

**YATAK ODASI MOBİLYALARINDA RENK TERCİHLERİNİN
ARAŞTIRILMASI**

**RESEARCH OF COLOR DECISIONS IN BEDROOM
FURNITURE**

MELTEM YILMAZ

PROF. DR. İLKER USTA

Tez Danışmanı

Hacettepe Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin

Ağaçşleri Endüstri Mühendisliğı Anabilim Dalı için Öngördüğü

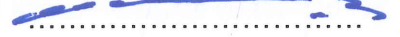
YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak hazırlanmıştır.

2018

Meltem Yılmaz'ın hazırladığı “Yatak Odası Mobilyalarında Renk Tercihlerinin Araştırılması” adlı bu çalışma aşağıdaki jüri tarafından **AĞAÇIŞLERİ ENDÜSTRİ MÜHENDİSLİĞİ ANABİLİM DALI**’nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Mehmet ALTINÖZ

Başkan



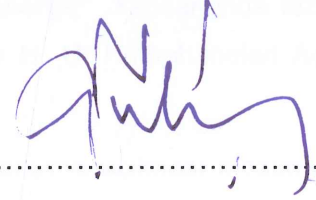
Prof. Dr. İlker USTA

Danışman



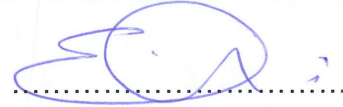
Dr. Öğr. Üyesi Gülçin Cankız ELİBOL

ÜYE



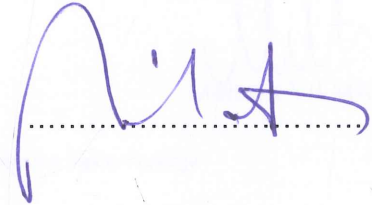
Dr. Öğr. Üyesi Emre DEMİREL

ÜYE



Dr. Öğr. Üyesi Nihat DÖNGEL

ÜYE



ONAY

Bu tez Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü tarafından **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak onaylanmıştır.

Prof. Dr. Menemşe GÜMÜŞDERELİOĞLU

Fen Bilimleri Enstitüsü Müdürü

YAYINLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kağıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinlerin yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan “**Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge**” kapsamında tezim aşağıda belirtilen koşullar haricinde YÖK Ulusal Tez Merkezi / H. Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

o Enstitü / Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir. ⁽¹⁾

o Enstitü / Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren Ay ertelenmiştir. ⁽²⁾

o Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. ⁽³⁾

27/08/2018

Meltem YILMAZ

“Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge”

- (1) Madde 6. 1. Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.
- (2) Madde 6. 2. Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. Şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü ve fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.
- (3) Madde 7. 1. Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir*. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.
Madde 7. 2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

* Tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu tarafından karar verilir.

ETİK

Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada,

- tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak gösterdiğimi,
- kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- ve bu tezin herhangi bir bölümünü bu üniversitede veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı

beyan ederim.

27/08/2018

Meltem YILMAZ

ÖZET

YATAK ODASI MOBİLYALARINDA RENK TERCİHLERİNİN ARAŞTIRILMASI

Meltem YILMAZ

Yüksek Lisans, Ağaçşleri Endüstri Mühendisliği Bölümü

Tez Danışmanı: Prof. Dr. İlker USTA

Ağustos 2018, 55 SAYFA

Mobilya hızlı tüketim ürünü olmadığından, tüketicilerin satın alma kararları; hangi mobilyanın alınacağını ve ne kadar ömür biçilerek satın alma kararının verileceğini içerir. Bu noktada, farklı seçme kriterleri bulunmakta olup renk bunlardan biridir. Bu çalışma; konut yatak odalarında kullanılan mobilyalarda, tüketicilerin renk tercihlerinin belirlenmesi amacı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında, rengin kişi üzerindeki etkileri, yatak odası mobilyalarında kullanılan kaplama cinsleri ve tonları perspektifinde incelenmiş ve detaylandırılmıştır. Renk tercihlerinin belirlenmesinde, ahşap renkleri ile düz renkleri içeren renk kartelaları eşliğinde, tesadüfü örnekleme yöntemiyle seçilen 110 kişi ile yüzyüze görüşülerek anket uygulanmış ve veriler istatistiki olarak analiz edilmiştir. Araştırma verileri, yatak odası mobilyalarında kişilerin renk tercihlerinin demografik özelliklerle bağlantısını ortaya koymuştur. Bu çalışmayla elde edilen verilerin, yatak odası mobilyası üreten işletmelerin pazarlama stratejilerini belirlemelerine ışık tutabilecek bir içsellğe sahip olduğu öngörülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Mobilya, Yatak Odası Mobilyası, Renk, Renk Tercihleri

ABSTRACT

RESEARCH OF COLOR DECISIONS IN BEDROOM FURNITURE

Meltem YILMAZ

Master of Science, Department of Wood Products Industrial Engineering

Supervisor: Prof. Dr. İlker USTA

August 2018, 55 PAGES

Because furniture is not a fast consumer product, purchasing decisions include what furniture to buy and how long it will take to make a purchasing decision. At this point, there are different selection criteria and the color is one of them. This study was carried out with the aim of determining the color preferences of consumers in furniture used in residential bedrooms. Within the scope of the research, the effects of the color on person were examined and detailed in terms of the types and tones of the coatings used in the bedroom furniture. In the determination of color preferences, a questionnaire was applied to 110 people selected by coincidence sampling method in the presence of color charts containing wood colors and plain colors, and data were analyzed statistically. The research data reveal the connection of the color preferences of the people in the bedroom furniture to the demographic characteristics. It is foreseen that the study data has an intrinsic value that can shed light on the marketing strategies of the bedroom furniture manufacturing firms.

Key Words: Furniture, Bedroom Furnitures, Color, Color Desicions

TEŞEKKÜR

Bu alıőmanın gerekleőmesini sağlayan, sonuçlanabilmesi için her türlü desteğini, bilgisini ve sabrını esirgemeyen, çalıőmamı tamamlamam için beni cesaretlendiren değerli hocam ve danışmanım Sayın Prof. Dr. İlker Usta'ya sonsuz teşekkür ederim. Yardımları ve yreklendirdiği için Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü oğretim yesi Prof. Dr. İbrahim Tokatlıoğlu'na; anket verilerinin iőlenmesi ve raporlanması süresince emeklerini esirgemeyen, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, Araştırma Görevlisi Savaő Gayaker'e, yreklendirdiği için Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri bölümü Araştırma Görevlisi Yağmur Tokatlıoğlu'na teşekkür ederim. Lisans ve Yüksek Lisans süresince eğitimime katkı sağlayan tüm eğitmenlerime; tüm okul personelimize ve özellikle Ayhan Dursun'a, son olarak destek ve sabırları için annem Jale Kaya'ya, babam Erkan Kaya'ya, oğlum Doğu'ya, kızım İdil'e teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
TEŞEKKÜR	iii
İÇİNDEKİLER	iv
ÇİZELGELER	vi
ŞEKİLLER	viii
1. GİRİŞ	1
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR	4
2.1. Mobilya Renk İlişkisi	4
2.2. Mobilya Satın Alma Kararları	6
3. YÖNTEM	8
3.1. Anket Detayları	8
3.1.1. Bağımsız Değişkenler	8
3.1.2. Bağımlı Değişkenler	8
3.1.3. Seçimlerin Yapılması	9
3.1.4. Kartela Detayları	10
3.2. Veri Analizleri	11
3.3. Basit Ağırlıklı Toplam Metodu (SAW:Simple Additive Weighting Analizi)	12
3.4. İlişki Analizleri	12
4. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME	14
4.1. Demografik Bulgular	14
4.2. Yatak Odası Düzenlemesine Dair Tercih Bilgileri	17
4.3. Ahşap Renk Tercihleri	21

4.4. Düz Renk Tercihleri.....	23
4.5. İlişki Analizleri.....	25
4.6. Çapraz Tablolar.....	29
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	40
5.1. Demografik Özellikler	40
5.2. Yatak Odası Düzenlemesine Dair Sonuçlar	41
5.3. Seçilen Ahşap Renkler ve Seçilen Düz Renkler	41
5.4. İlişki Analizleri.....	42
KAYNAKLAR.....	43
EKLER.....	46
EK 1: Araştırmada Kullanılan Anketi Formu	47
EK 2: Araştırmada Kullanılan Ahşap Renk Kartelası.....	51
EK 3: Araştırmada Kullanılan Düz Renk Kartelası.....	52
EK 4: Ahşap Renk Kartelasının Nümerik Kodlama İçeriği	53
EK 5: Düz Renk Kartelasının Nümerik Kodlama İçeriği.....	54
ÖZGEÇMİŞ	55

ÇİZELGELER

Çizelge 1. “Yatak odası mobilyası satın alırken nelere dikkat edersiniz?” sorusunun SAW Analizi.....	19
Çizelge 2. “Yatak odası düzenlemesinde aşağıdakileri renk tercihi açısından önem sırasına göre belirtiniz” sorusunun SAW analizi	21
Çizelge 3. “Kartela içinde bulunan ahşap renkler içinden tercih yapınız” istemine göre yapılan tercihlerin SAW analizi	22
Çizelge 4. “Kartela içinde bulunan düz renkler içinden tercih yapınız” istemine göre yapılan tercihlerin SAW analizi	23
Çizelge 5. Yatak odası mobilyasında tercih edilmeyen renkler.....	25
Çizelge 6. Meslek ve renk tercihleri	26
Çizelge 7. Meslek ve mobilya alırken dikkat edilen hususlar	26
Çizelge 8. Evin mülkiyeti ve renk tercihleri.....	27
Çizelge 9. Toplam gelir ve renk tercihleri.....	27
Çizelge 10. Toplam gelir ve mobilya satın alırken dikkat edilen hususlar	28
Çizelge 11. Evin mülkiyeti ve mobilya satın alırken dikkat edilen hususlar	28
Çizelge 12. Ahşap rengi birinci sırada tercih edenlerin öğrenim durumu.....	30
Çizelge 13. Düz rengi birinci sırada tercih edenlerin öğrenim durumu.....	31
Çizelge 14. Katılımcıların medeni durumu ve ahşap rengi birinci sırada tercih edenler	32
Çizelge 15. Katılımcıların medeni durumu ve düz rengi birinci sırada tercih edenler	33
Çizelge 16. Katılımcıların mesleği ve ahşap rengi birinci sırada tercih edenler	34
Çizelge 17. Katılımcıların mesleği ve düz rengi birinci sırada tercih edenler	35
Çizelge 18. Katılımcıların toplam geliri ve ahşap rengi birinci sırada tercih edenler .	36

Çizelge 19. Katılımcıların toplam geliri ve düz rengi birinci sırada tercih edenler	37
Çizelge 20. Katılımcıların cinsiyeti ve ahşap rengi birinci sırada tercih edenler	38
Çizelge 21. Katılımcıların cinsiyeti ve düz rengi birinci sırada tercih edenler	39



ŞEKİLLER

Şekil 1. Katılımcıların cinsiyeti	14
Şekil 2. Katılımcıların medeni durumu	14
Şekil 3. Katılımcıların çocuk sayısı	15
Şekil 4. Katılımcıların öğrenim durumu	15
Şekil 5. Katılımcıların mesleği.....	16
Şekil 6. Katılımcıların toplam gelir durumu	16
Şekil 7. Yeni mobilya satın alma nedeni	17
Şekil 8. Mobilya satın alırken davranış şekilleri	18
Şekil 9. Yatak odası mobilyasının rengi sizce ne kadar önemlidir?	20
Şekil 10. Renk tercihi yaparken neye dikkat edersiniz?	24
Şekil 11. Araştırmada kullanılan ahşap renk kartelası	51
Şekil 12. Araştırmada kullanılan düz renk kartelası	52

1. GİRİŞ

Yaşanılan/oturulan yerlerin süslenmesi veya çeşitli amaçlar için donatılmasına yarayan eşyalara mobilya denir [1]. Mobilya sadece evlerde değil, ofis, işyeri, okul, hastane, avm gibi tüm sosyal alanlarda; insanların konfor, dinlenme, depolama, çalışma vb ihtiyaçlarını karşılamak üzere her alanda yer bulmaktadır. Bu kadar yoğun kullanımı olan mobilyanın üretim teknikleri günümüzde çok gelişmiş durumdadır. Öyle ki, el emeğinin yerini makine destekli olarak seri üretim yapan fabrikalar almıştır. Üretimin kolaylaşması ve yaygınlaşması hem yan sanayi dallarının oluşmasını sağlamış, hem de ürün alternatiflerini oluşturmuş, son tüketicinin mobilyaya ulaşmasını daha kolay bir hale getirmiştir. Öte yandan, gelişen pazarlar sayesinde üreticiler arasında rekabet artmıştır. Bunun etkisiyle, üreticiler, fark yaratabilmek ve rakipleri arasında fark edilebilmek için mevcut ürünleri ve satış teknikleri konusunda kurumsal kimlik kazanmak için çalışmalar yapmaya başlamıştır. Bu bağlamda, garanti süreleri ve satış sonrası destek hizmetleri gibi yaklaşımlar ön plana çıkmış, kullanılacak malzemelerin, üreticilerin şahsi veya keyfi kararlarından ziyade, müşteri istekleri eşliğinde oluşturulan kalite dökümanları ile belirlendiği bir noktaya gelmiştir. Bu çerçevede, kurumsal yapısını korumak isteyen üreticiler, müşteri odaklı ulusal ve uluslararası kalite belgelerinden ödün vermek istememektedir. Beri yandan tüketicinin (başka bir deyişle müşterinin veya kullanıcının) bilinç düzeyi ve farkındalığı, değişen yaşam koşulları nedeniyle sürekli artmaktadır ve gelişmektedir. Bu noktada, mobilya satın alırken tek referans veya seçme kriteri ile yetinmeyen tüketici, firmaların web sayfalarına internet üzerinden ulaşmak suretiyle; garanti süresi, servis ağı, fiyatlandırma, ebat, malzeme, renk ve bunlar gibi sayısız çeşitlilikteki başka bilgilere ulaşip satın almayı öngördüğü ürünler hakkında ön değerlendirmeler yaparak olumlu veya olumsuz yönde bir fikir edinebilmektedir. Dolayısıyla, mobilya satın alma süreci artık tüketicinin mobilya mağazasına bizzat giderek seçmesiyle değil, evinden veya ofisinden internet veya sosyal medya üzerinden öngördüğü ürüne ilişkin görselleri arayarak, son trendler hakkında bilgi sahibi olmaya çalışmasıyla başlamaktadır. Bu sebeple, artık üreticilerin ve satıcıların karşısında sürekli araştıran, mobilya tasarımı ile üretimi hakkında farkındalığa sahip olan, mobilyada kullanılan malzemeler ve aksesuarlar konusunda sürekli yeni bilgiler edinen bir tüketici kitlesi bulunmaktadır.

Mobilya bir hızlı tüketim ürünü olmadığından, tüketici karar aşamasını çok aceleye getirmemektedir. Bu karar aşamasını lehine çevirmek isteyen üreticiler, kalite ve trendleri yakalama vurgusuyla, mobilya satış mağazalarına, reklam ve pazarlama faaliyetlerine zaman ve bütçeler ayırmaktadırlar. Bu perspektifte, “satarım yeter ki üretebileyim” düşüncesi, yerini “üretim yeter ki satabileyim” düşüncesine bırakmıştır. Zira, tüketici durumundaki mobilya kullanıcısının ürün seçmeye yönelik karar süreci, mobilyanın seçilmesiyle tamamlanmamaktadır. Çünkü, beğenilip satın alındıktan sonra kullanım yerine yerleştirilen mobilya, kullanışlılığıyla ilgili olarak kullanıcıya kazandırdığı deneyim ile seçilmesinin doğruluğu ve yanlışlığı hakkında bilgi vermekte ve gelecekteki diğer olası satın almalar için de önemli bir referans oluşturmaktadır.

