumlandırabilmek için başta işlev yüklemesi ile birlikte biçim, renk, denge-orantı ve doku gibi estetik unsurlar üzerinde durulmaktadır.

Genel anlamda pazarlama etkinliklerinde yukarıda bahsedilen kullanıcı özelliklerine bağlı olarak pazar bölümlenmeye gidilmekte, işletmeler hedef pazarlarını bu bölümlerden seçmektedirler. Bu bölümlenmeye bağlı olarak mekan özelliği göz önüne alınarak mobilyalar konut, büro, şehir, vb. mobilyaları; konut mobilyaları da yatak, yemek, oturma, vb. mobilyaları; yaş esas alınarak be-

bek, genç, ebeveyn mobilyaları; gelir durumu göz önüne alınarak üst/üst, üst/alt, üst/orta, alt/orta, alt/üst, ve alt/alt gelir grubuna yönelik mobilyalar olarak sınıflandırılmakta, işletmeler herhangi bir veya birkaç bölümü hedef pazar olarak seçebilmektedirler.

Hedef pazarın amacı doğrultusunda, seçilen bölüm içerisindeki kullanıcıların özellikleri nispeten homojen olmakla beraber, farklı tercihlerin tatmin edilebilmesi için ürün özellikleri açısından ürün çeşitlendirmeye gidilmesi bir zorunluluk olmaktadır. Bu durumda grupsal bazda sıklıkla ortaya çıkan tercih alternatiflerinin göz önüne alınması gerekmektedir.

Ürün farklılaştırmanın ortaya konabilmesi için ise benzer ürün özellikleri talep eden tüketiciler tespit edilerek toplam pazar bölümlere ayrılır ve her bölümdeki tüketicilerin beklentilerini karşılayacak ürün geliştirme etkinliklerine girilir. Bu nedenle, yeni ürün geliştirme etkinliklerinde hedef kitlenin tercihlerinin araştırılması gerekmektedir. Nitekim, bu hedefe yönelik araştırmalarda aşağıdaki bulgular ortaya konmuştur:

Ahşap ürünlerde çevreye uygunluk etiketinin (Eco-label) yer alması tercihte önemli görülmektedir (1).

Mobilya kullanıcıları empenye edilmiş ahşap ürünlerin emniyeti ve bu ürünlerin sağlığa etkisi açısından olumlu düşünmekle beraber sağlık açısından bazı tereddütlere de sahiptirler (2).

Yeni Zelanda'da mobilya üretiminde kullanılan ahşabın temin edildiği orman tipi, çevreye uygunluk etiketinin olup olmadığı (Plantasyonlar doğal ormanlara tercih edilmektedir) ve garanti süresi tüketici tercihlerinde etkili olan en önemli üç etkidir (3).

Finlandiya'da ahşap konut mobilyası tercihinde sıra ile kalite, tasarım, stil, reklam, ve fiyat öncelikle etkili olmaktadır (4).

Ahşap konut mobilyalarında yapısal özellik göstergeleri mevcudiyeti ürün seçiminde bir dereceye kadar önemlidir (5).

Güney Almanya'da mobilya pazarlamada etkili olan etkenler tasarım, malzeme, fiyat, çevreye zararsızlık ve üst yüzey işlemleri şeklinde sıralanmaktadır (6).

Çin mobilya endüstrisinde yonga levha, sert ağaç keresteleri, işlenmiş ara ürünler ve MDF en çok kullanılan malzemeler olup, yüksek gelir gruplarında masif veya kaplamaların laminasyonu ile oluşturulmuş mobilyalar daha çok tercih edilmektedir (7).

Trabzon'da yaşayan tüketicilerden mobilya seçiminde kadınlar ön planda olup kullanılabilirlik, kalite-dayanıklılık ve estetik unsurlar seçimde öncelikli etkenlerdir (8).

Ankara'da yaşayan tüketicilerin mobilya satın alma kararlarında kullanılabilirlik, kalite-dayanıklılık, ekonomiklik, işçilik kalitesi gibi mobilya ürün özellikleri etkili olmaktadır (9).

Tasarımda, ürün farklılaştırma amacıyla başvuru önemli araçlardan biri de renktir. Aynı model ürüne farklı renkler uygulayarak farklı renk istekleri olan tüketicilerin istekleri karşılanmaya çalışılmaktadır. Bu amaca yönelik olarak renk ile ilgili tüketici istekleri de araştırılmaktadır. Bu konu ile ilgili bazı araştırma sonuçları aşağıda verilmiştir:

Döşemelik kumaşlarla ilgili yapılan bir çalışmada, kolej öğrencilerinin renk tercihinde ton, değer, ve parlaklık etkili bulunmuştur (10).

İnsanların gelişim dönemleri ve buna bağlı olarak gelişen kişilik yapıları renk seçiminde etkili olmaktadır. Neşeli insanlar turuncuyu tercih ederken, atletik yapıdakiler kırmızıyı, entelektüeller maviyi, bencililer sarıyı seçmektedir. Yaş durumu göz önünde bulundurulursa, bebekler parlak renkleri (kırmızı ve sarı), daha büyük yaşta çocuklar ise kırmızı ve mavi renkleri tercih etmektedirler. Olgunluk dönemiyle birlikte mavi ve yeşile yönelim olmaktadır. Bu nedenle; firmaların logo renklerinin seçiminde, pazarlamada ürün ambalajlarının seçiminde, mekanların iç ve dış dekorasyonunda, kişiler arası iletişimde ve daha pek çok alanda renklerin insanlar üzerindeki yarattığı psikolojik etkiden yararlanılmaktadır (11).

