



International SOCIAL SCIENCES STUDIES JOURNAL

SSSjournal (ISSN:2587-1587)



Economics and Administration, Tourism and Tourism Management, History, Culture, Religion, Psychology, Sociology, Fine Arts, Engineering, Architecture, Language, Literature, Educational Sciences, Pedagogy & Other Disciplines in Social Sciences

Vol:5, Issue:44
sssjournal.com

pp.5116-5135
ISSN:2587-1587

2019
sssjournal.info@gmail.com

Article Arrival Date (Makale Geliş Tarihi) 09/08/2019 | The Published Rel. Date (Makale Yayın Kabul Tarihi) 27/09/2019
Published Date (Makale Yayın Tarihi) 27.09.2019

LÜKS KADIN ÇANTA MARKALARINDA TASARIM ANALİZLERİ ¹

DESIGN ANALYSIS IN LUXURY WOMEN BAG BRANDS

Araştırma Görevlisi. Aslında ACAR

Gaziantep Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü, Gaziantep/TÜRKİYE

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4617-6541>

Doçent. Cafer ARSLAN

Eskişehir Teknik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü, Eskişehir/TÜRKİYE

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1092-1116>



Article Type : Research Article/ Araştırma Makalesi

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.26449/sss.1762>

Reference : Acar, A. & Arslan, C. (2019). “Öğretmen Adaylarının Öğrenciyi Tanıma Yeterliklerinin Belirlenmesi”, International Social Sciences Studies Journal, 5(44): 5116-5135.

ÖZ

Günümüzde ürünlerin yapımında kullanılan materyaller ve renkler, ürün satın alımlarda ayırt edici özelliklerin başında yer almaktadır. Özellikle lüks markalar kullandıkları materyaller ve desen tasarımlarıyla hedef kitleye doğrudan ulaşabilmektedirler.

Çalışmada lüks markaların yer almasının nedeni, Türkiye'nin son yıllarda lüks tüketim eğiliminde önde gelen ülkeler arasında olmasından kaynaklanmaktadır. Analiz kapsamında örneklem olarak belirlenen lüks markalar, BrandZ ve Interbrand şirketleri tarafından açıklanmış ve 2018 yılında ilk 100'e giren markalar incelenmiştir. Türkiye'de pazarlanan markalar arasında Dior, Gucci, Hermes, Louis Vuitton bulunmaktadır. Araştırılan markalar Türkiye bazında düşünüldüğünde; sayıca az olan üst düzey gelir grubu tüketiciyi hedef almaktadır. Bu bağlamda söz konusu markaların analizinden hareketle, yüzey uygulama örneklemeleri; dokuma kumaş yüzey tasarımları oluşturulup, dijital ortamda çanta ürünleri üzerine giydirme tasarım önermeleri yapılmıştır.

Bu çalışmada; moda tasarımı alanındaki literatüre katkıda bulunup, yeni çalışmalara kaynak olması amaçlanmıştır. küresel moda pazarında büyük oyuncu olan markaların kullandıkları detaylar ele alınıp bu perspektifte incelenmiştir. Yeni tasarım önerileri geliştirmek hedefinden hareketle çalışmanın konusu, amacı ve sınırlılıkları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Lüks Marka, Çanta Tasarımı, Yüzey Uygulamaları

ABSTRACT

Today, the materials and colors used in the production of the products are among the main distinguishing features of product purchases. Especially luxury brands can reach the target audience directly with their materials and pattern designs.

The reason why luxury brands examined in the study, Turkey luxury consumption trends in recent years is due to be among the leading countries. Within the scope of the analysis, luxury brands identified as samples were announced by BrandZ and Interbrand companies and the top 100 brands were examined in 2018. Dior, Gucci, Hermes and Louis Vuitton are among the brands marketed in Turkey. Based on the analysis of brands, woven fabric surface designs were created and dressed on bag products.

In this study; It is aimed to contribute to the literature in the field of fashion design and to be the source of new studies. The details used by the brands in the global fashion market are discussed and examined in this perspective. With the aim of developing new design proposals, the subject, aim and limitations of the study were determined.

Key Words: Luxury Brand, Bag Design, Surface Applications

1. GİRİŞ

Günümüzde küresel moda pazarında büyük oyuncu olan markaların öne çıkmasında bazı ayırt edici sebepler vardır. Bunlar renk ve desen, logolar, sloganlar ve reklam çekimlerde kullanılan ünlülerdir. Renk ve desen bir ürünü bir başkasından ayırmak için tek başına yeterli bir neden olmasa da markaların

¹ Bu çalışma Eskişehir Teknik Üniversitesi BAP komisyonu tarafından kabul edilen 1710F54 no.lu proje kapsamında desteklenmiştir.

kendilerini özdeşleştirdikleri renkler ve desenler tüketicilerin algısında olumlu bir uyaran konumuna geçmektedir. Fakat markalar özdeşleştikleri renk ve desenleri yalın halde kullanmak yerine renk kombinasyonları oluşturma ve dokulu yüzeylerden oluşan materyal kullanma yoluna girmişlerdir. Teknolojik gelişmenin getirdiği yenilikleri kullanmak yerine geçmişe dönüş eğilimleri dikkat çekmektedir. Otantik ve doğal bir görünüm sunma amacıyla kendilerini diğerlerinden ayrı tutma çabasında olan bazı lüks markalarda dokuma ve benzeri yüzey tasarımlarına rastlanmaktadır.