Bu çalışmada, yatak odası mobilyaları temelinde, tüketicilerin mobilya seçimindeki karar verme sürecinde, mobilyaların sahip oldukları renklerin seçme kararına olan olası etkileri irdelenmiştir. Araştırma, yatak odalarında kullanılan mobilya özelinde yapılmış olup tesadüfî örnekleme yöntemiyle belirlenen 110 kişiyle yüz yüze görüşülmüş, ahşap renklerin ve düz renklerin yer aldığı renk kartelaları eşliğinde katılımcılara yatak odası mobilyalarında renk tercihleri hakkında sorular yöneltilmiş ve elde edilen veriler istatistiki olarak analiz edilmiştir. Araştırmada kullanılan renk kartelalarında, katılımcılara on adet ahşap rengi ile on adet düz renk gösterilmiş ve yatak odası mobilyaları mahiyetinde bunlarla ilgili tercih değerlendirmelerinin açığa çıkarılmasına çalışılmıştır. Anket uygulaması sırasında, katılımcıların kararlarını etkilememesi için, kartela haricinde herhangi bir başka görsel kullanılmamış, ankete cevap verenlerin kararlarında bir yönlendirmeye sebep olmaması amacıyla renklerin tümü mümerik olarak kodlanmıştır. Araştırmanın bir parçası olarak katılımcıların yaş, cinsiyet, meslek, gelir durumu gibi demografik bilgileri, evlerinde bulunan mevcut yatak odası mobilyalarının hangi eşyalardan teşekkül ettiği, bu mobilyaları ne kadar süredir kullandıkları ve ne kadar süre sonra yenilemeyi düşündükleri araştırılmıştır. Katılımcıların yatak odası mobilyasını satın alırken nasıl hareket ettikleri, profesyonel yardım almayı mı yoksa tanıdıklarından referans almayı mı tercih ettikleri detaylandırılmıştır. Bunun yanı sıra, bir yatak odası mobilyasının satın alınması söz konusu olduğunda, katılımcıların almayı düşündükleri yatak odası mobilyalarının

renklerinin nasıl öngürlmekte olduğu hususu, sunulan kartelalar içerisinden ilk üç ahşap rengin ve ilk üç düz rengin katılımcılarca nasıl tercih edildiği ve halihazırdaki kartelalardaki renkler içerisinde katılımcılar tarafından asla tercih edilmeyecek olan rengin hangisinin olduğu vurgusuyla tespit edilmiştir.

Anket uygulaması tamamlandıktan sonra, araştırma verileri detaylı olarak analiz edilmiştir. İstatistiksel analiz için IBM SPSS 23.0 paket programı kullanılmıştır. “Bulgular ve Değerlendirme” bölümünde detaylı olarak demografik bilgilerin sonuçlarına yer verilmiştir. Ayrıca, demografik özellikler, tercihler, satın alma sürecindeki davranış türleri ve renk tercihleri arasındaki ilişkilere/bağlantılara detaylı olarak yer verilmiştir. “Sonuç ve Öneriler” bölümünde, elde edilen verilerle ilgili genel bilgiler değerlendirilmiştir. Genel sonuç itibariyle, çalışmanın stoğa üretim yapan yatak odası mobilyası imalatçıları için önemi vurgulanmış, renk temasını esas alan müşteri tercihleri dahilinde yatak odası mobilyaları için ortaya konulan renk tercihlerine ilişkin olası öngörülere ışık tutulmaya çalışılmıştır.

2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

2.1. Mobilya Renk İlişkisi

Işığın kendi öz yapısına veya cisimlerden yansımaya bağlı olarak gözde oluşturduğu duyuma renk denir [2]. Bu açıdan bakıldığında, renklerle ilgili çalışmalar sadece fizik veya sanatla sınırlı değildir. Şöyle ki; renklerin nasıl oluştuğu ve anlamı üzerine düşünceler Antik Yunan'a kadar dayanırken, Arap ve Hindu kaynaklarında da renk kuramına dair bilgilerin mevcut olduğu görülmektedir. Aristoteles, Pythagoras, Platon ve Plinius gibi düşünürlerin yanı sıra, Leonardo da Vinci ve Rubens gibi sanatçıların da renkler konusunda çalışmalar yürüttüğü bilinmektedir [3].

Renklerin insan doğası ya da psikolojisine olan etkileri ve bu bağlamda iç mimari düzenlemelerinde, dekorasyonda, modada, medyada ve reklamlarda kullanımı konusunda oldukça fazla araştırma yapılmıştır. Önceki çalışmalara bakıldığında, mobilya ve renk konularının araştırıldığı, renk olgusunun sıklıkla insan psikolojisi üzerindeki etkilerine değinildiği görülmektedir.

Karabacak (2015) [4] tarafından yapılan çalışmada, mobilya tasarımı ile çocuk psikolojisi ve etkileşimi konusu incelenmiş, mobilyada hem tasarım, hem de renk unsurunun çocuk gelişimi ve psikolojisi üzerindeki etkileri ortaya konulmuştur. Aliyazıcıoğlu (2012) [5]'nin çalışmasında, farklı renk ve ışık kombinasyonlarında düzenlemiş mekanların insanlar üzerindeki fizyolojik ve psikolojik etkileri incelenmiştir. Okcu ve Kekeç Morkoç (2017) [6] tarafından yapılan çalışmada, tüketicilerin mobilyaya ilişkin tercihleri araştırılmış ve neden-sonuç ilişkilendirmesi yapılmıştır. Çabuk, Karayılmazlar ve Türedi (2012) [7]'nin çalışmasında, mobilya tercihinde tüketici davranışları, demografik faktörler bakımından incelenmiştir. Erdem (1995) [8] iç mekanlarda renk kullanımını incelediği çalışmasında, rengin nasıl oluştuğunu, iç mekanlarda renklerin nasıl algılandığını, yorumlandığını ve insanlar üzerindeki psikolojik etkilerini irdelemiş, yaş ve cinsiyete bağlı olarak bu durumların nasıl değişiklik gösterdiğini incelemiştir. Yamaner (2001) [9] tarafından yapılan çalışmada, farklı fonksiyonlarda renk kullanımına ait yaklaşımlar değerlendirilmiştir.

Özdemir (2005) [10] tarafından yapılan çalışmada, tasarımda renk seçimini etkileyen kriterler incelenmiş, mekan tasarımında rengin psikolojik etkileri üzerinde durulmuş, şartlanmış refleksler, tüketici ya da kullanıcının kimliği, moda, gelenekler, inanç sistemi, cinsiyet, yaş, renklere yüklenen anlamlar gibi unsurlara bağlı kalınarak tasarım yapılması gerekliliği ileri sürülmüştür.

Literatüre göre, renklerin insan psikolojisi üzerinde bıraktığı etkilerin her zaman bir merak konusu olduğu ve yıllardır incelendiği görülmektedir. Müşterilerine mesajlarını kısa yoldan iletmek isteyen işletmelerin, kurumsal kimlik oluşturma çabası içindeki kurumların, renklerin bu etkilerini araştırdığı ve bu konuda gerçekleştirilen araştırmalarla elde edilen sonuçları değerlendirmeye çalıştıkları anlaşılmaktadır.

- Renklerin kendilerine özgü karakteristik etkileri itibariyle, kırmızının enerjisi, sarının dikkati, yeşilin tazelik ve güveni, mavinin huzuru, morun imtiyazı sembolize ettiği detaylı bir şekilde anlatılmıştır [11].
- Yılmaz (1991) [12] tarafından gerçekleştirilen çalışmada, renk psikolojisi araştırılmış ve renklerin olası etkilerine değinilmiştir.
- Renklerin etkileri mahiyetinde, koyu mekanlarda yaşamının zorluklarına değinilmiş, zemin ve duvar renklerinin aynı anda koyu tonlarda seçilmemesi gerektiğinden bahsedilmiştir [13].

Renklerin genel olarak insan psikolojisi üzerinde olan etkilerinin haricinde, bebekler ile okul öncesi ve okul çağındaki çocuklar üzerindeki etkilerinin de incelendiği görülmektedir. Çukur ve Güller Delice (2011) [14] gerçekleştirdikleri çalışmada, erken çocukluk döneminde görsel algı gelişimine uygun mekan tasarımı çalışması ile renklerin etkilerine değinmişlerdir. Çabuk (2006) [15] tarafından yürütülen ilköğretim binalarının renk açısından değerlendirildiği çalışmada da iç mekana ait rengin çocuklara olan etkisi üzerinde durulmuştur.

Renklere atfedilen genel etkilerin haricinde, Özdemir (2005) [16] tarafından yürütülen çalışmada, tasarımda renk seçimini etkileyen kriterler incelenmiş, farklı toplumlarda

bulunan değer yargılarına bağlı olarak renk etkilerinin nasıl değiştiği gösterilmiştir. Bu kapsamda, a) Amerika ve Avrupa kültürlerinde kırmızı rengin tehlikeyi ifade ederken, Mısır ve Arap toplumlarında lm, Fransa'da asaleti, Hindistan'da yaratıcılık ve yaşamı, in'de ise mutluluk ve kutlamayı sembolize ettiği açıklanmıştır, b) sarı rengin Amerikan toplumunda uyarma anlamında kullanıldığı ve bazen de korkaklık göstergesi olduğu görülürken, in'de doğum, zenginlik, g anlamına geldiği belirtilmiştir, c) renklerin insan psikolojisine olan etkilerindeki genellemeye benzer şekilde, farklı iş kollarında da renklerin eşdeş etkilerine başvurulduğu vurgulanmış, örneğin kırmızı rengin sıhhi tesisatta sıcağı, ilaç sanayinde ise zehiri sembolize ettiği belirtilirken, mavi rengin sıhhi tesisatta soğuğu sembolize ettiği açıklanmıştır.

2.2. Mobilya Satın Alma Kararları

Daha önce yapılan çalışmalarda sıklıkla değinilen mobilya ve renk ilişkisinin haricinde, mobilya satın alan tüketicilerin davranışlarının satın alma aşamasındaki kararlarının da sıklıkla araştırıldığı görülmektedir. Korkut ve Kaval (2015) [17] mobilya seçiminde tüketicilerin tercihlerini araştırmış, gerçekleştirdikleri çalışmada tüketicilerin satın alma davranışlarını ortaya koymuşlardır. Arslan, Doruk ve Burdurlu (2009) [18] tarafından yürütülen çalışmada, mobilya kullanıcısı olarak tüketicinin karakteristik, sosyal ve ekonomik özelliklerinin, markalı mobilya seçimi üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Arısüt ve Ayan (2017) [19] tarafından yapılan araştırmada, mobilya kullanıcılarının döşemeli mobilya satın alma kriterleri Analitik Hiyerarşi Prosesi yöntemi ile belirlenmeye çalışılmıştır. Yılmaz, ztrk ve Burdurlu (2017) [20] yaptıkları araştırmada, çok ltl karar verme metodlarından biri olan Analitik Hiyerarşi Prosesi ile mobilya işletmeleri için hedef pazar seçimini araştırmışlardır. abuk (2000) [21] mobilya tercihinde tüketicilerin davranışlarını Ordu ili Merkez ilçe örneğinde cinsiyet açısından araştırmıştır. Akyüz (1998) [22] ise mobilya tercihinde tüketicilerin davranışlarını cinsiyet açısından Trabzon ili Merkez ilçe örneğinde ele almıştır. Akyüz (2006) [23] gerçekleştirdiği çalışmada, mobilya satın almada tüketicilerin davranışlarını etkileyen psikolojik, sosyo-psikolojik ve sosyo-kültürel faktörleri incelemiştir. Arpacı (2014) [24] Ankara'da yaşayan tüketicilerin itibariyle, mobilya satın alma ve kullanım davranışları ile mobilya satın almaya ilişkin sorunları incelemiştir.

Demircioğlu (2012) [25] markanın tüketiciler için satın alma davranışına olan etkilerini incelemiştir. Andaç (2008) [26] tüketiciler için tercihlerinin araştırılmasına yönelik çalışmasını Kayseri'de bulunan mobilya tüketicileri üzerinde gerçekleştirmiştir. Kaval (2017) [27] Kocaeli ili örneğinde, mobilya tüketiciler için kalite belgelerinin etkisini incelemiştir. Livdumlu (2016) [28] tarafından yapılan çalışmada, mobilya sektöründe çok kriterli karar verme yöntemleri ile yeni tasarımlardan en iyisinin seçilmesine yönelik süreci örneklemiştir. Dülgeroğlu (2011) [29] mobilya seçiminde tüketiciler için tercihlerinin belirlenmesi konusunu araştırmıştır. Çarkacı (1994) [30] mobilya seçiminde sosyo kültürel etmenler ve Ankara Siteler yöresindeki üretime yansımalarını incelemiştir. Çınar, Arslan ve Meriç (2015) [31] tarafından yapılan çalışmada, tekerlekli sandalye kullanan mobilya kullanıcıları için tüketicilerin yatak odası mobilyalarıyla ilgili sorunlarını tespit etmiş ve çözüm önerileri sunulmuştur.

3. YÖNTEM

Yatak odası mobilyalarında renk tercihlerinin belirlenebilmesi amacıyla Ekler kısmında gösterilen anket uygulanmıştır. Söz konusu anket formu (EK1), ahşap renkler kartelası (EK2) ve düz renkler kartelası (EK3) ile bütünleşik olup yaş, cinsiyet, meslek gibi bağımsız değişkenler ile mobilya satın alma yöntemleri, tercih öncelikleri ve renk tercihleri gibi bağımlı değişkenler çerçevesinde oluşturulmuştur. Anketin gerçekleştirilmesi için tesadüfî örnekleme yöntemi ile 110 kişi seçilmiş ve yüz yüze görüşülmüştür. Hiçbir katılımcıdan isimlerini belirtmeleri istenmemiştir.

3.1. Anket Detayları

3.1.1. Bağımsız Değişkenler

Katılımcılardan cinsiyet, yaş, medeni durum, varsa çocuk sayısı, öğrenim durumu bilgileri istenmiştir. Öğrenim durumu ilköğretimden, lisans ve yüksek lisans seviyesine kadar derecelendirilmiştir. Daha sonra, meslek bilgisi; kamu personeli, özel sektör çalışanı, ev hanımı veya çalışmayan, serbest meslek sahibi, öğrenci ve emekli seçenekleriyle belirlenmiştir. Katılımcının ailesinin toplam gelir miktarı, 1.600-2.000 TL, 2.001-3.500 TL, 3.501-5.000 TL, 5.001-6.500 TL, 6.501-8.000 TL ve 8.001 TL ve üstü seçenekleriyle belirlenmiştir. Bunun sonrasında, ikamet ettikleri evin mülkiyet durumu ve bu evde oturma süreleri öğrenilmiştir. Bu demografik bilgilerin ardından, katılımcılardan yatak odalarında mevcut bulunan mobilyaları belirtmeleri istenmiştir. Bu soruda seçenek sayısı geniş tutulmuş, bir yatak odasında bulunabilecek elbise dolabı, karyola, sandıklı baza, komodin, şifonyer, tuvalet masası, puf, sandalye, koltuk, tv ünitesi, müzik seti, gazetelik, kitap rafı, dilsiz uşak ve boy aynası şeklinde tek tek belirtilmiştir. Bunların haricinde mobilyası bulunanların bunu belirtilebilmesi için de “diğer” seçeneği eklenmiş ve bunun kendilerince yazılması istenmiştir.

3.1.2. Bağımlı Değişkenler

Katılımcılardan yatak odası mobilyası satın alma nedenlerini söylemeleri istenmiştir. Yeni ev kurma, eskiyen/kullanılmaz duruma gelen mobilyanın yenilenmesi, mevcut

mobilyanın ihtiyaçları karşılayamaz hale gelmesi, modayı takip etme veya güncel trendleri yakalama gibi seçenekler sunulmuş, bunun haricinde fikir beyan etmek isteyen katılımcılar için “diğer” seçeneği eklenmiştir. Bu sorudan sonra katılımcıların yatak odası mobilyası satın alırken nasıl hareket ettikleri sorusu yöneltilmiş, ev dekorasyonunda modayı mı takip ettikleri, mimar veya iç mimardan danışmanlık alarak mı seçtikleri, tanıdık ya da yakınlarının referansına göre mi tercih yaptıkları, mobilya satıcısının yönlendirmesini mi dikkate aldıkları, yoksa mekan ve mobilya renk uyumuna dikkate ederek mi tercih yaptıkları sorgulanmıştır. Bunların dışında farklı bir fikir belirtmek isteyenler için de “diğer” seçeneği eklenmiştir.

Başka bir soruda, katılımcıların mobilya satın alırken kalite, marka, fiyat, renk, işlevsellik (ebat ve kullanıma uygunluk), model (görsel ve estetik unsurlar), garanti süresi gibi seçeneklerden hangilerine özellikle önem verdikleri öğrenilmek istenmiştir. Bu seçenekler ve ayrıca eklenen “diğer” seçeneği içerisinde en çok önem verdikleri ilk üç maddeyi işaretlemeleri istenmiştir. Bu soru ile belirtilen seçenekler arasından en az öneme sahip olan kriterin de belirlenmesi hedeflenmiştir. Bir sonraki soruda katılımcıların mevcut yatak odalarını kaç yıldır kullandıkları ve kaç yıl sonra yenilemeyi düşündükleri sorulmuş ve katılımcıların mevcut yatak odası mobilyalarının ortalama yaşlarının tespit edilmesi ve genel olarak mobilyalarından bekledikleri kullanım süresinin öğrenilmesi amaçlanmıştır.