Endüstriyel ürünlerin tasarımında ürün-kullanıcı ilişkisini yapılandıran, ürünün malzeme, konstrüksiyon veya işlev özelliklerini yansıtan bir etken olarak renk kullanılmaktadır. Bir nesne görsel olarak daima renk ve biçim bütünlüğü ile tanımlanır. Biçim renkten daha etkin bir iletişim aracı olarak öne çıksa da renk bu biçimi tamamlayan, onun ifade edilmesini içeren bir öğe olarak değerlendirilmektedir (12).

Tüketicilerin yaşam biçimleri ile ilişkili genel anlamda renk tercihleri ile satın alma davranışlarındaki renk tercihleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. Genel olarak, renklerin seçiminde tüketiciler piyasada mevcut ürünlerin marka renklerinden etkilenmekte, renk tercihleri farklı yaşam biçimine sahip gruplardaki bireyler açısından önemli bir farklılık göstermemektedir (13).

Renkler içerdikleri düşük yada yüksek titreşimli enerjileri ile insan psikolojisi üzerinde etkili olmaktadır. İnsanın duygusal, zihinsel ve fiziksel dünyasını derinden etkileme gücüne sahiptirler. Bazı renkler iç dalgıncı ve sıkıcı bulunurken, bazı renkler ise insan üzerinde bir ferahlık, genişlik duygusu yaratmaktadır. Bu özellikleri ile renkler, uyarıcı oldukları kadar, bunaltıcı, yapıcı oldukları kadar da yıkıcı, itici ya da çekici olabilmektedirler (13).

Bu araştırmada ise kullanıcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, gelir seviyesi, ve eğitim durumu gibi bazı demografik özelliklerine bağlı olarak piyasada halen yaygın şekilde üretilen Regency, Hepplewhite, Colonial, Queen Anne, Sheraton, Barok, Duncan Phyfe 1, Rönesans, Duncan Phyfe 2, Chippendale, Rokoko, William Mary stilleri olmak üzere on iki adet sandalye stilinden hangilerinin ve bu sandalyelerde hangi renklerin daha çok tercih edildiğinin saptanması he-

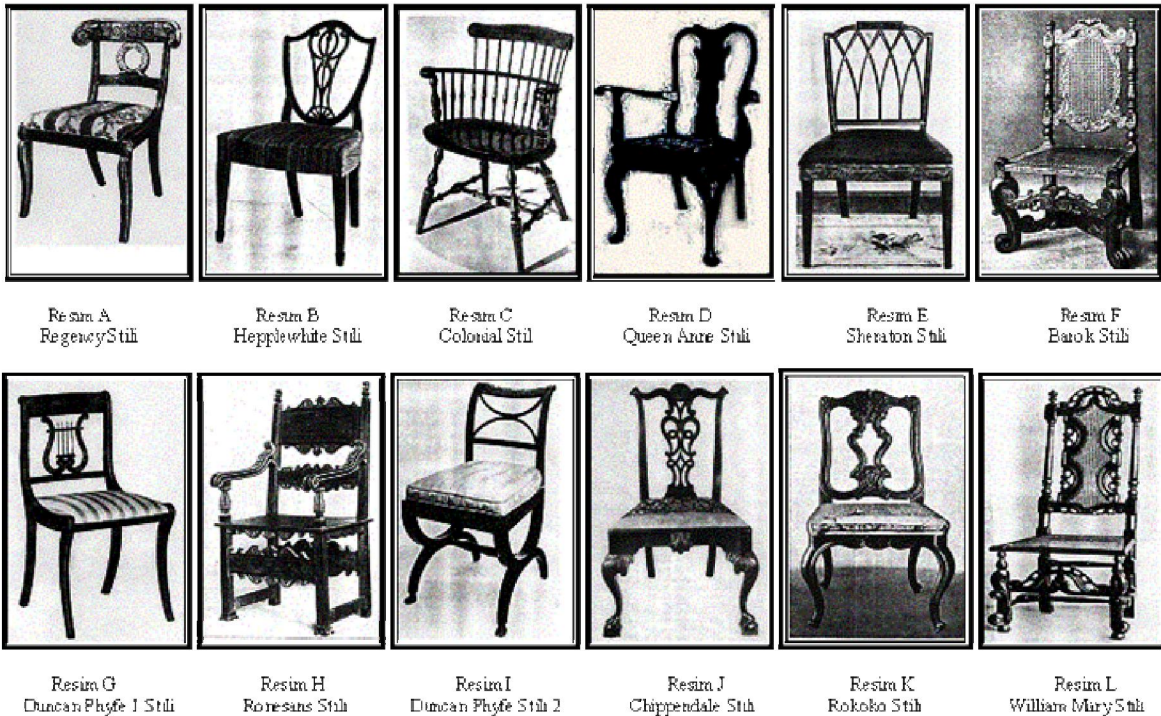
deflenmiştir. Buradan elde edilecek bilgiler üretilecek ürünün belirlenmesi, ürün serilerinin belirlenmesi, hedef pazarın belirlenmesi, ve kapasite tespiti gibi olağan işletme etkinliklerinde kullanılabilir.

2. YÖNTEM

Çalışmada farklı demografik özellikli mobilya kullanıcılarının klasik sandalyelerle ilgili stil ve renk tercihleri araştırılmıştır. Bu amaçla, bir anket hazırlanmış ve anket iki bölümden oluşturulmuştur.