Bu çalışmada ayırt edici özellikleri kullanan lüks markaları belirlemek amacıyla BrandZ ve İnterbrand şirketlerinin 2018 yılı raporlarından yararlanılacaktır. Araştırma kapsamında yer verilen analiz şirketleri raporlarına ek olarak 2018 yılında %'lik oranda en çok büyüme gerçekleştiren markalar incelenmektedir. Söz konusu inceleme sonunda ulaşılan veriler doğrultusunda, ele alınan markaların tarihi süreçlerine değinilerek ardından kumaş dokuma tasarım fikirleri önermelerine yer verilmektedir.

2. ANALİZ EVRENİ VE ÖRNEKLEM SEÇİMİ

Araştırmanın evrenini tüm dünyada ve ülkemizde tüketilen lüks markaların çanta ürünleri oluşturmaktadır. BrandZ, ve İnterbrand şirketlerinin gerçekleştirdiği raporlarda 2018 yılında en hızlı gelişim ivmesi gösteren ve dünya çapındaki sıralamada ilk 100'e giren markalar seçilerek ana evren içerisinde yer alan örneklem belirlenmiştir.

BrandZ, pazarlama şirketi Millward Brown tarafından yönetilen bir marka özkaynak veritabanıdır. BrandZ, markaları kullanan ve satın alan kişilerin görüş ve fikirlerini yıllık çalışmalar üzerinden ortaya koymaktadır. Bir markanın güçlü ve zayıf yanlarını belirlemekle birlikte sebeplerini de açıklamaktadır. BrandZ, hızlı büyüyen pazarlarda dünya çapındaki trendleri ve yüksek potansiyele sahip markaları belirleyen ilk şirket olarak nitelendirilmektedir. Araştırma kapsamında WPP ve Kantar Millward Brown şirketi tarafından her yıl yayınlanan 'Top 100 Most Valuable Global Brands' (Dünyanın en değerli 100 markası) listesinin 2018 yılı için çıkarılan sonuçlarından yararlanılmıştır (Şekil 1).