Renk ile ilgili sorulara geçildiğinde, katılımcıların yatak odası mobilyası rengine ne kadar önem verdiklerinin açığa çıkarılması amaçlanmıştır. Ayrıca, bir yatak odası düzenlemesi yapılırken, mekan içinde bulunan parke/zemin döşemesi, tavan, duvar, perde, halı, mobilya, örtü, kılıf vb döşeme tekstil ürünleri, aydınlatma elemanları gibi öğelerin renklerinden hangilerine daha çok önem verdikleri sorgulanmış, belirtilen unsurlardan öncelikle önemli gördükleri ilk üçünü seçmeleri istenmiştir.

3.1.3. Seçimlerin Yapılması

Yatak odası mobilyalarında renk tercihinin nasıl olduğunun tespit edilmesi amacıyla, katılımcılara ahşap renkleri ve düz renkleri içeren iki renk kartelası gösterilmiştir. Bu kartelalardan ilkinde on adet ahşap rengi, diğerinde ise on adet düz renk yer almıştır.

Katılımcılardan öncelikle ahşap renk kartelası içerisinde en çok tercih edecekleri ilk üç ahşap rengini belirtmeleri istenmiştir. Bunun sonrasında, yine aynı şekilde düz renk kartelası içerisinde en çok tercih edecekleri ilk üç düz rengi belirtmeleri istenmiştir. Katılımcıların renk tercihlerini yaparken (dikkatin mobilya renginden ziyade diğer unsurlara çekilebileceği ve katılımcıların kararlarını etkileyebileceği ihtimaline karşı) duvar, zemin rengi, tekstil ürünlerinin renkleri ve hatta aksesuarlar ile zenginleştirilmiş hiçbir yatak odası görseli katılımcılara gösterilmemiştir.

Katılımcılardan hem ahşap, hem de düz renkler arasından, en çok tercih edecekleri ilk üç rengi sıralamaları istendikten sonra, ayrıca bir de asla tercih etmeyecekleri rengi seçmeleri istenmiştir. Son olarak, katılımcılardan bu renk tercihlerini yaparken kolay temizleme, estetik ve moda gibi seçeneklerden özellikle hangisini dikkate alarak seçtiklerini belirtmeleri istenmiştir.

3.1.4. Kartela Detayları

Araştırmada on adet ahşap rengi (EK2) ile on adet düz renk (EK3) örnekleme içeren iki ayrı kartela kullanılmış olup bu kartelalardaki renkler ve renk tonları mobilya sektöründe ebevn yatak odası imal eden firmaların kullanmış oldukları çeşitli renk kartelalarından esinlenilerek oluşturulmuştur. Bu perspektifte, her iki kartelaya konacak renkleri seçerken mobilya yüzeylerine örtülen tüm renkler ve ahşap çeşitlerine yer verilmeye çalışılmış, ayrıca Türkiye’de zincir mağazalara sahip mobilya markalarının satış hattında bulunan yatak odası mobilyaları incelenmiştir.

Araştırmaya katılan katılımcılara, kartelalar halinde sunulan ahşap renklerin ve düz renklerin isimleri, katılımcıların seçme kararlarına olası etkileri yönünden dikkatlerini dağıtmaması için anket formunda ve kartela üzerinde belirtilmemiş, bunun yerine renklere nümerik kodlama yapılmıştır. Söz konusu nümerik kodlamanın içeriği, araştırma verilerinin değerlendirilmesine esas teşkil etmek üzere EK4’de ve EK5’de gösterilmiştir. Buna göre, EK4’de gösterildiği gibi ahşap renk kartelasındaki ahşap renklerin kodlamaları şu şekildedir: 1- Meşe (sarı kül rengi), 2- Gri renklendirilmiş meşe, 3- Sedir (kızıl kahve), 4- Kiraz (açık kahverengi), 5- Maun (kızıl ahşap rengi), 6- Akçaağaç (krem ahşap rengi), 7- Sapelli (hareli kızıl kahverengi), 8- Pekan (soluk

kahverengi, yüksek siyah kontrastı ile), 9- Çam (bal köpüğü rengi), 10- Ceviz (koyu, mat kahverengi). Öte yandan, EK5'de gösterildiği gibi düz renk kartelasındaki düz renklerin kodlamaları ise şu şekildedir: 1- Beyaz, 2- Açık yeşil, 3- Açık pembe, 4- Mavi, 5- Kırmızı, 6- Sarı, 7- Krem rengi, 8- Mor, 9- Gri/Antrasit, 10- Siyah.

3.2. Veri Analizleri

Anket çalışması tamamlanınca, elde edilen araştırma verileri istatistiki olarak analiz edilmiştir. Verileri analiz etmek için IBM SPSS 23.0 (Statistical Package for Social Sciences) paket programı kullanılmıştır. Çalışmada demografik özellikler için frekans ve yüzde analizi yapılmıştır. Örneklemdeki bireylerden/katılımcılardan elde edilen verilerin özetlenmesi ve veri setindeki değerlerin hangi değer etrafında toplanmış olduğunu belirlemek için tanımlayıcı istatistik analizi yapılmıştır. Çalışmada yer alan örneklem sayısı ise, Baş (2013) [32] tarafından açıklandığı gibi, aşağıdaki formül yardımıyla hesaplanmıştır. Buna göre, hedef kitledeki birey sayısı bilinmediği için örneklem büyüklüğünün belirlenmesi amacıyla aşağıdaki formül kullanılmıştır:

$$n = \frac{t^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Burada;

n: örnekleme alınacak birey sayısı

t: belirli anlamlılık düzeyinde, t tablosundan bulunan teorik değer ($\alpha = 0.05$ 'te serbestlik derecesinde teorik t değeri tablodan bulunmuş olup $t = 1.96$ 'dır)

p: incelenen olayın görülüş sıklığı (gerçekleşme olasılığı) (0.5 alınmıştır)

q: incelenen olayın görülmeyiş sıklığı (gerçekleşmeme olasılığı) (0.5 alınmıştır)

d: olayın görülüş sıklığına göre kabul edilen \pm örnekleme hatası (%5 alınmıştır)

Yukarıda açıklanan bilgiler uyarınca mevcut parametrelere göre işlem yapıldığında:

$$n = \frac{(1.65)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{(0.08)^2} = 106.34 \cong 110$$

şeklinde ortaya çıkan sonuç itibariyle 110 kişi ile anketin yapılabileceği belirlenmiş olup araştırma bu kadar sayıdaki katılımcı esas alınarak gerçekleştirilmiştir.

3.3. Basit Ağırlıklı Toplam Metodu (SAW:Simple Additive Weighting Analizi)

Günlük hayatımızda karşılaştıklarımıza benzer bir şekilde, karar verirken birbirine alternatif seçenekler arasından karar verilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, Ersöz ve Kabak (2010) [33] tarafından açıklandığı gibi, farklı kriterler arasından en uygun olanı bulmayı esas alan çok kriterli karar verme yöntemleriyle makul çözümlere ulaşılabilmektedir. Dolayısıyla, seçilen renklerden hangilerinin daha çok beğenildiğine karar verilirken çok kriterli karar verme yöntemlerinin kullanılabilmesi öngörülmüştür.

“Yatak Odası Mobilyalarında Renk Tercihlerinin Araştırılması” başlıklı bu çalışmada, katılımcılardan en çok beğendikleri ilk üç ahşap rengi ve ilk üç düz rengi seçmeleri istenmiştir. Bu noktada, hangi ahşap rengin ve hangi düz rengin daha çok tercih edildiğine ilişkin değerlendirmelerin yapılmasında, katılımcılarca seçilen ahşap renklere ve düz renklere çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan basit ağırlıklı toplam (SAW) metodu uygulanmıştır. Hwang ve Yoon (1981) [34] tarafından açıklandığı üzere, SAW metodu; sayısal değerlere sahip olan ancak karar vermede çok sayıda ölçüt kullanılan durumlarda başvurulabilecek yöntemlerden biridir. Bu yöntemde, Fishburn (1996) [35] tarafından belirtildiği gibi, her değişkenin aldığı sayısal değer, kriterlerin sayısına göre ağırlıklandırılması ile bulunmaktadır.

3.4. İlişki Analizleri

Değişkenler arasındaki ilişkiler incelenirken, analize konu olan değişkenlerin ölçme düzeyleri önemli bir hal almaktadır. Köse (2016) [36] tarafından açıklandığı gibi, ölçme düzeylerine göre hangi ilişki katsayısının kullanılacağı değişebilmektedir. Dolayısıyla, bu çalışmada yer alan değişkenler sınıflama ya da sıralama ölçme

düzeyine sahip olduğu için, Köse (2016) [36] tarafından bahsedildiği üzere, Cramer'in v katsayısı kullanılarak değerlendirilmiştir. Buna göre, Cramer'in v katsayısının tanım aralığı $0 \leq v \leq 1$ olup yorumu şu şekildedir:

$v = 0$ ise değişkenler arasında ilişki yoktur,
 $v = 1$ ise değişkenler arasında tam ilişki vardır.

Böylece, istatistiki yönden $p \leq 0,05$ koşulu dahilinde, Cramer'in v katsayısı göz önüne alınarak, v ölçütünün sıfıra yakın değerleri için "ilişki zayıftır", bire yakın değerleri için ise, "ilişki kuvvetlidir" yorumu yapılabilir. Bu çerçevede, :

$0 < v < 0.30$ ise, X ve Y arasında "zayıf ilişki" vardır,
 $0.30 < v < 0.60$ ise, X ve Y arasında "orta derecede ilişki" vardır,
 $0.60 < v < 1$ ise, X ve Y arasında "güçlü ilişki" vardır.

Çalışmada, ilişki analizi için gerekli hipotezler aşağıdaki gibi kurulmuştur:

$H_0: v = 0$ (ilişki yoktur)

$H_1: v \neq 0$ (ilişki vardır)

Buna göre, hipotez testlerine ilişkin kararların verilebilmesi için ilgili test istatistiği nezdinde p değerinden yararlanılmış olup anlamlılık düzeyi $\alpha = 0,05$ bağlamında, anlamlılık düzeyi α olmak üzere hipoteze ilişkin karar aşağıdaki gibi öngörülmüştür;

p olasılık değeri $> \alpha$ ise, H_0 yokluk hipotezi red edilemez,

p olasılık değeri $< \alpha$ ise, H_0 yokluk hipotezi red edilir.

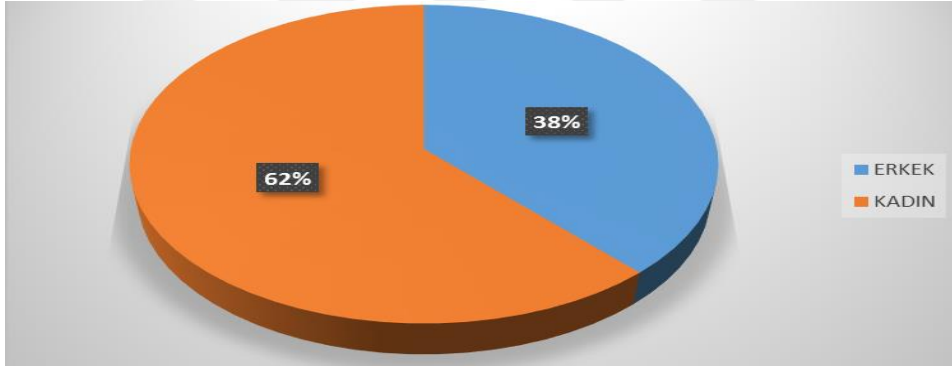
4. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Araştırma bulguları, a) demografik bulgular ve b) yatak odası düzenlemesine dair tercih bilgileri alt başlıkları dahilinde verilmiştir.

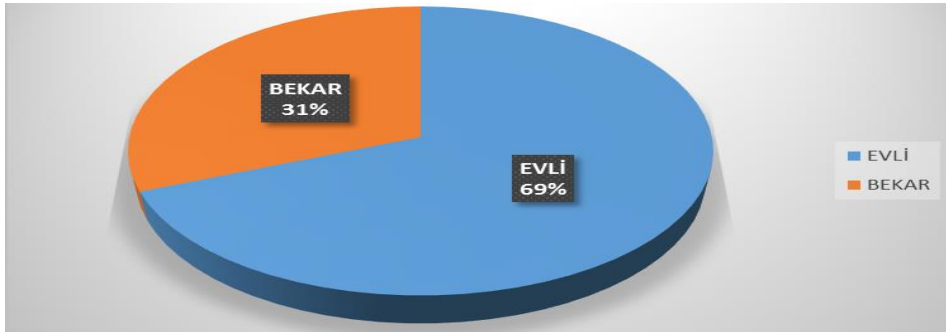
4.1. Demografik Bulgular

“Demografik Bulgular” başlığı kapsamında; yaş, medeni durum, varsa çocuk sayısı, öğrenim durumu, meslek, ailenin toplam geliri, oturlan evin mülkiyeti, oturulmakta olan evdeki ikamet süresi değerlendirmeleriyle sonuçlar verilmiştir.

Anket sorularını yanıtlayanların % 62’si kadın ve % 38’i erkektir (Şekil 1). Bu katılımcıların % 31’i bekar iken % 69’u evlidir (Şekil 2) ve % 62’sinin çocuğu var iken, % 38’inin ise çocuğu bulunmamaktadır (Şekil 3).

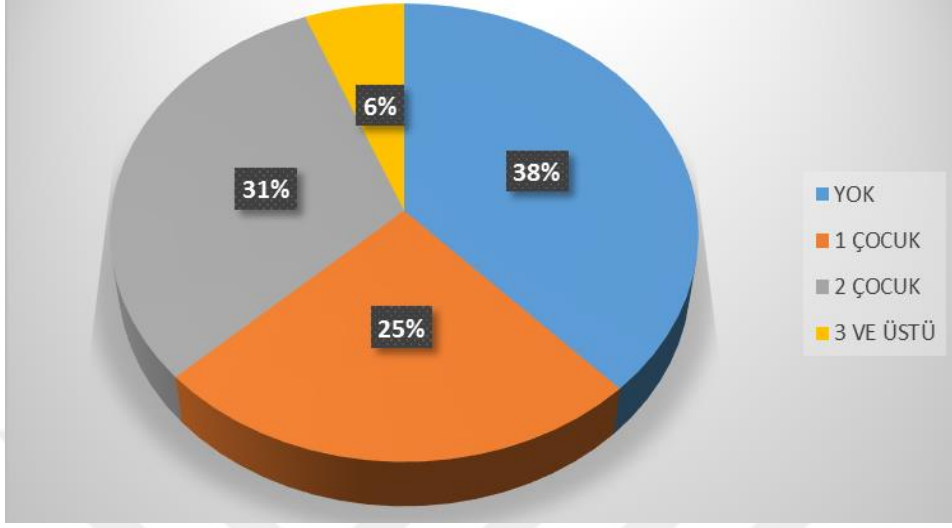


Şekil 1. Katılımcıların cinsiyeti



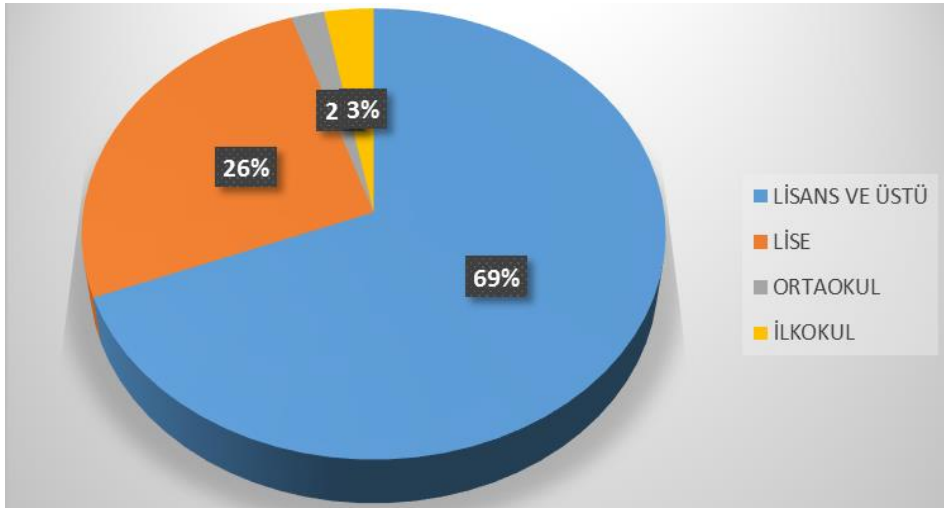
Şekil 2. Katılımcıların medeni durumu

Şekil 3’de görüldüğü gibi, çocuğu olan katılımcıların % 25’inin tek çocuğu, % 31’inin iki çocuğu, % 6’sının ise üç ve daha çok çocuğu bulunmaktadır.