Birinci bölümde; cinsiyet, medeni hal, yaş, eğitim durumu, meslek, aylık aile geliri gibi mobilya kullanıcılarının amaca uygun gelen bazı demografik özel-

liklerini saptamaya yönelik sorular yer almıştır. İkinci bölümde ise tüketici özelliklerine bağlı olarak tercihte öne çıkarılan sandalye stillerini ve renkleri tespit etmeye yönelik sorular yer almıştır. Bu amaçla, geçmişteki klasik mobilya stilleri incelenerek çeşitli dönemlerin özelliklerine göre Regency, Hepplewhite, Colonial, Queen Anne, Sheraton, Barok, Duncan Phyfe 1, Rönesans, Duncan Phyfe 2, Chippendale, Rokoko, William Mary stilleri olmak üzere on iki adet sandalye stili seçilmiştir. Rengin tercihleri etkilememesi için bu sandalyeler siyah-beyaz olarak tek sayfalık tercih formuna dönüştürülmüştür (Şekil 1). Seçilen stillerin belirlenmesinde piyasada hala bulunabilirliği etkili olmuştur. Mobilya



Şekil 1. Ankette kullanılan klasik sandalye gösterimleri

Çizelge 1. Ankete katılan bireylerin bazı demografik özellikleri

Eğitim durumu		Sayı	Yaş Aralığı	Sayı		
İlköğretim		21	28 Yaş ve Altı	214		
Lise		64	29-42 Yaş Arası	103		
Yüksek okul (2 Yıllık)		43	43-49 Yaş Arası	34		
yüksek okul / fakülte (4 yıllık)		223	50 Yaş ve Üstü	46		
Yüksek lisans-doktora		49	Toplam	400		
Toplam		400				
Gelir Durumu		Sayı	Medeni durum	Sayı	Cinsiyet	Sayı
1000 YTL'ye kadar		187	Evli	168	Erkek	174
1000-2000 YTL arası		143	Bekar	232	Bayan	223
2000 YTL üzeri		70	Toplam	400	Toplam	400
Toplam		400				

kullanıcılarının klasik sandalyelerdeki hakim renk tercihlerinin belirlenmesi için kırmızı, mavi, sarı, yeşil, kahverengi, siyah ve beyaz renkler ve tonları seçilmiş, hazırlanan anketle kullanıcıların bu renklerle ilgili tercihleri sorulmuştur.

Hazırlanan anket Ankara’da farklı semtlerde ikamet eden farklı meslek gruplarından farklı demografik özellikli ve ihtiyaç olduğunda bu tür sandalyeleri de satın alabileceğini belirten 400 kişiyle rastsal örnekleme ilkelerine göre yüz-yüze görüşme yoluyla uygulanmıştır. Ankete konu olan bireylerin demografik ve ekonomik özellikleri Çizelge 1’de verilmiştir.

Çizelge 2. Cinsiyet, yaş grupları ve medeni duruma göre klasik sandalye stil tercihleri

Stiller	Cinsiyet				S	D	p (χ ²)	Yaş Aralıkları					Medeni Durum				S	D	p (χ ²)
	Erkek	Bayan	Toplam					28 ve altı	29-42	43-49	50 ve üzeri	Toplam	evli	bekar	Toplam				
Regency	N	20	10	30	11	0,018		N	13	12	3	2	30	N	17	13	30	11	0,001
	%	11,49	4,42	7,50				%	6,07	11,65	8,82	4,08	7,50	%	10,12	5,60	7,50		
Hepplewhite	N	8	21	29				N	10	7	4	8	29	N	15	14	29		
	%	4,60	9,29	7,25				%	4,67	6,80	11,76	16,33	7,25	%	8,93	6,03	7,25		
Colonial	N	13	28	41				N	22	7	4	8	41	N	18	23	41		
	%	7,47	12,39	10,25				%	10,28	6,80	11,76	16,33	10,25	%	10,71	9,91	10,25		
Queen Anne	N	31	33	64				N	37	14	4	9	64	N	27	37	64		
	%	17,82	14,60	16,00				%	17,29	13,59	11,76	18,37	16,00	%	16,07	15,95	16,00		
Sheraton	N	11	7	18				N	8	5	2	3	18	N	13	5	18		
	%	6,32	3,10	4,50				%	3,74	4,85	5,88	6,12	4,50	%	7,74	2,16	4,50		
Barok	N	10	9	19				N	14	3	2	0	19	N	5	14	19		
	%	5,75	3,98	4,75				%	6,54	2,91	5,88	0,00	4,75	%	2,98	6,03	4,75		
Duncan Phyfe 1	N	25	45	70				N	25	26	7	12	70	N	38	32	70		
	%	14,37	19,91	17,50				%	11,68	25,24	20,59	24,49	17,50	%	22,62	13,79	17,50		
Rönesans	N	27	26	53				N	42	5	2	4	53	N	11	42	53		
	%	15,52	11,50	13,25				%	19,63	4,85	5,88	8,16	13,25	%	6,55	18,10	13,25		
Duncan Phyfe 2	N	18	22	40				N	26	12	2	0	40	N	10	30	40		
	%	10,34	9,73	10,00				%	12,15	11,65	5,88	0,00	10,00	%	5,95	12,93	10,00		
Chippendale	N	1	8	9				N	4	4	0	1	9	N	4	5	9		
	%	0,57	3,54	2,25				%	1,87	3,88	0,00	2,04	2,25	%	2,38	2,16	2,25		
Rococo	N	9	14	23	N	10	7	4	2	23	N	9	14	23					
	%	5,17	6,19	5,75	%	4,67	6,80	11,76	4,08	5,75	%	5,36	6,03	5,75					
William Mary	N	1	3	4	N	3	1	0	0	4	N	1	3	4					
	%	0,57	1,33	1,00	%	1,40	0,97	0,00	0,00	1,00	%	0,60	1,29	1,00					
Toplam	N	174	226	400	N	214	103	34	49	400	N	168	232	400					
	%	100,00	100,00	100,00	%	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	%	100,00	100,00	100,00					