Brand	Category	Brand Value 2018 (\$M)	Brand Contribution	Brand Value % Change 2018 vs. 2017	Rank Change	Country of Origin
1 Google	Technology	302,063	4	+23%	0	USA
2 Apple	Technology	300,595	4	+28%	0	USA
3 Amazon	Retail	207,594	4	+49%	1	USA
4 Microsoft	Technology	200,987	4	+40%	-1	USA
5 Tencent 腾讯	Technology	178,990	5	+65%	3	China
6 Facebook	Technology	162,306	4	+25%	-1	USA
7 Visa	Payments	145,611	5	+31%	0	USA
8 McDonald's	Fast Food	126,044	4	+29%	2	USA
9 Alibaba Group	Retail	113,401	3	+92%	5	China
10 AT&T	Telecom Providers	106,698	3	-7%	-4	USA
11 IBM	Technology	96,269	4	-6%	-2	USA
12 Verizon	Telecom Providers	84,897	3	-5%	-1	USA
13 Heineken	Tobacco	81,914	3	-6%	-1	Netherlands
14 Coca-Cola	Soft Drinks	79,964	5	+2%	-1	USA
15 Mastercard	Payments	70,872	4	+42%	5	USA
16 SAP	Logistics	60,412	5	+4%	0	Germany
17 SAP	Technology	55,566	3	+23%	4	Germany
18 HSBC	Regional Banks	54,952	3	-6%	-3	UK
19 Disney	Entertainment	53,833	5	+3%	-1	USA
20 Alibaba Group	Retail	47,229	3	+17%	4	China
21 KBC 比利时国家银行	Telecom Providers	46,549	4	-18%	-4	Belgium
22 KBC 中国工商银行	Regional Banks	45,853	2	+45%	6	China
23 Xfinity	Fast Food	44,503	4	+1%	-1	USA
24 Xfinity	Telecom Providers	43,056	3	+3%	-1	USA
25 HSBC	Telecom Providers	41,499	3	+8%	0	UK
26 LVMH	Luxury	41,138	5	+41%	3	France
27 Spectrum	Telecom Providers	39,372	2	NEW		USA
28 Alibaba Group	Conglomerate	39,041	2	-22%	-9	China
29 Nike	Apparel	38,479	4	+13%	-3	USA
30 PayPal	Payments	35,440	5	+85%	22	USA
31 Walmart	Retail	34,002	2	+22%	0	USA
32 Accenture	Technology	33,723	3	+34%	0	USA
33 Samsung	Technology	32,191	4	+34%	4	South Korea
34 L'Oréal Paris	Alcohol	32,113	4	+89%	30	France
35 Intel	Payments	30,046	4	+24%	1	USA
36 Toyota	Cars	29,987	4	+5%	-6	Japan
37 Vodafone	Telecom Providers	28,860	3	-9%	-10	UK
38 Intel	Technology	28,336	2	+29%	6	USA
39 L'Oréal Paris	Luxury	28,063	5	+20%	2	France
40 Heineken	Beer	27,031	4	0%	-7	Netherlands
41 Baidu	Technology	26,861	5	+14%	-2	China
42 Zara	Apparel	26,860	3	+7%	-8	Spain
43 L'Oréal Paris	Insurance	26,541	3	+51%	18	France
44 L'Oréal Paris	Personal Care	26,307	4	+9%	-6	France
45 Oracle	Technology	25,802	2	+21%	1	USA
46 Mercedes-Benz	Cars	25,684	5	+9%	-6	Germany
47 Mercedes-Benz	Cars	25,624	4	+4%	-12	Germany
48 Huawei	Technology	24,922	3	+22%	1	China
49 中国建设银行	Regional Banks	23,747	2	+27%	5	China
50 HSBC	Global Banks	23,633	3	+15%	-2	UK
51 YouTube	Technology	22,958	4	+37%	14	USA
52 Movistar	Regional Banks	22,924	4	+8%	-5	Spain
53 Movistar	Telecom Providers	22,824	3	+4%	-10	Spain
54 Gucci	Luxury	22,442	5	+66%	26	Italy
55 NTT	Telecom Providers	22,377	3	+11%	-5	Japan
56 FedEx	Logistics	22,238	5	+14%	-5	USA
57 Citibank	Technology	21,331	2	+28%	9	USA
58 Citi	Global Banks	21,258	2	+21%	1	USA
59 JD.COM	Retail	20,933	3	+94%	NEW	China
60 JDBANK	Regional Banks	20,874	4	+22%	3	China
61 Netflix	Entertainment	20,819	3	+73%	31	USA
62 Alibaba Group	Logistics	20,568	4	+30%	8	China
63 Shell	Oil & Gas	20,264	1	+10%	-6	UK
64 Bepi	Baby Care	20,183	5	-10%	-22	USA
65 ID	Telecom Providers	19,647	3	+14%	-3	France
66 Chase	Regional Banks	19,628	3	+6%	-10	USA
67 Chase	Regional Banks	19,324	3	+35%	6	USA
68 Commonwealth Bank	Regional Banks	19,286	3	+11%	-8	Australia
69 中国农业银行	Regional Banks	19,141	2	+28%	3	China
70 Subway	Fast Food	18,766	4	-14%	-25	USA
71 Colgate	Personal Care	18,556	5	+4%	-13	USA
72 Costco	Retail	18,265	3	+12%	-4	USA
73 J.P. Morgan	Global Banks	18,251	3	+29%	1	USA
74 ExxonMobil	Oil & Gas	18,222	1	-3%	-19	USA
75 Adobe	Technology	17,831	3	+53%	23	USA
76 Bank of China	Retail	17,481	3	-8%	-23	China
77 Bank of America	Regional Banks	17,439	2	+42%	10	USA
78 Bank of America	Technology	17,026	3	+39%	12	USA
79 中国人寿	Insurance	16,429	3	+18%	-1	China
80 UBank	Regional Banks	16,278	3	+7%	-9	USA
81 Uber	Transport	16,045	3	NEW		USA
82 Siemens	Conglomerate	15,965	2	+64%	-5	Germany
83 LinkedIn	Technology	15,657	5	+15%	-4	USA
84 中国民生银行	Regional Banks	15,607	2	+30%	10	China
85 Gillette	Personal Care	15,358	5	-6%	-18	USA
86 KFC	Insurance	15,131	3	+29%	11	USA
87 KFC	Fast Food	15,131	4	+12%	-6	USA
88 eBay	Retail	14,829	3	+20%	-2	USA
89 SF Express	Technology	14,797	3	NEW		China
90 SF Express	Logistics	14,537	4	NEW		China
91 Instagram	Technology	14,496	5	NEW		USA
92 ANZ	Regional Banks	14,465	3	+3%	-17	Australia
93 Bank of China	Retail	13,785	3	+12%	-4	China
94 BT	Telecom Providers	13,604	3	-15%	-25	UK
95 L'Oréal Paris	Retail	13,111	3	-2%	-13	France
96 Honda	Cars	12,742	3	-2%	-13	Japan
97 Honda	Cars	12,695	4	+4%	-6	Japan
98 Pepsi	Soft Drinks	12,685	4	0%	-14	USA
99 BCA	Regional Banks	12,674	4	NEW		Indonesia
100 Adidas	Apparel	12,456	4	+50%	NEW	Germany

Şekil 1. BrandZ 2018 yılı raporu

Kaynak: <http://brandz.com/charting/54> (Erişim tarihi: 23.11.2018).