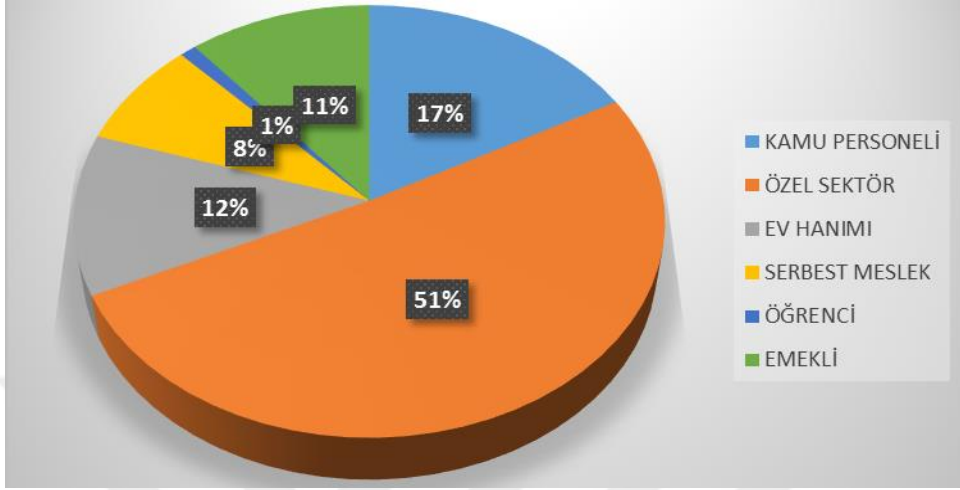
Şekil 3. Katılımcıların çocuk sayısı

Öğrenim durumları sorgulandığında ise, Şekil 4’te belirtildiği üzere, ankete cevap verenlerin % 69’unun lisans ve üstü, % 26’sının lise, kalan % 3’ünün ilkokul, % 2’sinin ise ortaokul öğrenim derecelerine sahip oldukları görülmüştür.



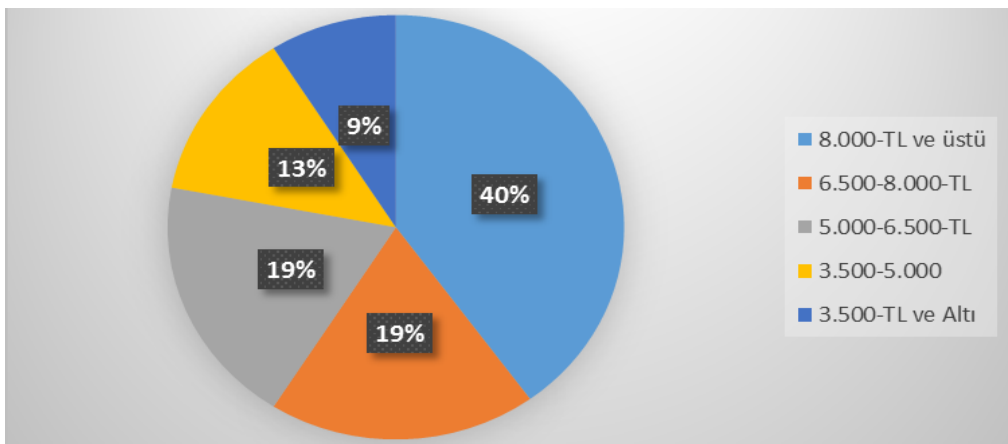
Şekil 4. Katılımcıların öğrenim durumu

Katılımcılara meslekleri sorulmuş, % 51'inin özel sektör çalışanı olduğu görülmüştür. % 17'si öğrenci, % 12'si çalışmayan, % 11'i emekli, % 8'i ise serbest meslek sahibi olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların meslek dağılımları Şekil 5'te de görülebilir.



Şekil 5. Katılımcıların mesleği

Gelir durumunun sorgulandığı soruya verilen cevaplara göre, katılanların % 40'ı 8.001 TL ve üstü, % 19'u 6.501-8.000 TL arası, % 19'u 5.001-6.500 TL arası, % 13'ü 3.501-5.000 TL arası, kalan % 9'u ise 3.500 TL altı gelire sahiptir. Anketin ilerleyen sorularında katılımcıların oturdukları evin mülkiyeti sorgulanmış, % 41'inin kirada oturduğu görülürken, % 58'inin ise kendi evinde oturduğu belirlenmiştir.



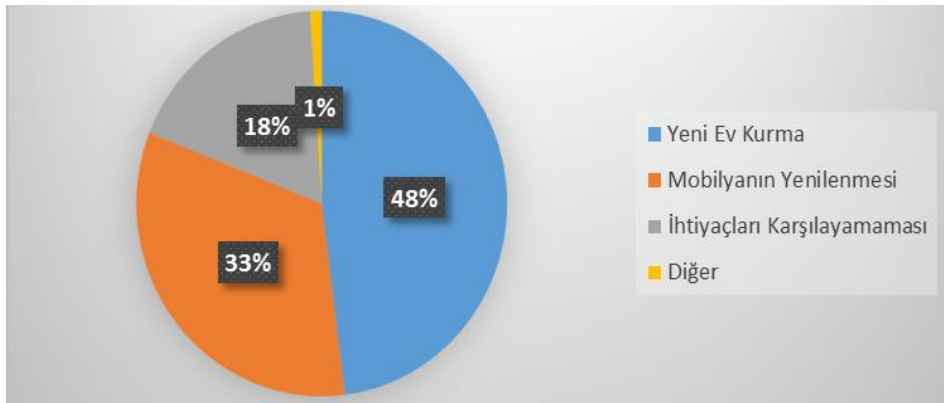
Şekil 6. Katılımcıların toplam gelir durumu

4.2. Yatak Odası Düzenlemesine Dair Tercih Bilgileri

“Yatak Odası Düzenlemesine Dair Tercih Bilgileri” başlığı kapsamında; aşağıdaki alt başlıklar uyarınca değerlendirmeler yapılarak sonuçlar verilmiştir.

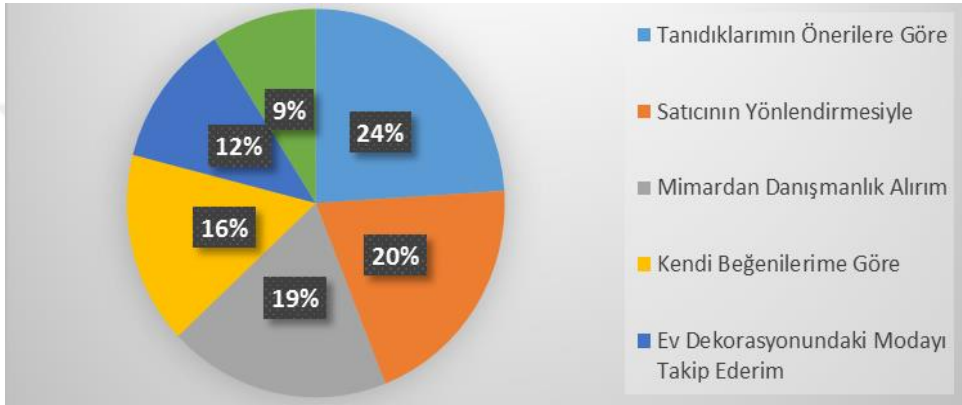
- Yatak odası mobilyası satın alma nedeninizi hangisi en iyi açıklar?
- Yatak odası mobilyası satın alırken nasıl hareket edersiniz?
- Yatak odası mobilyası satın alırken nelere dikkat edersiniz?
- Mevcut yatak odası mobilyanızı kaç yıldır kullanıyorsunuz?
- Satın aldığınız yatak odası mobilyasını kaç yıl sonra yenilemek istersiniz?
- Yatak odası mobilyalarının rengi sizce ne kadar önemlidir?
- Yatak odası düzenlemesinde renk tercihi açısından seçkileri belirtiniz

Yatak odası düzenlemesine dair tercihler kapsamında, katılımcıların mevcut yatak odalarında kullandıkları mobilyalar sorulmuş, mobilya satın alma durumunda ise kararlarında nelerin etkili olduğu araştırılmıştır. Şekil 7’de görüldüğü gibi, “Yeni bir yatak odası mobilyası alma nedeninizi aşağıdakilerden hangisi en iyi açıklar” sorusunu, katılımcıların % 48’i ‘Yeni ev kurma’ olarak cevaplandırmıştır. Katılımcıların % 33’ü “Eskiyen/kullanılmaz duruma gelen mobilyanın yenilenmesi” cevabını vermiş, % 18’i ise “Mevcut mobilyanın ihtiyaçları karşılayamaz hale gelmesi” demiştir.



Şekil 7. Yeni mobilya satın alma nedeni

Diğer soruda katılımcılara “Yatak odası mobilyası alırken nasıl hareket edersiniz” diye sorulmuş, % 24’ü “Tanıdık/Yakınlarımla önerilerine göre mobilya alırım” demiştir (Şekil 8). Bunun yanı sıra, katılımcıların % 20’si “Mobilya satıcısının yönlendirmesiyle” mobilya alacağını belirtmiş, % 19’u ise “Mimar veya iç mimardan danışmanlık alacağını” söylemiş, % 16’sı “Kendi zevklerine ve ihtiyaçlarına göre alacağını” vurgularken, % 12’si ise “Ev dekorasyonundaki modayı takip ederim” demiştir. Bu konuda, “Mekan ve mobilya renk uyumunu gözeterak mobilya seçerim” seçeneği ise % 9 ile en az tercih edilen şık olmuştur.



Şekil 8. Mobilya satın alırken davranış şekilleri

Bir sonraki adımda ankete katılan katılımcılara “Yatak odası mobilyası satın alırken nelere dikkat edersiniz?” sorusu yöneltilmiş; kalite, marka, fiyat, renk, işlevsellik (boyut ve kullanıma uygunluk), model (görsel/estetik unsurlar), garanti süresi gibi seçenekler arasından önem verdiklerini, en çoktan en aza doğru üç seçenek halinde belirtmeleri istenmiştir. Bu sorunun cevaplarının sıralanabilmesi için basit ağırlıklı toplam (SAW) metodu uygulanmıştır. Buna göre, Çizelge 1’de gösterildiği gibi, her bir seçeneğin 110 katılımcı içinden kaç kişi tarafından 1. Tercihe yazıldığı, kaç kişi tarafından 2. tercihe yazıldığı ve kaç kişi tarafından 3. tercihe yazıldığı listelenmiştir. Aynı seçeneğin birinci tercihe yazılması durumunda 3 puan, ikinci tercihe yazılması durumunda 2 puan, üçüncü tercihe yazılması durumunda ise 1 puan verilmiştir. Bu

puanlar birim puanın, üç seçenek olmasından dolayı, üçe bölünmesi yoluyla bulunmuştur (hesaplama kolaylığı olması için birim puan 3 olarak alınmıştır).

Çizelge 1’de görüldüğü gibi, “Yatak odası mobilyası satın alırken nelere dikkat edersiniz?” sorusuna verilen yanıtlara göre, ilk tercihlerinde katılımcıların % 32’sinin “Kalite”, % 29’unun “Model (görsel/estetik unsurlar)”, % 25’inin “Fiyat” demiş olmasına rağmen, SAW analizi uygulandıktan sonra ise, 110 katılımcının cevaplarına göre tüm seçimler içinden en çok önem verilen seçkinin “Kalite” olduğu görülürken, daha sonra ise sırayla “Fiyat” ve “İşlevsellik” olduğu görülmüştür.

Çizelge 1. “Yatak odası mobilyası satın alırken nelere dikkat edersiniz?” sorusunun SAW Analizi

Seçki	1.Tercih		2.Tercih		3.Tercih		Toplam Puan
	KS1	TP1	KS2	TP2	KS3	TP3	
Kalite	32	96	22	44	33	33	173
Fiyat	25	75	28	56	21	21	152
İşlevsellik	19	57	30	60	24	24	141
Model	29	87	12	24	12	12	123
Renk	3	9	13	26	9	9	44
Marka	2	6	5	10	7	7	23
Garanti Süresi	0	0	0	0	4	4	4
Toplam Puan	110	330	110	220	110	110	660

KS1: Birinci sırada tercih eden kişi sayısı, TP1: Birinci tercih için puan (KS1 x 3)

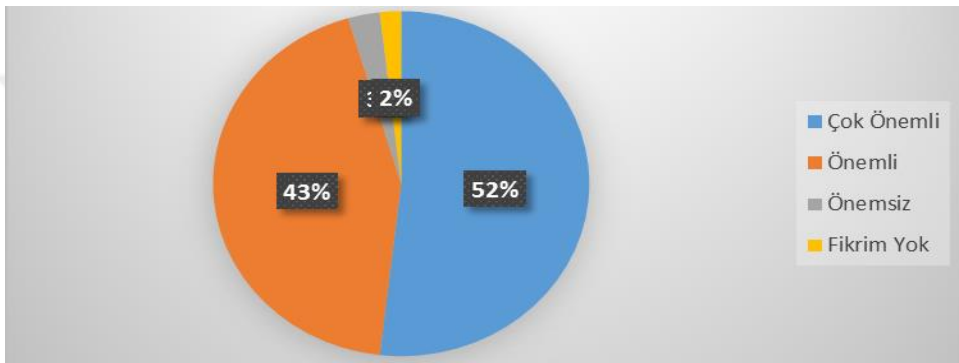
KS2: İkinci sırada tercih eden kişi sayısı, TP2: İkinci tercih için puan (KS2 x 2)

KS3: Üçüncü sırada tercih eden kişi sayısı, TP3: Üçüncü tercih için puan (KS3 x 1)

Toplam Puan = TP1 + TP2 + TP3

Katılımcıların oturmakta oldukları evlerde ortalama 9 yıldır ikamet ettikleri görülürken, mevcut yatak odalarını ise 7 yıldır kullanmakta oldukları gözlemlenmiştir. Bu noktada, anketin sorularından biri olan “Mevcut mobilyanızı kaç yıl sonra yenilemeyi düşünürsünüz” sorusuna verilen yanıt, en yüksek oranla “10 Yıl” şeklinde olmuştur.

Şekil 9’da görüldüğü gibi, katılımcılara “Yatak odası mobilyasının rengi sizce ne kadar önemlidir?” diye sorulduğunda, katılımcıların % 57’si “Çok Önemli” ve % 43’ü ise “Önemli” demiştir. Yatak odası mobilyasının rengini “Önemsiz” bulanlar ve “Fikrim Yok” diyenlerin toplam oranı ise % 5’te kalmıştır.



Şekil 9. Yatak odası mobilyasının rengi sizce ne kadar önemlidir?

Ankete cevap verenlerden “Yatak odası düzenlemesinde renk seçeneklerinin önem sırasına göre belirtilmesi” istendiğinde, Çizelge 2’de görüldüğü gibi, 1.sırada % 71 ile “Mobilya” yer alırken, bunu % 13 ile “Parke/zemin döşemesi rengi” izlemiştir. Toplam puan değerlendirmesi yapıldığında 260 puanla “Mobilya Rengi” en önemli unsur olarak renk tercihinde öncelikli konumda yer alırken, “Duvar Rengi” 107 puanla ve “Parke Rengi” 105 puanla bunu izlemektedir. Diğer bileşenlerin SAW analizine göre toplam puan değerlendirmelerine bakıldığında, Perde Rengi 71 puan, Halı Rengi 64 puan, Tekstil Rengi (Örtü/Kılıf) 44 puan, Tavan Rengi 6 puan ve Aydınlatma Elemanları 3 puan ile katılımcıların renk tercihlerinde arka sıralarda yer almış ve yatak odası düzenlemelerinde renk itibarıyla mobilya ile duvar ve parke renklerinden sonra addedilmiştir.