Bu anketle elde edilen bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiler (Yaşın sandalye stil tercihihine etkisi, cinsiyetin renk tercihihine etkisi gibi) istatistiksel olarak analiz edilmiştir. Değişkenler arasında ilişki olup olmadığının belirlenmesi için “Ki” kare testi kullanılmıştır. Yakın sonuçlar elde edilen stiller arasında istatistiksel olarak fark olup olmadığının saptanmasında Z testi uygulanmıştır. Aralarında ilişki olan değişkenler çapraz çizelgelerle anlamlılık değerleriyle verilmiş, aralarındaki dağılımın ilişki verecek şekilde gerçekleşmediği değişkenler ise yine çapraz çizelgelerle ve yalnızca ağırlıklandırılarak verilmiştir. Kişisel özellikler ve biçim tercihleri arasındaki veri analizinde SPSS bilgisayar paket programı kullanılmıştır.

Yapılan analiz sonucunda mobilya kullanıcılarının stil ve renk tercihleri ile ilgili olarak dağılımlar cinsiyet-stil, medeni durum-stil, cinsiyet-renk, ve medeni durum-renk değişkenlerinin birbirleri ile olan ilişkilerini analiz edebilecek şekilde, yaş-stil, gelir durumu-stil, eğitim durumu-stil, yaş-renk, gelir durumu-renk ve eğitim durumu-renk değişkenlerinin birbirleri ile olan ilişkilerini analiz edemeyecek şekilde gerçekleşmiştir.

3. BULGULAR VE VERİ ANALİZİ

Herhangi bir özellik göz önüne alınmadan mobilya kullanıcıların en çok tercih ettikleri ilk 5 sandalye

stili; toplam 400 kişinin 70’i (%17,5) Duncan Phyfe 1, 64’ü (%16) Queen Anne, 53’ü (%13,25) Rönesans, 41’i (%10,25) Colonial ve 40’ı (%10)’da Duncan Phyfe 2 stili şeklinde sıralanmaktadır. Yine aynı kullanıcıların bu sandalyelerde görmek istedikleri renk tercihlerine bakıldığında 400 kişiden 184’ünün (%46) kahverengi ve tonlarını tercih ederken 57’sinin (%14,25) beyaz ve tonlarını ve 45’i (%11,25) de sarı ve tonlarını tercih ettikleri görülmektedir.

3.1. Cinsiyetin Stil Tercihine Etkisi

Cinsiyete bağlı olarak sandalye stil tercih dağılımları Çizelge 2’de verilmiştir.

Erkeklerin en çok tercih ettiği sandalye stillerine bakıldığında 174 erkekten 31'i (%17,82) Queen Anne stilini, 27'si (%15,52) Rönesans stili, 25'i (%14,37) Duncan Phyfe 1 stili, 20'si (11,49) Regency stili ve 18'i (%10,34) Duncan Phyfe 2 stili sandalyeleri tercih etmektedirler. Bayanlar açısından ise 226 bayandan 45'i (%19,91) Duncan Phyfe 1, 33'ü (%14,60) Queen Anne, 28'i (%12,39) Colonial, 26'sı (11,50) Rönesans, 22'si (%9,73) Duncan Phyfe 2, ve 21'i (%9,29) Hepplewhite stili sandalyeleri tercih etmektedirler.

Cinsiyetle sandalye tercihi arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığına yönelik istatistiksel analizde cinsiyetin sandalye tercihinde etkili olduğu ($p<0,05$) saptanmıştır.

3.2. Yaşın Stil Tercihine Etkisi

Farklı yaş aralıklarına göre sandalye stil tercihleri Çizelge 2'de verilmiştir. Buna göre 214 kişinin yer aldığı 28 yaş ve altı yaş aralığında 42 kişiyle (%19,63) Rönesans ve 37 kişiyle (%17,29) Queen Anne stilleri en çok tercih edilirken, 103 kişilik 29-42 yaş aralığında 26 kişiyle (%25,24) Duncan Phyfe 1 ve 14 kişiyle (%13,59) Queen Anne stilleri, 34 kişilik 43-49

grupta 12 kişiyle (%24,49) Duncan Phyfe 1 ve 9 kişiyle (%18,37) Queen Anne stilleri tercih edilmektedir.

3.3. Medeni Durumun Stil Tercihine Etkisi

Medeni duruma göre stil tercih dağılımları Çizelge 2'de verilmiştir. Buna göre 168 evliden 38'i (%22,62) Duncan Phyfe 1 stili sandalyeyi tercih ederken 27'si (%16,07) Queen Anne, 18'i (%10,71) Colonial ve 17'si (%10,12) Regency stili sandalyeleri tercih etmektedir. Bekarlarla ilgili olarak da 232 bekinden 42'si (% 18,10) Rönesans stili sandalyeyi tercih ederken 37 kişi (%15,95) Queen anne ve 32 kişi (%13,79) Duncan Phyfe 1 stili sandalyeleri tercih etmektedir.

Bireylerin medeni durumlarının sandalye tercihlerinde etkili olup olmadığına yönelik analizde medeni durumun tercihi önemli derecede etkilediği ($p<0,05$) saptanmıştır.