Çizelge 2. “Yatak odası düzenlemesinde aşağıdakileri renk tercihi açısından önem sırasına göre belirtiniz” sorusunun SAW analizi

Seçki	1.Tercih		2.Tercih		3.Tercih		Toplam Puan
	KS1	TP1	KS2	TP2	KS3	TP3	
Mobilya Rengi	78	234	9	18	8	8	260
Duvar Rengi	9	27	28	56	24	24	107
Parke Rengi	14	42	20	40	23	23	105
Perde Rengi	5	15	22	44	12	12	71
Halı Rengi	3	9	18	36	19	19	64
Tekstil Rengi (Örtü/Kılıf)	1	3	13	26	15	15	44
Tavan Rengi	0	0	0	0	6	6	6
Aydınlatma Elemanları	0	0	0	0	3	3	3
Toplam Puan	110	330	110	220	110	110	660

KS1: Birinci sırada tercih eden kişi sayısı, TP1: Birinci tercih için puan (KS1 x 3)
KS2: İkinci sırada tercih eden kişi sayısı, TP2: İkinci tercih için puan (KS2 x 2)
KS3: Üçüncü sırada tercih eden kişi sayısı, TP3: Üçüncü tercih için puan (KS3 x 1)
Toplam Puan = TP1 + TP2 + TP3

4.3. Ahşap Renk Tercihleri

Katılımcılara, üzerinde on adet ahşap rengi bulunan ahşap renk kartelası gösterilmiş ve bunlar içerisinde en çok beğendikleri ilk üç rengi seçmeleri istenmiştir. Seçim yapanları yönlendirmemek ve kısıtlamamak adına kartelalar haricinde görsel gösterilmediği gibi, buradaki ahşap cinslerinin de adı belirtilmemiştir. Katılımcılardan bazıları üç, bazıları iki, bazıları bir tercihte bulunmuş, altı kişi ise hiç ahşap renk tercihinde bulunmamıştır. Cevaplar incelenmiş ve istatistiksel olarak yorumlanmıştır. Katılımcılar derecelendirme de yaptıklarından, daha önce bahsedildiği gibi, her renk tercih sıralamasında aldığı yere göre SAW ile puanlamıştır (Çizelge 3).

Çizelge 3. “Kartela içinde bulunan ahşap renkler içinden tercih yapınız” istemine göre yapılan tercihlerin SAW analizi

Ahşap Renkler	1.Tercih		2.Tercih		3.Tercih		Toplam Puan
	KS1	TP1	KS2	TP2	KS3	TP3	
MEŞE (kartela kodu:1)	23	69	15	30	3	3	102
CEVİZ (kartela kodu:10)	23	69	8	16	3	3	88
SEDİR (kartela kodu:3)	11	33	9	18	0	0	51
PEKAN (kartela kodu:8)	9	27	9	18	5	5	50
KİRAZ (kartela kodu:4)	9	27	8	16	1	1	44
AKÇAAĞAÇ (kartela kodu:6)	7	21	10	20	3	3	44
GRİ MEŞE (kartela kodu:2)	10	30	2	4	1	1	35
MAUN (kartela kodu:5)	5	15	8	16	1	1	32
SAPELLİ (kartela kodu:7)	6	18	5	10	3	3	31
ÇAM (kartela kodu:9)	2	6	3	6	3	3	15
Toplam Puan	105	315	77	154	23	23	492

KS1: Birinci sırada tercih eden kişi sayısı, TP1: Birinci tercih için puan (KS1 x 3)
 KS2: İkinci sırada tercih eden kişi sayısı, TP2: İkinci tercih için puan (KS2 x 2)
 KS3: Üçüncü sırada tercih eden kişi sayısı, TP3: Üçüncü tercih için puan (KS3 x 1)
 Toplam Puan = TP1 + TP2 + TP3

Çizelge 3 verilerine bakıldığında, ankete katılan 110 kişi itibarıyla 5 kişinin birinci tercih yapmadığı, dolayısıyla hiç tercihte bulunmadığı, 33 kişinin ikinci tercih yapmadığı ve 84 kişinin üçüncü tercih yapmadığı görülmüştür. Çizelge 3'e göre 23 kişi ilk tercihinde Meşe seçerken, 23 kişi ise Ceviz seçmiştir. Sonuçlara basit ağırlıklı toplam (SAW) metodu uygulandığında ve 110 kişinin tüm tercihleri göz önünde bulundurulduğunda en çok tercih edilen rengin Meşe, sonrasında Ceviz, daha sonra ise Sedir olduğu görülmüştür. En az tercih edilen renkler ise Sapelli ve Çam olmuştur.

4.4. Düz Renk Tercihleri

Ahşap renkler için yapılan uygulama düz renkler için de gerçekleştirilmiş, on adet düz renk bulunan renk kartelası katılımcılara gösterilerek bunlar içerisinde en çok beğendikleri ilk üç rengi seçmeleri istenmiştir. Çizelge 4 verilerine bakıldığında, ankete katılan 110 kişi itibarıyla 1 kişinin birinci tercih yapmadığı, 49 kişinin ikinci tercih yapmadığı ve 91 kişinin üçüncü tercih yapmadığı görülmüştür. Ayrıca, 56 kişi ilk tercihinde beyaz rengi belirtirken, 29 kişi ise birinci tercihinde krem rengini belirtmiştir. SAW analizi yapıldıktan sonra ağırlıklandırılmış puanlar incelendiğinde, en çok tercih edilen rengin beyaz, daha sonra krem, daha sonra da gri/antrasit olduğu görülmektedir. En az tercih edilen renk ise açık pembe, mor ve sarı olmuştur.

Çizelge 4. “Kartela içinde bulunan düz renkler içinden tercih yapınız” istemine göre yapılan tercihlerin SAW analizi

Seçki	1.Tercih		2.Tercih		3.Tercih		Toplam Puan
	KS1	TP1	KS2	TP2	KS3	TP3	
BEYAZ (kartela kodu:1)	56	168	21	42	1	1	211
KREM (kartela kodu:7)	29	87	22	44	4	4	135
GRI/ANTRASİT (kartela kodu:9)	6	18	7	14	8	8	40
SİYAH (kartela kodu:10)	10	30	2	4	2	2	36
AÇIK YEŞİL (kartela kodu:2)	1	3	5	10	1	1	14
MAVİ (kartela kodu:4)	3	9	0	0	1	1	10
KIRMIZI (kartela kodu:5)	2	6	2	4	0	0	10
AÇIK PEMBE (kartela kodu:3)	1	3	2	4	1	1	8
MOR (kartela kodu:8)	1	3	0	0	0	0	3
SARI (kartela kodu:6)	0	0	0	0	1	1	1
Toplam Puan	109	327	61	122	19	19	468

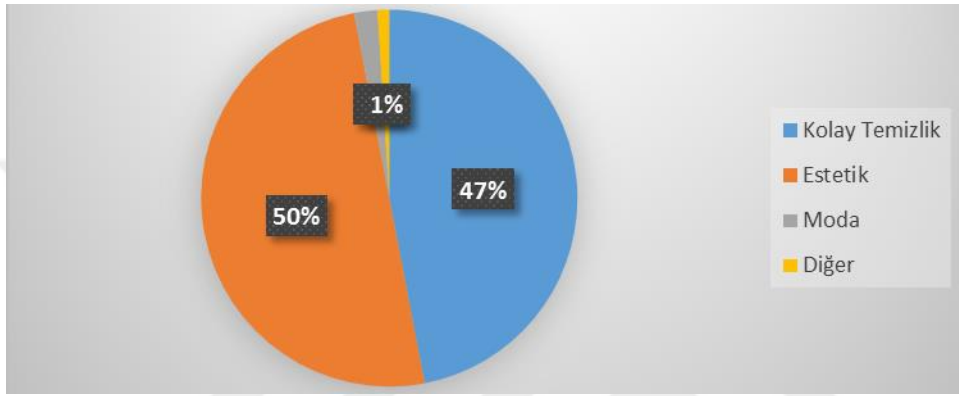
KS1: Birinci sırada tercih eden kişi sayısı, TP1: Birinci tercih için puan (KS1 x 3)

KS2: İkinci sırada tercih eden kişi sayısı, TP2: İkinci tercih için puan (KS2 x 2)

KS3: Üçüncü sırada tercih eden kişi sayısı, TP3: Üçüncü tercih için puan (KS3 x 1)

Toplam Puan = TP1 + TP2 + TP3

Renk tercihlerinin belirlenmesi amacıyla devam eden soruda, katılımcıların renk tercihlerini yaparken nelere dikkat edildiği sorulmuş, kolay temizleme ile estetik ve moda seçenekleri sunulmuştur. Şekil 10'da belirtildiği gibi, bu seçenekler arasından en çok tercih edilen seçenek % 50 ile estetik olmuştur. Tüm katılımcılar içerisinde 55 kişi, rengi belirlerken estetiği ön planda tuttuğunu söylemiştir. Estetiğin ardından % 47 ile kolay temizleme gelmektedir. Buna göre, 52 kişi rengi seçerken kolay temizlenmesine dikkat ettiklerini belirtmişlerdir.



Şekil 10. Renk tercihi yaparken neye dikkat edersiniz?

Renk tercihleri araştırmasının son sorusu olarak katılımcılardan, mevcut kartela içerisinde asla tercih etmeyecekleri rengi belirtmeleri istenmiştir. Bu soruya yanıt olarak ahşap renkler içerisinde hiç seçim yapılmamıştır. Öte yandan, Çizelge 5'te görüldüğü gibi, düz renkler arasından % 39 ile asla tercih edilmeyecek ilk renk kırmızı olmuştur. Başka bir deyişle, ankete katılan 43 kişi yatak odası mobilyası alırken asla kırmızı rengi seçmeyeceğini belirtmiştir. Tercih edilmeme konusunda, kırmızı rengi, 16 kişi ile siyah renk, 15 kişi ile mavi renk, 13 kişi ile mor renk ve 12 kişi ile açık pembe renk izlemiştir. Buna göre, “yatak odası mobilyasında siyah rengi ve mavi rengi asla tercih etmem” diyenlerin oranı % 14 ve % 13 iken, “mor rengi ve açık pembe rengi tercih etmem” diyenlerin oranı ise % 12 ve % 11 olarak belirlenmiştir. Bunun yanı sıra 4 kişinin sarı rengi, 3 kişinin açık yeşil rengi ve 2 kişinin de krem rengini hiç tercih etmeyeceklerini belirttikleri belirlenmiştir. Hiç tercih edilmeyecek olan renge ilişkin bu soruda en az seçim, birer kişi ile beyaz renkte ve gri/antrasit

renkte yapılmıştır. Öyle ki bu sonuç, aynı zamanda Çizelge 4'te görüldüğü gibi beyaz rengin en çok tercih edilmesi durumuyla da paralellik göstermektedir.

Çizelge 5. Yatak odası mobilyasında tercih edilmeyen renkler

Renkler	Kişi Sayısı	Oran (%)
KIRMIZI (kartela kodu:5)	43	39
SİYAH (kartela kodu:10)	16	14
MAVİ (kartela kodu:4)	15	13
MOR (kartela kodu:8)	13	12
AÇIK PEMBE (kartela kodu:3)	12	11
SARI (kartela kodu:6)	4	4
AÇIK YEŞİL (kartela kodu:2)	3	3
KREM (kartela kodu:7)	2	2
BEYAZ (kartela kodu:1)	1	1
GRİ/ANTRASİT (kartela kodu:9)	1	1
Toplam	110	100

4.5. İlişki Analizleri

Araştırmanın verilerinin ikili ilişkilendirmelerinin istatistiki karşılaştırması yapıldığında, meslek ve 1. ahşap renk tercihi ile orta derecede ilişki bulunurken, meslek ve ahşap renklerden 2. ve 3. tercihler arasında, ayrıca meslek ve düz renk tercihleri arasında herhangi bir anlamlılık belirlenmemiştir, bununla birlikte ileri çalışmalar açısından göz önünde bulundurulabilir kıyaslamalar yapabilmek adına ilişkilendirmelerin p değerleri parantez içerisinde aşağıda gösterilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, meslek ve renk tercihleri arasındaki ilişki durumu Çizelge 6'da gösterildiği gibidir.

Çizelge 6. Meslek ve renk tercihleri

Değişkenler	p değeri	v katsayısı	İlişkilendirme
Meslek ve 1. Ahşap Renk Tercihi	0,042	0,354	orta derecede ilişki var
Meslek ve 2. Ahşap Renk Tercihi	0,230	---	İlişki yok
Meslek ve 3. Ahşap Renk Tercihi	0,739	---	İlişki yok
Meslek ve 1. Düz Renk Tercihi	0,964	---	İlişki yok
Meslek ve 2. Düz Renk Tercihi	0,376	---	İlişki yok
Meslek ve 3. Düz Renk Tercihi	0,791	---	İlişki yok

Aynı şekilde yatak odası mobilyası satın alınırken dikkat edilen hususlarla meslek arasında istatistiki karşılaştırma yapıldığında herhangi bir anlamlılık belirlenmemiştir. Bu konuda da ilişkilendirmelerin p değerleri parantez içerisinde aşağıda gösterilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, meslek ve mobilya satın alırken dikkat edilen hususlar arasında bir ilişki yoktur. Elde edilen sonuçlara göre, meslek ve mobilya satın alırken dikkat edilen hususlar arasındaki ilişki durumu Çizelge 7’de gösterilmiştir.

Çizelge 7. Meslek ve mobilya alırken dikkat edilen hususlar

Değişkenler	p değeri	v katsayısı	İlişkilendirme
Meslek ve Mobilya Alırken Dikkat Edilen Hususlar 1. Tercih	0.571	---	ilişki yok
Meslek ve Mobilya Alırken Dikkat Edilen Hususlar 2. Tercih	0.199	---	ilişki yok
Meslek ve Mobilya Alırken Dikkat Edilen Hususlar 3. Tercih	0.399	---	ilişki yok

Benzer bir tablo katılımcıların oturdukları evin mülkiyeti ve ahşap renk tercihleri ile katılımcıların oturdukları evin mülkiyeti ve düz renk tercihleri arasında da görülmektedir. Buna göre, p değerleri incelendiğinde evin mülkiyeti ve ahşap renkleri

ile evin mülkiyeti ve düz renk tercihleri arasında bir ilişki bulunamamıştır. Elde edilen sonuçlara göre, evin mülkiyeti ve ahşap renkleri ile evin mülkiyeti ve düz renk tercihleri arasındaki ilişki durumu Çizelge 8'deki gibidir.

Çizelge 8. Evin mülkiyeti ve renk tercihleri

Değişkenler	p değeri	v katsayısı	İlişkilendirme
Evin mülkiyeti ve 1. Ahşap Renk Tercihi	0,631	---	ilişki yok
Evin mülkiyeti ve 2. Ahşap Renk Tercihi	0,574	---	ilişki yok
Evin mülkiyeti ve 3. Ahşap Renk Tercihi	0,955	---	ilişki yok
Evin mülkiyeti ve 1. Düz Renk Tercihi	0,741	---	ilişki yok
Evin mülkiyeti ve 2. Düz Renk Tercihi	0,774	---	ilişki yok
Evin mülkiyeti ve 3. Düz Renk Tercihi	0,767	---	ilişki yok

Farklı bir durum gelir düzeyi ve ahşap renk tercihi arasında göze çarpmaktadır. Aşağıda belirtilen değerler incelendiğinde, toplam gelir ile birinci ve ikinci sırada seçilen ahşap renkleri arasında bir ilişki bulunamasa da, üçüncü sırada seçilen ahşap renk ile tüm düz renk seçimleri arasında ilişki bulunmuştur (Çizelge 9).

Çizelge 9. Toplam gelir ve renk tercihleri

Değişkenler	p değeri	v katsayısı	İlişkilendirme
Toplam Gelir ve 1. Ahşap Renk Tercihi	0,174	---	ilişki yok
Toplam Gelir ve 2. Ahşap Renk Tercihi	0,251	---	ilişki yok
Toplam Gelir ve 3. Ahşap Renk Tercihi	0,001	0,374	orta derecede ilişki var
Toplam Gelir ve 1. Düz Renk Tercihi	0,000	0,428	orta derecede ilişki var
Toplam Gelir ve 2. Düz Renk Tercihi	0,024	0,312	orta derecede ilişki var
Toplam Gelir ve 3. Düz Renk Tercihi	0,006	0,347	orta derecede ilişki var

Toplam gelir ve yatak odası mobilyası satın alırken dikkat edilecek hususlar arasındaki ilişki durumu aşağıda incelenmiştir (Çizelge 10). Buna göre, p değerleri genel olarak incelendiğinde, toplam gelir durumu ve mobilya satın alınırken dikkat edilecek hususların ilk tercihi (kalite) arasında zayıf, toplam gelir durumu ve mobilya satın alınırken dikkat edilecek hususların üçüncü tercihi (kalite) arasında orta derece ilişki tespit edilmiştir. Öte yandan, toplam gelir durumu ve mobilya satın alınırken dikkat edilecek hususların ikinci tercihi (işlevsellik) arasında ise ilişki bulunamamıştır.

Çizelge 10. Toplam gelir ve mobilya satın alırken dikkat edilen hususlar

Değişkenler	p değeri	v katsayısı	İlişkilendirme
Toplam Gelir ve Mobilya Satın Alınırken Dikkat Edilen Hususlar 1. tercih	0,030	0,269	zayıf ilişki var
Toplam Gelir ve Mobilya Satın Alınırken Dikkat Edilen Hususlar 2. tercih	0,248	---	ilişki yok
Toplam Gelir ve Mobilya Satın Alınırken Dikkat Edilen Hususlar 3. tercih	0,012	0,302	orta derecede ilişki var

Evin mülkiyeti ve yatak odası mobilyası satın alırken dikkat edilen hususlar arasındaki ilişki durumu aşağıda incelenmiş olup p değerleri incelendiğinde bir ilişki bulunamamıştır (Çizelge 11).

Çizelge 11. Evin mülkiyeti ve mobilya satın alırken dikkat edilen hususlar

Değişkenler	p değeri	v katsayısı	İlişkilendirme
Evin Mülkiyeti ve Mobilya Satın Alınırken Dikkat Edilen Hususlar 1. tercih	0,765	---	ilişki yok
Evin Mülkiyeti ve Mobilya Satın Alınırken Dikkat Edilen Hususlar 2. tercih	0,781	---	ilişki yok
Evin Mülkiyeti ve Mobilya Satın Alınırken Dikkat Edilen Hususlar 3. tercih	0,918	---	ilişki yok

4.6. Çapraz Tablolar

Anket sonuçlarına göre elde edilen veriler birbirleri ile çapraz olarak değerlendirilmiştir. Örneğin meslek veya gelir durumu ile ahşap renk veya düz renk tercihleri arasındaki eğilimler, cinsiyet ile renk tercihleri arasındaki bağlantılar incelenmiştir. Çapraz tablolar aşağıdaki çizelgelerde sadece ilk tercihler itibariyle belirtilmiştir. Bu perspektifte, çapraz tablolar aşağıdaki çizelgelerle gösterilmiştir.

- Ahşap rengi birinci sırada tercih edenlerin öğrenim durumuna göre kıyaslanması (Çizelge 12)
- Düz rengi birinci sırada tercih edenlerin öğrenim durumuna göre kıyaslanması (Çizelge 13)
- Katılımcıların medeni durumu ve ahşap rengin birinci sırada tercih edilmesi (Çizelge 14)
- Katılımcıların medeni durumu ve düz rengin birinci sırada tercih edilmesi (Çizelge 15)
- Katılımcıların mesleği ve ahşap rengin birinci sırada tercih edilmesi (Çizelge 16)
- Katılımcıların mesleği ve düz rengin birinci sırada tercih edilmesi (Çizelge 17)
- Katılımcıların toplam geliri ve ahşap rengin birinci sırada tercih edilmesi (Çizelge 18)
- Katılımcıların toplam geliri ve düz rengin birinci sırada tercih edilmesi (Çizelge 19)
- Katılımcıların cinsiyeti ve ahşap rengin birinci sırada tercih edilmesi (Çizelge 20)
- Katılımcıların cinsiyeti ve düz rengin birinci sırada tercih edilmesi (Çizelge 21)

Ahşap rengi birinci sırada tercih edenlerin öğrenim durumuna göre kıyaslanmasını içeren çapraz karşılaştırma tablosu Çizelge 12’de gösterilmiştir.

Çizelge 12. Ahşap rengi birinci sırada tercih edenlerin öğrenim durumu

Ahşap Renk (Birinci Tercih)	ÖĞRENİM DURUMU				
	İlk öğretim	Orta okul	Lise	Lisans ve üstü	Toplam
CEVİZ (kartela kodu:10)	1	2	2	18	23
MEŞE (kartela kodu:1)	0	0	8	15	23
SEDİR (kartela kodu:3)	0	0	5	6	11
GRİ MEŞE (kartela kodu: 2)	1	0	0	9	10
KİRAZ (kartela kodu:4)	1	0	1	7	9
PEKAN (kartela kodu:8)	0	0	2	7	9
AKÇAAĞAÇ (kartela kodu:6)	0	0	3	4	7
SAPELLİ (kartela kodu:7)	0	0	4	2	6
MAUN (kartela kodu:5)	0	0	3	2	5
ÇAM (kartela kodu:9)	0	0	0	2	2
Toplam	3	2	28	72	105

Çizelge 12 verilerine göre, 1 lise ile 4 lisans ve üstü mezunu (toplam 5 kişi) ahşap rengi birinci sırada tercih etmemiştir. Ahşap rengi 1. sırada tercih edenlerin bir değerlendirmesi yapılacak olursa, toplam 23’er kişi ile Ceviz rengi ve Meşe rengi önde geldiği görülmekte olup lisans ve üstü öğrenim görmüş olan 18 kişinin Ceviz rengini ve 15 kişinin de Meşe rengini öncelikle tercih ettiği belirlenmiştir.

Düz rengi birinci sırada tercih edenlerin öğrenim durumuna göre kıyaslanmasını içeren çapraz karşılaştırma tablosu Çizelge 13'de gösterilmiştir.

Çizelge 13. Düz rengi birinci sırada tercih edenlerin öğrenim durumu

Düz Renk (Birinci Tercih)	ÖĞRENİM DURUMU				
	İlköğretim	Orta okul	Lise	Lisans ve üstü	Toplam
BEYAZ (kartela kodu:1)	1	1	18	36	56
KREM (kartela kodu:7)	0	1	8	20	29
SİYAH (kartela kodu:10)	0	0	0	10	10
GRİ/ANTRASİT (kartela kodu:9)	0	0	1	5	6
MAVİ (kartela kodu:4)	0	0	1	2	3
KIRMIZI (kartela kodu:5)	1	0	1	0	2
AÇIK YEŞİL (kartela kodu:2)	0	0	0	1	1
AÇIK PEMBE (kartela kodu:3)	1	0	0	0	1
MOR (kartela kodu:8)	0	0	0	1	1
SARI (kartela kodu:6)	0	0	0	0	0
Toplam	3	2	29	75	109

Çizelge 13 verilerine göre, lisans ve üstü öğrenim derecesine sahip 1 kişinin düz renklerden hiç tercih yapmadığı görülmüştür. Çizelge 12 ile kıyaslandığında ise daha çok kişinin tercih yaptığı görülmektedir. Buna göre, 1. tercihlerde en çok seçilen düz rengin 56 kişi ile beyaz olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra ise 29 kişi ile krem rengi gelmektedir. Lisans ve üstü öğrenim derecesine sahip katılımcıların ilk iki renk tercihlerine bakıldığında, 36 kişinin beyaz rengi ve 20 kişinin krem rengini seçtiği görülmüştür. Lise öğrenim derecesine sahip olanlarda ise yine ilk iki renk tercihi sırasıyla, 18 kişi ile beyaz ve 8 kişi ile krem olmuştur.

Katılımcıların medeni durumu ve ahşap rengi birinci sırada tercih edenlerin ilişkilendirmesini içeren çapraz karşılaştırma tablosu Çizelge 14'de gösterilmiştir.

Çizelge 14. Katılımcıların medeni durumu ve ahşap rengi birinci sırada tercih edenler

Ahşap Renkler 1. Sıra	Medeni Durum		
	Evli	Bekar	Toplam
MEŞE (kartela kodu: 1)	18	5	23
CEVİZ (kartela kodu: 10)	17	6	23
SEDİR (kartela kodu: 3)	8	3	11
GRİ MEŞE (kartela kodu: 2)	6	4	10
KİRAZ (kartela kodu: 4)	3	6	9
PEKAN (kartela kodu: 8)	7	2	9
AKÇAAĞAÇ (kartela kodu: 6)	6	1	7
SAPELLİ (kartela kodu: 7)	4	2	6
MAUN (kartela kodu: 5)	3	2	5
ÇAM (kartela kodu: 9)	0	2	2
Toplam	72	33	105

Çizelge 14'de belirtildiği üzere, evli katılımcılardan 4 kişinin ve bekar katılımcılardan ise 1 kişinin ilk tercihlerinde herhangi bir rengi belirtmediği görülmektedir. İlk sırada yer alan meşe ve cevizi evlilerden sırayla 18 ve 17 kişi, bekarlardan ise 5 ve 6 kişi ilk tercihlerinde belirtmişlerdir.

Katılımcıların medeni durumu ve düz rengi birinci sırada tercih edenlerin ilişkilendirmesini içeren çapraz karşılaştırma tablosu Çizelge 15'de gösterilmiştir.

Çizelge 15. Katılımcıların medeni durumu ve düz rengi birinci sırada tercih edenler

Düz Renkler 1. Sıra	Medeni Durum		
	Evli	Bekar	Toplam
BEYAZ (kartela kodu:1)	38	18	56
KREM (kartela kodu:7)	22	7	7
MAVİ (kartela kodu:4)	3	0	3
GRİ/ANTRASİT (kartela kodu:9)	3	3	3
KIRMIZI (kartela kodu:5)	0	2	2
SİYAH (kartela kodu:10)	8	2	2
AÇIK YEŞİL (kartela kodu:2)	1	0	1
AÇIK PEMBE (kartela kodu:3)	1	0	1
MOR (kartela kodu:8)	0	1	1
SARI (kartela kodu:6)	0	0	0
Toplam	76	33	109

Çizelge 15 incelendiğinde görüldüğü üzere, evli 1 kişinin düz renklere ilk tercihine herhangi bir renk belirtmediği görülmektedir. En çok tercih edilen renk olan beyazı evlilerden 38 kişi, bekarlardan ise 18 kişi tercih etmiştir. Daha sonra gelen krem rengini ise evlilerden 22 kişi ve bekarlardan ise 7 kişi tercih etmiştir.

Katılımcıların mesleği ve ahşap rengi birinci sırada tercih edenlerin ilişkilendirmesini içeren çapraz karşılaştırma tablosu Çizelge 16'da gösterilmiştir.

Çizelge 16. Katılımcıların mesleği ve ahşap rengi birinci sırada tercih edenler

Ahşap Renkler 1. Sıra	Meslek						Toplam
	Kamu Personeli	Özel Sektör	Çalışmayan & Ev Hanımı	Serbest Meslek	Öğrenci	Emekli	
MEŞE (kartela kodu: 1)	4	9	4	4	0	2	23
CEVİZ (kartela kodu: 10)	3	13	4	1	0	2	23
SEDİR (kartela kodu: 3)	3	3	3	0	1	1	11
GRİ MEŞE (kartela kodu: 2)	1	8	0	1	0	0	10
KİRAZ (kartela kodu: 4)	0	7	0	2	0	0	9
PEKAN (kartela kodu: 8)	2	5	1	1	0	0	9
AKÇAAĞAÇ (kartela kodu: 6)	1	3	1	0	0	2	7
SAPELLİ (kartela kodu: 7)	0	4	0	0	0	2	6
MAUN (kartela kodu: 5)	0	2	0	0	0	3	5
ÇAM (kartela kodu: 9)	1	1	0	0	0	0	2
Toplam	15	55	13	9	1	12	105

Çizelge 16'da görüldüğü gibi 5 kişi ahşap renklerden tercih yapmamıştır. Yine 23'er kişi ile ilk sıralarda yer alan meşe ve ceviz renklerinin mesleklere göre dağılımı şu şekildedir: Meşe rengi ilk tercihine yazan 23 kişiden 9'u özel sektör çalışanı, 4'er kişi olarak kamu personeli, çalışmayan ve serbest meslek sahibidir. Öğrenciler içinden meşe rengi tercih edenin olmadığı görülmektedir. Ahşap renklerden ilk tercihine ceviz yazan 23 kişinin ise 13'ü özel sektör çalışanı, 4'ü ise çalışmayan/ev hanımıdır, öğrencilerden ise sadece 1 kişinin ahşap renk tercihi yaptığı görülmektedir.

Katılımcıların mesleği ve düz rengi birinci sırada tercih edenlerin ilişkilendirmesini içeren çapraz karşılaştırma tablosu Çizelge 17’de gösterilmiştir.

Çizelge 17. Katılımcıların mesleği ve düz rengi birinci sırada tercih edenler

Düz Renkler 1. Sıra	Meslek						Toplam
	Kamu Personeli	Özel Sektör	Çalışmayan& Ev Hanımı	Serbest Meslek	Öğrenci	Emekli	
BEYAZ (kartela kodu:1)	8	27	8	6	1	6	56
KREM (kartela kodu:7)	7	12	4	1	0	5	29
SİYAH (kartela kodu:10)	3	6	1	0	0	0	10
GRİ/ANTRASİT (kartela kodu:9)	1	4	0	1	0	0	6
MAVİ (kartela kodu:4)	0	3	0	0	0	0	3
KIRMIZI (kartela kodu:5)	0	1	0	1	0	0	2
AÇIK YEŞİL (kartela kodu:2)	0	1	0	0	0	0	1
AÇIK PEMBE (kartela kodu:3)	0	0	0	0	0	1	1
MOR (kartela kodu:8)	0	1	0	0	0	0	1
SARI (kartela kodu:6)	0	0	0	0	0	0	0
Toplam	19	55	13	9	1	12	109

Çizelge 17 incelendiğinde düz renklere seçim yapanlarının sayısının yine 109 olduğu görülmektedir. Beyaz rengi ilk sırada tercih eden 56 kişiden 27’sinin özel sektör çalışanı olduğu görülmektedir. Beyaz rengi 29 kişi ile takip eden krem rengini tercih edenlerden 12 kişisini özel sektör çalışanı, 7 kişinin de kamu personeli olduğu görülmektedir.

Katılımcıların toplam geliri ve ahşap rengi birinci sırada tercih edenlerin ilişkilendirmesini içeren çapraz karşılaştırma tablosu Çizelge 18’de gösterilmiştir.

Çizelge 18. Katılımcıların toplam geliri ve ahşap rengi birinci sırada tercih edenler

Ahşap Renkler 1. Sıra	Gelir (TL)						Toplam
	1.600 - 2.000	2.001 - 3.500	3.501 - 5.000	5.001 - 6.500	6.501 - 8.000	8.001 üstü	
MEŞE (kartela kodu: 1)	1	0	2	8	5	7	23
CEVİZ (kartela kodu: 10)	1	3	5	6	1	7	23
SEDİR (kartela kodu: 3)	0	0	1	2	3	5	11
GRİ MEŞE (kartela kodu: 2)	0	1	4	1	2	2	10
KİRAZ (kartela kodu: 4)	2	0	0	0	3	4	9
PEKAN (kartela kodu: 8)	0	1	0	0	2	6	9
AKÇAAĞAÇ (kartela kodu: 6)	0	1	2	1	0	3	7
SAPELLİ (kartela kodu: 7)	0	0	0	2	1	3	6
MAUN (kartela kodu: 5)	0	0	0	0	3	2	5
ÇAM (kartela kodu: 9)	0	0	0	0	1	1	2
Toplam	4	6	14	20	21	40	105

Çizelge 18'e göre ahşap renk tercihinde ilk sırada meşe rengini belirten 23 kişiden 8'inin 5.001-6.500 TL gelire sahip olduğu görülmektedir. Daha sonraki 7 kişi ise 8.001 TL ve üstü gelire sahiptir. İlk sıraya en çok yazılan diğer renk olan ceviz için 7 kişinin 8.001 TL ve üstü gelire sahip olduğu, sonrasındaki 6 kişinin ise 5.001-6.500 TL gelire sahip olduğu çizelgeden anlaşılmaktadır.

Katılımcıların toplam geliri ve düz rengi birinci sırada tercih edenlerin ilişkilendirmesini içeren çapraz karşılaştırma tablosu Çizelge 19'da gösterilmiştir.