3.4. Gelir Durumunun Stil Tercihine Etkisi

Araştırmaya katılan bireylerin aylık aile gelirlerine göre sandalye stil tercihleri ile ilgili dağılım Çizelge 3'te verilmiştir. Çizelgenin incelenmesinden de görülebileceği gibi aylık 1000 YTL'ye kadar aile

Çizelge 3. Gelir ve eğitim durumuna göre klasik sandalye stil tercihleri

Stiller		Gelir Aralıkları (YTL)				Eğitim Durumu					
		1000 altı	1000 - 2000	2000 Üzeri	Toplam	İlköğretim	Lise	Yüksek Okul (2 Yıllık)	yüksek okul/fakülte (4Yıllık)	Yüksek lisans/doktora	Toplam
Regency	N	18	10	2	30	4	7	4	11	4	30
	%	9,63	6,99	2,86	7,50	19,05	10,94	9,30	4,93	8,16	7,50
Hepplewhite	N	15	8	6	29	3	4	5	17	0	29
	%	8,02	5,59	8,57	7,25	14,29	6,25	11,63	7,62	0,00	7,25
Colonial	N	18	18	5	41	2	6	2	25	6	41
	%	9,63	12,59	7,14	10,25	9,52	9,38	4,65	11,21	12,24	10,25
Queen Anne	N	25	27	12	64	3	11	7	32	11	64
	%	13,37	18,88	17,14	16,00	14,29	17,19	16,28	14,35	22,45	16,00
Sheraton	N	7	6	5	18	0	5	1	9	3	18
	%	3,74	4,20	7,14	4,50	0,00	7,81	2,33	4,04	6,12	4,50
Barok	N	7	9	3	19	0	1	0	17	1	19
	%	3,74	6,29	4,29	4,75	0,00	1,56	0,00	7,62	2,04	4,75
Duncan Phyfe 1	N	32	25	13	70	4	8	11	35	12	70
	%	17,11	17,48	18,57	17,50	19,05	12,50	25,58	15,70	24,49	17,50
Rönesans	N	34	9	10	53	3	4	5	36	5	53
	%	18,18	6,29	14,29	13,25	14,29	6,25	11,63	16,14	10,20	13,25
Duncan Phyfe 2	N	13	21	6	40	0	9	3	24	4	40
	%	6,95	14,69	8,57	10,00	0,00	14,06	6,98	10,76	8,16	10,00
Chippendale	N	1	5	3	9	1	2	0	4	2	9
	%	0,53	3,50	4,29	2,25	4,76	3,13	0,00	1,79	4,08	2,25
Rococo	N	14	5	4	23	1	6	5	10	1	23
	%	7,49	3,50	5,71	5,75	4,76	9,38	11,63	4,48	2,04	5,75
William Mary	N	3	0	1	4	0	1	0	3	0	4
	%	1,60	0,00	1,43	1,00	0,00	1,56	0,00	1,35	0,00	1,00
Toplam	N	187	143	70	400	21	64	43	223	49	400
	%	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

yaş aralığında 7 kişiyle (%20,59) Duncan Phyfe 1 ve 4'er kişiyle (%11,76) Hepplewhite, Colonial, Queen Anne ve Rococo stilleri, 49 kişilik 50 yaş ve üzeri

gelirine sahip bireylerde en çok tercih edilen üç klasik sandalye türü Rönesans (34 kişi, %18,18), Duncan Phyfe 1 (32 kişi, %17,11) ve Queen Anne (25 kişi,

%13,37) şeklinde olurken; 1000-2000 YTL gelir aralığında Queen Anne (27 kişi, %18,88), Duncan Phyfe 1 (25 kişi, %17,48) ve Duncan Phyfe 2 (21 kişi, %14,69) şeklinde ve 2000 YTL üzeri gelire sahip olanlarda da Duncan Phyfe 1 (13 kişi, %18,57), Queen Anne (12 kişi, %17,14) ve Rönesans (10 kişi, %14,29) şeklinde gerçekleşmiştir.

3.5. Eğitim Durumunun Stil Tercihine Etkisi

Bireylerin eğitim durumlarına göre sandalye stil tercihlerine ilişkin dağılım Çizelge 3'te verilmiştir. İlk öğretim mezunu 21 kişi arasında Regency ve Duncan Phyfe 1 stilleri (4'er kişi, %19,05), lise mezunu 64 kişi arasında Queen Anne stili (11 kişi, %17,19), 2 yıllık yüksek okul mezunu 43 kişi arasında Duncan Phyfe 1 stili (11 kişi, %25,58), 4 yıllık yüksek okul/fakülte mezunu 223 kişi arasında Rönesans stili (36 kişi, %16,14), ve yüksek lisans/doktora mezunu 49 kişi arasında Duncan Phyfe 1 stili (12 kişi, %24,49) sandalyeler en çok tercih edilen sandalyeler olmuştur.

3.6. Cinsiyetin Sandalye Renk Tercihine Etkisi

Cinsiyete bağlı olarak klasik sandalyelerde tercih edilen renklerle ilgili dağılım Çizelge 4'te verilmiştir.

Çizelge 4'e göre; en çok tercih edilen üç renge bakıldığında 174 erkekten 88'i (%50,17) kahverengi ve

Cinsiyetin renk tercihleri üzerinde etkili olup olmadığına yönelik analize göre iki değişken arasındaki ilişkinin önemli olduğu ($p < 0,05$) saptanmıştır. Buna göre erkeklerle bayanların renk tercihleri ayrı ayrı ele alınmalıdır.