Çizelge 19. Katılımcıların toplam geliri ve düz rengi birinci sırada tercih edenler

Düz Renkler 1. Sıra	Gelir (TL)						Toplam
	1.600 - 2.000	2.001 - 3.500	3.501 - 5.000	5.001 - 6.500	6.501 - 8.000	8.001 üstü	
BEYAZ (kartela kodu:1)	2	2	10	12	11	19	56
KREM (kartela kodu:7)	0	2	1	8	7	11	29
SİYAH (kartela kodu:10)	0	0	0	1	1	8	10
GRİ/ANTRASİT (kartela kodu:9)	0	1	1	0	2	2	6
MAVİ (kartela kodu:4)	0	0	2	0	0	1	3
KIRMIZI (kartela kodu:5)	2	0	0	0	0	0	2
AÇIK YEŞİL (kartela kodu:2)	0	0	0	0	0	1	1
AÇIK PEMBE (kartela kodu:3)	0	1	0	0	0	0	1
MOR (kartela kodu:8)	0	0	0	0	0	1	1
SARI (kartela kodu:6)	0	0	0	0	0	0	0
Toplam	4	6	14	21	21	43	109

Çizelge 19 incelendiğinde düz renk tercihi yapmayan 1 kişi çıkarıldıktan sonra en çok tercih edilen beyaz rengi ilk tercihine yazan 56 kişiden 19'unun 8.001 TL ve üstü gelire sahip olduğu, 12'sinin ise 5.001-6.500 TL gelire sahip olduğu anlaşılmaktadır. Beyaz rengi 29 kişi ile takip eden krem rengi seçenlerden ise 11 kişinin yine 8.001 TL ve üstü gelire sahip olduğu görülmektedir.

Katılımcıların cinsiyeti ve ahşap rengi birinci sırada tercih edenlerin ilişkilendirmesini içeren çapraz karşılaştırma tablosu Çizelge 20'de gösterilmiştir.

Çizelge 20. Katılımcıların cinsiyeti ve ahşap rengi birinci sırada tercih edenler

Ahşap Renkler 1. Sıra	Cinsiyet		
	Erkek	Kadın	Toplam
MEŞE (kartela kodu: 1)	6	17	23
CEVİZ (kartela kodu: 10)	10	13	23
SEDİR (kartela kodu: 3)	4	7	11
GRİ MEŞE (kartela kodu: 2)	4	6	10
KİRAZ (kartela kodu: 4)	4	5	9
PEKAN (kartela kodu: 8)	5	4	9
AKÇAAĞAÇ (kartela kodu: 6)	3	4	7
SAPELLİ (kartela kodu: 7)	3	3	6
MAUN (kartela kodu: 5)	2	3	5
ÇAM (kartela kodu: 9)	0	2	2
Toplam	41	64	105

Çizelge 20 incelendiğinde, katılımcıların ilk tercih olarak en çok seçtikleri renklere biri olan meşe rengini 17'si kadın ve 6'si erkek olmak üzere 23 kişi seçerken, ceviz rengini ise 13'ü kadın ve 10'u erkek olmak üzere toplam 23 kişinin seçtiği görülmüştür. Öte yandan, en az tercih edilen renklere biri olan çam rengini ise hiçbir erkek katılımcının seçmediği görülmektedir.

Katılımcıların cinsiyeti ve düz rengi birinci sırada tercih edenlerin ilişkilendirmesini içeren çapraz karşılaştırma tablosu Çizelge 21'de gösterilmiştir.

Çizelge 21. Katılımcıların cinsiyeti ve düz rengi birinci sırada tercih edenler

Düz Renkler 1. Sıra	Cinsiyet		
	Erkek	Kadın	Toplam
BEYAZ (kartela kodu:1)	20	36	56
KREM (kartela kodu:7)	8	21	29
SİYAH (kartela kodu:10)	7	3	10
GRİ/ANTRASİT (kartela kodu:9)	3	3	6
MAVİ (kartela kodu:4)	2	1	3
KIRMIZI (kartela kodu:5)	2	0	2
AÇIK YEŞİL (kartela kodu:2)	0	1	1
AÇIK PEMBE (kartela kodu:3)	0	1	1
MOR (kartela kodu:8)	0	1	1
SARI (kartela kodu:6)	0	0	0
Toplam	42	67	109

Çizelge 21 incelendiğinde, 56 kişi ile en çok ilk tercihe yazılan renk olan beyaz rengin 20 erkek ve 36 kadın katılımcı tarafından seçildiği görülmektedir. Bir sonraki sırada 29 kişi ile gelen krem renginin ise 21 kadın ve 8 erkek katılımcı tarafından seçildiği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, krem rengin daha ziyade kadınlar tarafından tercih edildiği görülmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma ile yatak odası mobilyası satın alan veya almayı planlayan kullanıcıların karar verme sürecinde nasıl hareket ettiklerinin belirlenmesi, yatak odası temelinde mobilya renklerine olan yaklaşımlarının ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Bu bağlamda, ahşap ve düz renkler arasında özellikle hangilerinin tercih edilmekte olduğunun ve mobilya kullanıcısı durumundaki tüketicilerin hangi rengi veya renkleri mobilya yüzeylerinde görmek istemediklerinin tespit edilmesine çalışılmıştır.

Mobilya sektörü, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye için de hızlı gelişen ve büyüyen bir pazar konumunda olduğundan, gelişen sosyal medya mecraları sayesinde tüketicilerin tüm dünya genelindeki trendleri kolayca takip edebildikleri ve bunlardan etkilendikleri göz önüne alındığında, stoğa üretim yaparak pazarlama ve reklam faaliyetleriyle satışlarını gerçekleştirmeye çalışan yatak odası mobilyası işletmelerine, bu çalışmanın yol gösterebileceği ve yatak odası mobilyalarında renk tercihleri konusunda ileride yürütülecek araştırmalara faydalı olabileceği öngörülmüştür.

5.1. Demografik Özellikler

Ankete cevap verenlerin çoğunluğunu (% 62) kadınlar oluşturmaktadır. Katılımcıların yaş aralığı 20 ile 68 arasında değişmekle birlikte, tüm katılımcıların ortalaması 41 yaştır. Katılımcıların % 69'u evli ve % 31'i bekar. Katılımcılar arasında en uzun evlilik süresi 45 yıl iken, evlilik süresinin ortalamasının 11 yıl olduğu görülmektedir. Katılımcıların mevcut oturdukları evlerdeki ikamet sürelerinin 1 ile 30 yıl arasında değiştiği, ortalama ikamet süresinin ise 9 yıl olduğu görülmektedir. Katılımcıların mevcut yatak odası mobilyalarını 1 ile 25 yıl arasında kullandıkları, ancak ortalamaya bakıldığında 7 yıldır kullandıkları görülmektedir. Başka bir deyişle, katılımcıların oturmakta oldukları evlerde ortalama 9 yıldır ikamet ettikleri görülürken, mevcut yatak odalarını ise 7 yıldır kullanmakta oldukları gözlemlenmiştir. Dolayısıyla, "Mevcut mobilyanızı kaç yıl sonra yenilemeyi düşünürsünüz" sorusuna verilen cevabın, en yüksek oranla "10 Yıl" şeklinde olması, bu manada oldukça önemlidir.

5.2. Yatak Odası Düzenlemesine Dair Sonuçlar

Katılımcıların cinsiyet dağılımları incelendiğinde, ankete cevap vermeyi, erkeklerden ziyade kadınların daha çok kabul ettiği görülmektedir. Katılımcıların % 69'unun evli olduğu ve yeni mobilya satın alma nedeninin yüksek oranda (% 48) yeni ev kurma olduğu dikkate alınacak olursa, hedef kitlenin yeni evlenen çiftler ve ağırlıklı olarak kadınlardan oluştuğu ön görülebilir. Bulgular ve Değerlendirme başlığının altında yer alan "4.2 Yatak Odası Düzenlemesine Dair Tercih Bilgileri" bölümünde açıklandığı üzere, yeni mobilya satın alacak kişilerin satın almayı yaparken, en çok "yakınlarının/akrabalarının önerilerini" dikkate aldıkları (% 24) görülmektedir. Bunu hemen % 20 ile "mobilya satıcısının yönlendirmesi" takip etmektedir. Bu da büyük meblağlı satın alma kapsamına giren mobilya sektörü için önemli bir husus olarak öne çıkmaktadır, zira bu durum müşteri memnuniyetini sağlamak ve yeni müşteri potansiyelini ortaya koyabilmek adına müşteri odaklı yaklaşımların benimsenmesini kaçınılmaz kılan etmenlerden biri olarak değerlendirilebilir. Öyle ki bu olgu, mobilya üreticisi firmaların/işletmelerin müşteri memnuniyetini nasıl arttıracaklarını inceleyen başkaca çalışmaların konusu olabilecek bir araştırma niteliği göstermektedir. Diğer taraftan, bu sonuç; satıcıların yetkin ve yeterli olması gerektiğini gözler önüne sererken, satış elemanlarının, ürünlerde kullanılan malzeme türleri ile ürünlerin kullanımı/bakımı gibi teknik bilgilerle donatılmış olması gerektiğini firmaların satış ve pazarlama faaliyetleri açısından öne çıkarmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, tüketicilerin satıcıların bilgisine ve yönlendirmesine güvendikleri görülmektedir. Dolayısıyla, müşteri memnuniyetinin, satıcının müşteriyle iletişime geçtiği ilk andan itibaren sağlanması zaruridir. Ayrıca, araştırma bulguları itibariyle, mobilya kullanıcısı tüketicilerin yatak odası mobilyası satın alırken dikkat ettikleri konuların başında kalite ve fiyat seçkilerinin belirlenmiş olması, referans ve müşteri memnuniyeti sonuçlarını destekler niteliktedir.

5.3. Seçilen Ahşap Renkler ve Seçilen Düz Renkler

Anketler tamamlandı ve veriler SAW analizi uyarınca ağırlıklandırma yapılarak analiz edildikten sonra, ahşap renkler içerisinde meşe renginin en çok tercih edilen renk

olduğu görülmüştür. Meşe renginin ardından en çok tercih edilen ikinci renk ise ceviz rengi olmuştur. En az tercih edilen ahşap rengi ise, sırasıyla maun, sapelli ve çam rengi olmuştur. Düz renklerde ise, en çok tercih edilen renk beyaz iken, bundan sonraki renk krem olmuştur. Asla tercih edilmeyecek renklerde ilk sırada çıkan renk olan kırmızının, tercih edilme çizelgesinde de sonlarda yer alması, elde edilen sonuçlar arasındaki paralelliği göstermektedir.

5.4. İlişki Analizleri

Tüm meslek grupları bağlamında meslek ve ahşap renkleri ile meslek ve düz renk tercihleri arasında bir bağlantı bulunamamıştır. Bunun haricinde, meslek ile mobilya satın alırken dikkat edilen noktalar arasında istatistik olarak bir ilişki bulunamamıştır. Renk beğenilerinin haricinde kalite, marka ve fiyat gibi değerlere verilen önemin meslekten bağımsız olması, firmalar için pazarlama faaliyetlerinde dikkat edilecek sonuçlardan birisidir. Evin mülkiyeti ile ahşap ve düz renkler arasındaki p değerleri incelendiğinde bir ilişki bulunamazken, bu verilerden tüketicilerin oturdukları evde kiracı veya mülk sahibi olmalarının renk tercihlerini etkilemediği sonucu çıkarılmıştır. Yukarıdaki bağlantıların haricinde, toplam gelir ile renk tercihleri arasında bir bağlantı bulunmuştur. Ahşap renklerden sadece üçüncü seçim arasında ilişki tespit edilirken, toplam gelir ile düz renk tercihleri arasında orta düzeyli ilişki bulunmuştur. Mobilya satın alınırken dikkat edilecek hususlar ile toplam gelir durumu arasında zayıf ilişki tespit edilirken, evin mülkiyeti ile yatak odası mobilyası satın alınırken dikkat edilecek hususlar incelendiğinde ise, bir ilişki tespit edilememiştir.

Genel olarak bakıldığında, gerçekleştirilen bu araştırmayla elde edilen bulguların yatak odası mobilyası tasarımı ve üretimi açısından önemli olduğu söylenebilir. Buna göre, mobilya kullanıcısı olan tüketicilerin yatak odası mobilyalarını seçerken özellikle tercih edecekleri ahşap renklerinin ve düz renklerin sıralı olarak belirlenmiş olması, yatak odası mobilyaları kapsamında hiç tercih edilmeyecek rengin tespit edilmiş olması, yatak odası mobilyalarının seçiminde göz önüne alınan kriterlerden biri olarak tüketicilerce rengin de öne çıkarıldığına saptanmış olması kayda değer bir sonuçtur.

KAYNAKLAR

- [1] Dinçel K., Mobilya Sanat Tarihi, *MEB Devlet Kitapları*, İstanbul, **1979**
- [2] Anonim, <https://www.bilgivesozler.com/renk-nedir-nasil-meydana-gelir/> (Erişim Tarihi: 20 Nisan **2018**).
- [3] Anonim, <http://yumurtaliekmek.com/renk-nedir-nasil-olusur/> (Erişim Tarihi: 20 Nisan **2018**).
- [4] Karabacak, İ., Mobilya Tasarımı ve Çocuk Psikolojisi ve Etkileşimi, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul, **2015**
- [5] Aliyazıcıoğlu, S., Farklı Renkli Işık Kombinasyonlarıyla Düzenlenmiş Yaşama Mekanlarının İnsanlar Üzerindeki Psikolojik ve Fizyolojik Etkilerinin Araştırılması, Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla, **2012**
- [6] Okcu, O., Kekeç Morkoç, D., Tüketicilerin Mobilyaya İlişkin Tercihlerinin Belirlenmesi: Sosyal Medya Üzerinden Bir Araştırma, İleri Teknoloji Bilimler Dergisi, 6, 3, 72-84, **2017**
- [7] Çabuk, Y., Karayılmazlar, S., Türedi, H., Mobilya Tercihinde Tüketici Davranışlarının Demografik Faktörler Bakımından İncelenmesi (Zonguldak İli Örneği), Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 14, 21, 1-10, **2012**
- [8] Erdem, S., İç Mekanlarda Renk Kullanımı, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara, **1995**
- [9] Yamaner, F., Farklı Fonksiyonlarda Renk Kullanımına İlişkin yaklaşımların Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya, **2001**
- [10] Özdemir, T., Tasarımda Renk Seçimini Etkileyen Kriterler, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14, 2, 391-402, **2005**
- [11] Anonim, <https://medium.com/t%C3%BCrkiye/renk-teori%CC%87si%CC%87-1f19105241d1>, (Erişim Tarihi: 13.07.**2018**)
- [12] Yılmaz, Ü., Renk Psikolojisi, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir (**1991**)
- [13] Anonim, <http://www.makalecafe.com/psikoloji-birakmayan-mekanlar>, (Erişim Tarihi: 31.07.**2018**)

- [14] Çukur, D.; Güller Delice E., Erken Çocukluk Döneminde Görsel Algı Gelişime Uygun Mekan Tasarımı, 12, 7, 25-36, **2011**
- [15] Çabuk, G., İlköğretim Binalarının Renk Açısından Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana, **2006**
- [16] Özdemir, T., Tasarımda Renk Seçimini Etkileyen Kriterler, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14, 2, 391-402, **2005**
- [17] Sevim Korkut, D., Kaval S., Mobilya Seçiminde Tüketici Tercihleri: Düzce İli Örneği, Ormanlık Dergisi, 11,1, 42-51, **2015**
- [18] Arslan, A. R., Doruk, Ş., Burdurlu, E., Markalı Mobilya Tercihi Üzerine Kullanıcı Karakteristikleri İle Sosyo-Ekonomik Özellikleri, Politeknik Dergisi, 12, 2, 93-100, **2009**
- [19] Arısüt, Ü., Ayan, S., Tüketicilerin Döşemeli Mobilya Alım Kriterlerinin AHP İle Belirlenmesi, İleri Teknoloji Bilimleri Dergisi, 6, 3, 997-1008, **2017**
- [20] Yılmaz, K., Öztürk, Y., Burdurlu, E., Çok Ölçütlü Karar Verme Yaklaşımı İle Mobilya İşletmeleri İçin Hedef Pazar Seçimi, İleri Teknoloji Bilimleri Dergisi, 6, 3, 744-756, **2017**
- [21] Çabuk, Y., Mobilya tercihinde tüketici davranışlarının cinsiyet açısından araştırılması (Ordu ili Merkez ilçe örneği), Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon, **2000**
- [22] Akyüz, İ., Mobilya tercihinde tüketici davranışlarının cinsiyet açısından araştırılması (Trabzon ili Merkez ilçe örneği), Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon, **1998**
- [23] Akyüz, İ., Mobilya Satın Almada Tüketici Davranışlarını Etkileyen Psikolojik, Sosyo-Psikolojik Ve Sosyo-Kültürel Faktörleri İncelenmesi, Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon, **2006**
- [24] Arpacı, F., Ankara'da Yaşayan Tüketicilerin Mobilya Satın Alma, Kullanım Davranışları Ve Mobilya Satın Almaya İlişkin Sorunları, Uluslararası Hakemli, Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Dergisi, 2, 1, 2-15, **2014**
- [25] Demircioğlu, B., Tüketicinin Satın Alma Davranışında Markanın Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş, **2012**
- [26] Andaç, T., Kayseri İli Mobilya Tüketici Tercihleri Üzerinde Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş, **2008**