3.7. Yaşın Sandalye Renk Tercihine Etkisi

4 farklı yaş grubuna yönelik klasik sandalye renk tercihlerine ilişkin dağılım Çizelge 4'te verilmiştir. 28 yaş altında bulunan 214 kişiden 103'ü (%48,13) kahverengi ve tonlarını, 29'u (%13,55) beyaz ve tonlarını ve 26'sı (12,15) siyah ve tonlarını, 29-42 yaş aralığında bulunan 103 kişiden 39'u (%37,86) kahverengi ve tonlarını, 23'ü (%22,33) sarı ve tonlarını ve 15'i (%14,56) beyaz ve tonlarını, 43-49 yaş aralığında bulunan 34 kişiden 16'sı (%47,06) kahverengi ve tonlarını, 8'i (%23,53) beyaz ve tonlarını ve 4'er kişi (% 11,76) de sarı ve tonları ile kırmızı ve tonlarını, ve 50 yaş üstü yaş aralığında bulunan 49 kişiden 26'sı kahverengi ve tonlarını, 8'i (%16,33) sarı ve tonlarını ve 5 kişi (%10,20) de beyaz ve tonlarını tercih etmektedir.

3.8. Medeni Durumun Sandalye Renk Tercihine Etkisi

Ankete katılan bireylerin medeni durumlarına göre sandalye renk tercihlerine ilişkin dağılım Çizelge

Çizelge 4. Cinsiyet ve yaş gruplarına göre sandalye renk tercihleri

Renkler	Cinsiyet					Yaş Aralıkları						
	Erkek	Bayan	Toplam	S D	p (χ^2)	28 ve altı	29-42	43-49	50 ve üzeri	Toplam		
Beyaz ve tonları	N	19	38	57	6	0,04	N	29	15	8	5	57
	%	10,92	16,81	14,25			%	13,55	14,56	23,53	10,20	14,25
Sarı ve tonları	N	16	29	45			N	10	23	4	8	45
	%	9,20	12,83	11,25			%	4,67	22,33	11,76	16,33	11,25
Kırmızı ve tonları	N	10	27	37			N	21	8	4	4	37
	%	5,75	11,95	9,25			%	9,81	7,77	11,76	8,16	9,25
Yeşil ve tonları	N	4	6	10			N	5	2	0	3	10
	%	2,30	2,65	2,50			%	2,34	1,94	0,00	6,12	2,50
Siyah ve tonları	N	20	14	34			N	26	6	1	1	34
	%	11,49	6,19	8,50			%	12,15	5,83	2,94	2,04	8,50
Mavi ve tonları	N	17	16	33			N	20	10	1	2	33
	%	9,77	7,08	8,25			%	9,35	9,71	2,94	4,08	8,25
Kahverengi ve tonları	N	88	96	184			N	103	39	16	26	184
	%	50,57	42,48	46,00			%	48,13	37,86	47,06	53,06	46,00
Toplam	N	174	226	400			N	214	103	34	49	400
	%	100,00	100,00	100,00			%	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

tonlarını tercih ederken, 20'si (%11,49) siyah ve tonlarını ve 19'u (%10,92) beyaz ve tonlarını tercih etmektedir. Bayanların en çok tercih ettiği üç renge bakıldığında ise 96 kişi (%42,48) kahverengi ve tonlarını, 38 kişi (%16,81) beyaz ve tonlarını ve 29 kişi (%12,83) de sarı ve tonlarını tercih etmektedir.

5'de verilmiştir. Çizelgeden de takip edilebileceği üzere toplam 168 evli bireyden 71'i (%42,26) kahverengi ve tonlarını tercih ederken 32'si (%19,05) sarı ve tonlarını ve 25'i (%14,88) de beyaz ve tonlarını tercih etmektedir. Bekarlarda ise toplam 232 bekinden 113'ü (%48,71) kahverengi ve tonlarını, 32'si (%13,79) beyaz ve

tonlarını ve 30 kişi (%12,93) de siyah ve tonlarını tercih etmektedir.

Medeni durumun sandalye renk tercihleri üzerinde etkili olup olmadığına yönelik analize göre iki değişken arasındaki ilişkinin oldukça önemli olduğu ($p<0,05$) saptanmıştır. Buna göre evlilerle bekarların renk tercihleri ayrı ayrı ele alınmalıdır

tonları ile mavi ve tonlarını tercih etmektedir. 1000-2000 YTL gelir aralığına sahip 143 kişiden 68 kişi (%47,55) kahverengi ve tonlarını, 18 kişi (% 12,59) sarı ve tonlarını, ve 17'şer kişi (%11,89) de beyaz ve tonları ile yeşil ve tonlarını tercih etmektedir. 2000 YTL üzeri gelir seviyesine sahip 70 kişiden 35'i (%50,00) kahverengi ve tonlarını tercih ederken 11'i (%15,71)

Çizelge 5. Medeni durum ve Gelir durumuna göre sandalye renk tercihleri

Renkler	Medeni Durum					Gelir Durumu (YTL)					
	Evli	Bekar	Toplam	SD	p (χ^2)	1000 altı	1000 - 2000	2000 Üzeri	Toplam		
Beyaz ve tonları	N	25	32	57	6	0,00	N	29	17	11	57
	%	14,88	13,79	14,25			%	15,51	11,89	15,71	14,25
Sarı ve tonları	N	32	13	45			N	18	18	9	45
	%	19,05	5,60	11,25			%	9,63	12,59	12,86	11,25
Kırmızı ve tonları	N	17	20	37			N	16	17	4	37
	%	10,12	8,62	9,25			%	8,56	11,89	5,71	9,25
Yeşil ve tonları	N	5	5	10			N	7	3	0	10
	%	2,98	2,16	2,50			%	3,74	2,10	0,00	2,50
Siyah ve tonları	N	4	30	34			N	18	10	6	34
	%	2,38	12,93	8,50			%	9,63	6,99	8,57	8,50
Mavi ve tonları	N	14	19	33			N	18	10	5	33
	%	8,33	8,19	8,25			%	9,63	6,99	7,14	8,25
Kahverengi ve tonları	N	71	113	184			N	81	68	35	184
	%	42,26	48,71	46,00			%	43,32	47,55	50,00	46,00
Toplam	N	168	232	400			N	187	143	70	400
	%	100,00	100,00	100,00			%	100,00	100,00	100,00	100,00

3.9. Gelir Durumunun Renk Tercihine Etkisi

Ankete konu olan bireylerin 3 gelir grubuna göre sandalye renk tercihlerine ilişkin dağılım Çizelge 5'te verilmiştir. Buna göre; 1000 YTL' ye kadar geliri olan 187 kişiden 81'i (%43,32) kahverengi ve tonlarını, 29'u (%15,51) beyaz ve tonlarını, 18'er kişi (%9,63) sarı ve

beyaz ve tonlarını ve 9 kişi (%12,86) de sarı ve tonlarını tercih etmektedir.

3.10. Eğitim Durumunun Renk Tercihine Etkisi

Eğitim durumlarına göre ankete katılanların renk tercihleri Çizelge 6 'da verilmiştir.

Çizelge 6. Eğitim durumlarına göre sandalye renk tercihleri

Renkler	Eğitim durumu						
	İlköğretim	Lise	Yüksek okul (2 Yıllık)	Yüksek okul / fakülte (4Yıllık)	Yüksek lisans/ doktora	Toplam	
Beyaz ve tonları	N	2	13	6	34	2	57
	%	9,52	20,31	13,95	15,25	4,08	14,25
Sarı ve tonları	N	3	7	6	19	10	45
	%	14,29	10,94	13,95	8,52	20,41	11,25
Kırmızı ve tonları	N	1	7	5	17	7	37
	%	4,76	10,94	11,63	7,62	14,29	9,25
Yeşil ve tonları	N	3	0	1	5	1	10
	%	14,29	0,00	2,33	2,24	2,04	2,50
Siyah ve tonları	N	2	8	2	20	2	34
	%	9,52	12,50	4,65	8,97	4,08	8,50
Mavi ve tonları	N	1	6	3	21	2	33
	%	4,76	9,38	6,98	9,42	4,08	8,25
Kahverengi ve tonları	N	9	23	20	107	25	184
	%	42,86	35,94	46,51	47,98	51,02	46,00
Toplam	N	21	64	43	223	49	400
	%	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Buna göre; ilköğretim mezunlarında kahverengi en çok tercih edilen (9 kişi, %42,86) renk olurken bunu sarı ve tonları ile yeşil ve tonları (3'er kişi, %14,29) takip etmektedir. Lise mezunlarında 23 kişi (% 35,94) kahverengi ve tonlarını tercih ederken 13 kişi (20,31) beyaz ve tonlarını ve 8 kişi (%12,50) siyah ve tonlarını tercih etmektedir. 2 yıllık yüksek okul mezunlarında 20 kişi (%46,51) kahverengi ve tonlarını, 6 şar kişi (%13,95) da eşit ağırlıkla beyaz ve tonları ile sarı ve tonlarını tercih etmektedir. 4 yıllık fakülte mezunlarında 107 kişi kahverengi ve tonlarını tercih ederken, 34 kişi (%15,25) beyaz ve tonlarını ve 20 kişi siyah ve tonlarını tercih etmektedir. Yüksek lisans / doktora mezunlarında ise 25 kişi (%51,02) kahverengi ve tonlarını, 10 kişi (%20,41) sarı ve tonlarını ve 7 kişi (%14,29) de kırmızı ve tonlarını tercih etmektedir.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Uygulanan anketlerden elde edilen verilerin analizi ile aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Erkeklerin en çok tercih ettiği sandalye stilleri; Queen Anne, Rönesans, ve Duncan Phyfe 1 olurken, bayanlarda; bu dağılım Duncan Phyfe 1, Queen Anne, ve Colonial stilleri şeklinde gerçekleşmektedir.

Farklı yaş aralıklarına göre sandalye stil tercihlerine bakıldığında 15-28 yaş aralığında; Rönesans ve Queen Anne stilleri, 29-42 yaş aralığında ve 50 yaş ve üzeri grupta; Duncan Phyfe 1 ve Queen Anne stilleri, 43-49 yaş aralığında; Duncan Phyfe 1 ve Hepplewhite stilleri öne çıkmaktadır.

Medeni duruma göre stil tercih dağılımları incelendiğinde evlilerde; Duncan Phyfe 1 ve Queen Anne stili sandalyeler tercihte öne çıkarken, bekarlarda; Rönesans ve Queen Anne stili sandalyeler daha çok tercih edilmektedir.

1000 YTL' ye kadar aylık aile gelirine sahip bireylerde en çok tercih edilen sandalye stili Rönesans olurken, 1000 – 2000 YTL gelir aralığında; Queen Anne ve 2000 YTL üzeri gelire sahip olanlarda da Duncan Phyfe 1 stilleri daha çok tercih edilmektedir.

İlk öğretim mezunları Regency ve Duncan Phyfe 1 stilleri, lise mezunları Queen Anne stili, 2 yıllık yüksek okul mezunları Duncan Phyfe 1 stili, 4 yıllık yüksek okul/fakülte mezunları Rönesans stili, ve yüksek lisans/doktora mezunları da Duncan Phyfe 1 stili sandalyeleri tercihte ön plana çıkarmaktadır.