- [27] Kaval, S., Mobilya Tüketici Tercihlerinde Kalite Belgelerinin Etkisinin İncelenmesi: Kocaeli İli Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Düzce, **2017**
- [28] Livdumlu, D., Mobilya Sektöründe Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Yeni Tasarımlardan En İyisinin Seçilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, **2016**
- [29] Dülgeroğlu, K., Mobilya Seçiminde Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, **2011**
- [30] Çarkacı, N., Mobilya Seçiminde Sosyo Kültürel Etmenler Ve Ankara Siteler Yöresindeki Üretime Yansıması, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara, **1994**
- [31] Çınar, H., Arslan, A. R., Meriç, H., Tekerlekli Sandalye Kullanıcılarının Yatak Odası Ve Mobilyaları İle İlgili Sorunlarının Tespiti Ve Çözüm Önerileri, Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi, 3, 3, 309-318, **2015**
- [32] Baş, T., Anket: nasıl hazırlanır? Nasıl uygulanır? Nasıl değerlendirilir? Seçkin Yayıncılık, Ankara, **2013**
- [33] Ersöz, F., Kabak, M., Savunma Sanayi Uygulamalarında Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinin Literatür Araştırması, Savunma Bilimleri Dergisi, 9, 1, 97-125, **2010**
- [34] Hwang, C. L., Yoon, K. P., Multiple Attribute Decision Making Methods And Applications, State of The Art Survey, Springer Verlag, Berlin, **1981**
- [35] Fishburn, P. C., Utility Independence on Subsets of Product Sets, Operations Research, 24, 245-255, **1996**
- [36] Köse, N. İstatistik ve Olasılığa Giriş II. Gazi Kitabevi, Ankara, **2016**

EKLER

EK 1: Araştırmada Kullanılan Anket Formu

EK 2: Araştırmada Kullanılan Ahşap Renk Kartelası

EK 3: Araştırmada Kullanılan Düz Renk Kartelası

EK 4: Ahşap Renk Kartelasının Nümerik Kodlama İğeriği

EK 5: Düz Renk Kartelasının Nümerik Kodlama İğeriği



EK 1: Araştırmada Kullanılan Anketi Formu

YATAKODASI MOBİLYASINDA RENK TERCİHLERİNİN ARAŞTIRILMASI

KİŐİSEL BİLGİLER

1. Cinsiyetiniz? Erkek Kadın
2. Yaşınız:.....
3. Medeni durumunuz? Evli (.....Yıl) Bekâr
4. Varsa Çocuk Sayısı
5. Öğrenim durumunuz?
 Y.Lisans Lise Ortaokul İlköğretim
6. Mesleğiniz?
 Kamu Personeli Özel sektör çalışanı Ev hanımı Serbest meslek sahibi
 Öğrenci Emekli
7. Ailenizin toplam gelir durumu nedir?
 1.600-2.000 TL 2.001-3.500 TL 3.501-5.000 TL 5.001-6.500 TL
 6.501-8.000 TL 8.001 TL ve üstü
8. Oturduğunuz evin mülkiyeti
 Kira Mülk Sahibi Lojman
9. Oturmakta olduğunuz evdeki ikamet süreniz?..... Yıl

YATAK ODASI DÜZENLEMESİNE DAİR RENK TERCİH BİLGİLERİ

10. Yatak odası mobilyası olarak aşağıdakilerden hangisi/hangileri evinizde bulunmaktadır?

- Elbise dolabı
- Karyola
- Sandıklı bazlı
- Komodin
- Şifoniyer
- Tuvalet Masası (Makyaj Masası)
- Puf
- Sandalye
- Tekli Koltuk
- Tv Ünitesi
- Müzik Seti
- Gazetelik
- Kitap rafı
- Dilsiz Uşak (Ayaklı askılık)
- Boy Aynası
- Diğer

11. Yatak odası mobilyası satın alma nedeninizi aşağıdakilerden hangisi en iyi açıklar?

- Yeni ev kurma
- Eskiyen / Kullanılmaz durma gelen mobilyanın yenilenmesi
- Mevcut mobilyanın ihtiyaçları karşılayamaz hale gelmesi
- Modayı takip etme / Güncel trendleri yakalama
- Diğer.....

12. Yatak odası mobilyası satın alırken nasıl hareket edersiniz?

- Ev dekorasyonundaki modayı takip ederim
- Mimar / İçmimardan danışmanlık alarak mobilya seçerim
- Tanıdık / Yakınlarımların önerilerine göre mobilya alırım
- Mobilya satıcısının yönlendirmesiyle mobilya seçerim
- Mekan-mobilya renk uyumunu gözeterek mobilya seçerim
- Diğer

13. Yatak odası mobilyası satın alırken nelere dikkat edersiniz?
(En önemli ilk 3 kriteri sıralayarak belirtiniz)

- Kalite
- Marka
- Fiyat
- Renk
- İşlevsellik (Boyut ve kullanıma uygunluk)
- Model (Görsellik / Estetik unsurlar)
- Garanti süresi
- Diğer.....

14. Mevcut yatak odası mobilyanızı kaç yıldır kullanıyorsunuz?

15. Satın aldığınız yatak odası mobilyasını kaç yıl sonra yenilemeyi düşünürsünüz?
.....

16. Yatak odası mobilyalarının rengi sizce ne kadar önemlidir?

- Çok Önemli
- Önemli
- Önemsiz
- Fikrim yok

17. Bir yatak odası düzenlemesinde aşağıdakileri renk tercihi açısından önem sırasına göre belirtiniz

(Puanlama her bir unsur için 10 üzerinden yapılacaktır) ilk 3 sıralayınız

- Parke / Zemin döşemesi rengi
- Tavan rengi
- Duvar rengi
- Perde rengi
- Halı rengi
- Mobilya rengi
- Örtü, kılıf vb. tekstil ürünlerin rengi
- Aydınlatma elemanlarının rengi
- Diğer.....

18. Renk kartelası içerisinde yatak odası düzenlemesi sırasında tercih edeceğiniz ilk üç rengi sıralayınız?

AHŞAP DESENLİ RENKLER:

- 1:
- 2:
- 3:

DÜZ RENKLER :

- 1:
- 2:
- 3:

YATAK ODASI MOBİLYASI 2 RENKLİ OLMASINI İSTESEYDİNİZ MEVCUT RENKLER ARASINDAN HANGİ 2 RENGİ TERCİH EDERDİNİZ:

TERCİH: BEYAZ+MEŞE gibi..

Renk tercihinizi yaparken neye dikkat edersiniz?

Kolay temizlenme
Estetik
Moda

19. Renk kartelası içerisinde yatak odası mobilyası için asla tercih etmeyeceğiniz rengi belirtiniz?

.....

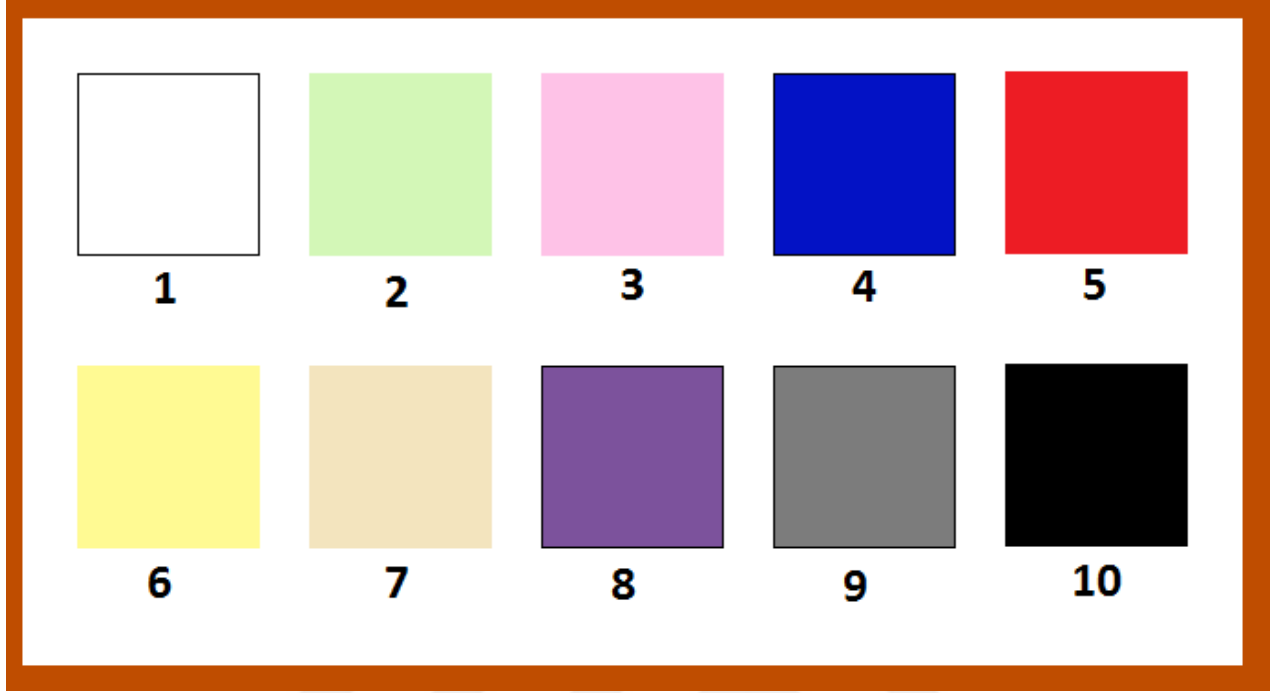
Teşekkür ederiz.

EK 2: Araştırmada Kullanılan Ahşap Renk Kartelası



şekil 11. Araştırmada kullanılan ahşap renk kartelası

EK 3: Araştırmada Kullanılan Düz Renk Kartelası



Şekil 12. Araştırmada kullanılan düz renk kartelası

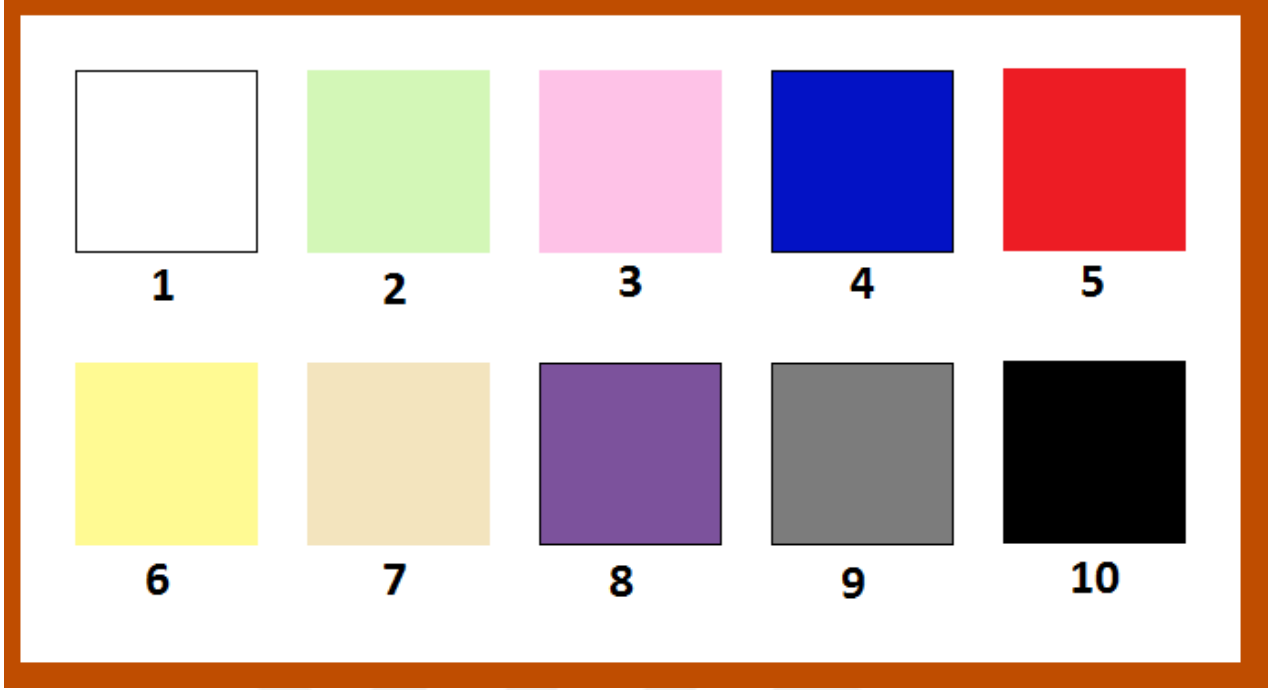
EK 4: Ahşap Renk Kartelasının Nümerik Kodlama İçeriği



Araştırmada kullanılan ahşap renk kartelasındaki nümerik kodlamanın renkler itibariyle gizlenmiş içeriği:

- 1- Meşe (sarı kül rengi),
- 2- Gri renklendirilmiş meşe,
- 3- Sedir (kızıl kahve),
- 4- Kiraz (açık kahverengi),
- 5- Maun (Kızıl ahşap rengi),
- 6- Akçaağaç (krem ahşap rengi),
- 7- Sapelli (hareli kızıl kahverengi),
- 8- Peka (soluk kahverengi, yüksek siyah kontrastı ile),
- 9- Çam (bal köpüğü rengi),
- 10-Ceviz (koyu, mat kahverengi).

EK 5: Düz Renk Kartelasının Nümerik Kodlama İçeriği



Araştırmada kullanılan düz renk kartelasındaki nümerik kodlamanın renklerle ilgili gizlenmiş içeriği:

- 1- Beyaz,
- 2- Açık yeşil,
- 3- Açık pembe,
- 4- Mavi,
- 5- Kırmızı,
- 6- Sarı,
- 7- Krem rengi,
- 8- Mor,
- 9- Gri/Antrasit,
- 10-Siyah.

ÖZGEÇMİŞ

Kimlik Bilgileri

Adı Soyadı: Meltem YILMAZ

Doğum Yeri: Ankara

Medeni Hali: Evli

E-Posta: meltem.kaya@eczacibasi.com.tr

Adresi: Birlik Mah. 450. Cad. 75/2 Çankaya Ankara

Eğitim

Lise: Milli Piyango Anadolu Lisesi

Lisans: Hacettepe Üniversitesi / Ağaç İşleri Endüstri Mühendisliği

Yüksek Lisans:

Yabancı Dil Düzeyi

İngilizce: Orta üzeri

İş Deneyimi

2003-2009: Ven İç Mimarlık'ta proje ve Üretim Sorumlusu.

2009 - ... : Eczacıbaşı İntema'da Proje Sorumlusu.

Deneyim Alanları: -

Tezden Üretilmiş Projeler ve Bütçesi: -

Tezden Üretilmiş Yayınlar: -

Tezden Üretilmiş Tebliğ ve/veya Poster Sunumu ile Katıldığı Toplantılar: -



HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS/DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
AĞAÇIŞLERİ ENDÜSTRİ MÜHENDİSLİĞİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

Tarih: 07/09/2018

Tez Başlığı / Konusu: Yatak Odası Mobilyalarında Renk Tercihlerinin Araştırılması

Yukarıda başlığı/konusu gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 65 sayfalık kısmına ilişkin, 07/09/2018 tarihinde tez danışmanım tarafından *Turnitin* adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 8 'dir.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kaynakça hariç
- 2- Alıntılar dahil
- 3- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Tarih ve İmza

Adı Soyadı: Meltem Yılmaz
Öğrenci No: N09120247
Anabilim Dalı: Ağaışleri Endüstri Mühendisliğı
Programı: ---
Statüsü: Y.Lisans Doktora Bütünleşik Dr.

07.08.2018
Meltem

DANIŞMAN ONAYI

UYGUNDUR.

İlker Usta

Prof. Dr. İlker Usta

(Unvan, Ad Soyad, İmza)