Herhangi bir özellik göz önüne alınmadığında Duncan Phyfe 1, Queen Anne, ve Rönesans stili sandalyeler tercihte öne çıkmaktadır.

En çok tercih edilen stil (Duncan Phyfe 1) göz önüne alındığında kullanıcıların sandalyelerde nispeten sadelik yanında şıklığı da ön planda tuttukları söylenebilir. Ancak, ikinci ve üçüncü tercihler de göz önüne alındığında, kullanıcıların, tercihte nispeten daha ağır ve gösterişli (Queen Anne ve Rönesans) stillere de yönelebileceği ortaya çıkmaktadır.

Cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir durumu, eğitim seviyesi gibi değişkenlerin renk tercihine etkisine bakıldığında, tüm değişkenlere bağlı olarak kahverengi ve tonları en çok tercih edilen renktir. Sarı - beyaz renkler ve tonları ikinci ve üçüncü öncelikli renkler olarak öne çıkmakta ancak sarı ve beyaz arasındaki sıralama değişebilmektedir. Herhangi bir özellik göz önüne alınmadan kullanıcıların sandalyelerde görmek istedikleri renk tercihlerine bakıldığında da kahverengi ve tonları, beyaz ve tonları ve sarı ve tonları renkler en çok tercih edilen üç renk olarak öne çıkmaktadır.

Bu renklerin öne çıkmasında cevizin Türkiye'de çok kullanılan bir ağaç türü olması, özellikle kayın ve çamın her renk boyamaya uygun olmasından kaynaklı olarak bu ağaç türünden üretilen mobilyaların özellikle ceviz ve eskitme renkli olarak piyasaya sürülmesi kahverengi ağırlıklı bir renk kültürünün oluşmasında etkili olmuş olabilir. Ayrıca, toplu konutlarda ve müteahhit yapımı konutlarda duvarların genelde beyaz veya açık renkli bir boya ile bitirilmesinin, mobilya yüzeylerinde kontrastlık açısından bu renklerin seçiminde etkili olduğu düşünülmektedir. Aynı şekilde, çam türü ahşap malzemelerin inşaat işleri, mekan donatı elemanları ve mobilyada doğal renkle çok kullanılması, sarı rengin çok tercih edilmesinde etkili olabilir. Beyaz renk de, temizliği ve saflığı simgeliyor olması nedeni ile çok tercih ediliyor olabilir.

Oturma mobilyası olarak sandalye kullanıcılarını hedef pazar olarak seçen bir işletmenin yukarıda sonuç olarak verilen kullanıcıların yaş, cinsiyet, gelir durumu, eğitim durumu, medeni durum gibi özelliklerine bağlı olarak ortaya çıkan stil ve renk tercihlerini göz önüne alması yararlı olabilir.

5. KAYNAKLAR

1. Teisl, M. F., Consumer Reactions To Environmental Labels For Forest Products: A Preliminary Look: Forest Products Journal, 52(1): 44-50, USA, 2002.
2. Vlosky, R.P. and T.F. Shupe., Homeowner Attitudes And Preferences For Building Materials With An Emphasis On Treated Wood Products: Forest Products Journal, 52 (7-8): 90-95, USA, 2002.
3. Bigsby, H.R., Ozanne, L.K., Consumer Preference For Environmentally Certified Forest Products In New Zealand, New Zealand Journal of Forestry, 46(3): 36-41, New Zealand, 2001.
4. Pakarinen, T.J. and A.T. Asikainen., Consumer Segments For Wooden Household Furniture, Holz Als Roh - Und Werkstoff, 59(3): 217-227, Germany, 2001
5. Bumgardner, M.S., R.J. Bush, and C.D. West., Knots As An Incongruent Product Feature: A Demonstration Of The Potential For Character-Marked Hardwood Furniture, Journal of the Institute of Wood Science, 15(6): 327-336, United Kingdom, 2001.
6. Karki, T., Species, Furniture Type, And Market Factors Influencing Furniture Sales In Southern Germany, Forest Products Journal, 50 (4):85-90, USA, 2000.

7. Sun, X. and A.L. Hammett., Chinese Furniture Industry: Its Development And Wood Use, Forest Products Journal, 49(10): 31-35, USA, 1999.
8. Akyüz, İ., Mobilya Tercihinde Tüketici Davranışlarının Cinsiyet Açısından Araştırılması (Trabzon İli Merkez İlçe Örneği), Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon, 1998.
9. Ersoy, A.F. and V. Kalınkara., Ailelerin Mobilya Satın Almasında Etkili Olan Faktörler, Standart Dergisi, (12):106-113, Ankara, 1997.
10. Radloff, D.J., Effects Of Hue, Value, And Chroma On College Students' Preferences For Apparel And Upholstery Fabrics, Perceptual And Motor Skills. 69(8): 167-178, 1989.
11. İzgören, A. Ş., Dikkat vücudunuz konuşuyor: Türkiye'de beden dili, iş yaşamı ve renkler, 3. Baskı, Academyplus Yayınevi, Ankara, 2000.
12. Asatekin M., Endüstri tasarımında ürün-kullanıcı ilişkileri, ODTÜ, Ankara, 1997.
13. Sarıkaya, N., Sütütemiz, N., Tüketicilerin satın alma davranışı ve yaşam tarzı üzerinde Renklerin etkisine yönelik bir araştırma, 3. Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi: 221-229, 25 - 26 KASIM 2004, Eskişehir