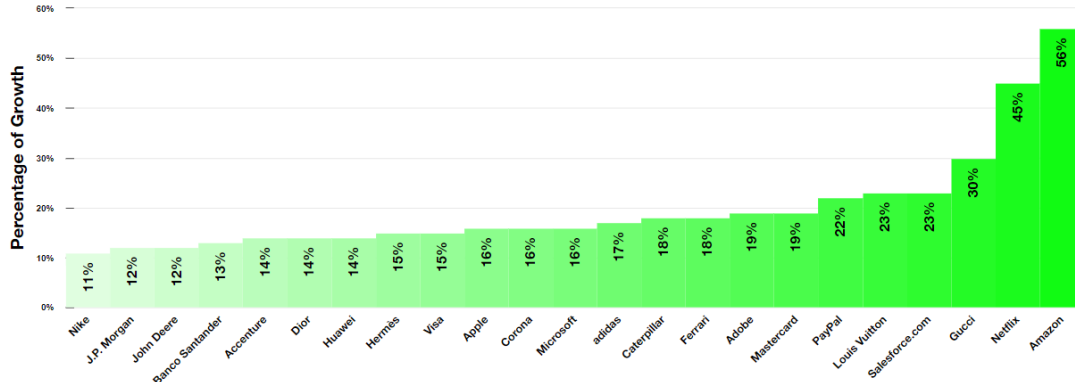
BrandZ, değerli markalar oluşturmak ve bu değeri sürdürmek için 5 etkili nokta başlığını şöyle açıklamıştır:

- Tutarlı, anlamlı, farklı ürünler ve deneyimler sunan ve etkin bir şekilde onlarla iletişim kurabilen markaların daha hızlı büyüdüğünü, hissedarlara daha fazla geri dönüş sağladığını ve kaçınılmaz pazar bozulmalarını daha iyi yönetebildiklerini vurgulamıştır. Uzun vadeli bir marka büyüme stratejisi geliştiren markaların yeni çıkan markalardan daha kolay ayrıştığına da dikkat çekmiştir.
- Marka kurucularının tüketicilerin beklentilerini daha iyi anlayabilmeleri ve analiz edebilmeleri için marka çeşitliliğinin daha çok olduğu ve tüketici beklentilerinin yüksek olduğu bölgelere yani Batı'dan Doğu'ya bir yönelim göstermeleri gerekliliğini vurgulamıştır.
- Marka oluşturma işlemi, tüketicide yaratılan ilk farkındalık yaratmadaki etkileşimden alışverişe kadar tüketiciyle temas halinde olunan her noktayı kapsamaktadır. Reklamlar da bu tüketici- marka ilişkisinde kritik bir parçası olarak yer almaktadır. Markalar satın alım ve sonrasında tüketiciyi her şekilde kendine bağlamalı ve kendini hatırlatmalıdır.
- Marka ekosistemi demografik segmentlerden ziyade bireylere yönelik olarak geliştirilmelidir.
- Tüketicilerin, algoritmalar tarafından kendileri için çok sayıda satın alma kararları alacağı bir dünyada, tüketicilere proaktif bir marka düşünmek ve seçmek için bir neden vermek önemlidir. Tüketici ihtiyaçlarını, duygusal bir bağlantı oluşturmak için, işlevsel bir yararın ötesine geçen, ilgili yollarla karşılayan bir amaca sahip olmak gerekir. Ve ayırt edici olması gerekiyor. Bu nitelikler, tüketicinin nihayetinde markayı seçeceğini garanti etmez - satışa giden yolda çok sayıda rekabetçi tanıtım etkinliği gerçekleşir. Ancak anlam üzerine yaratılan bir fark, bir markanın dikkate alınmasını daha olası kılar.

İnterbrand, Omnicom Group bünyesinde 14 ülkede 18 ofisi bulunan, küresel marka danışmanlığı yapan bir firmadır. Son derece etkili 'En İyi Küresel Markalar' ve 'Atılım Yapan Markalar' raporlarının ve Webby ödüllü marka kanalının yayıncısıdır. Araştırmada kapsamında İnterbrand tarafından her yıl yayınlanan 'Best Global Brands' listesinin 2018 yılı için çıkarılan sonuçlarından yararlanılmıştır.

Top Growing Brands

Compare the growth percentages of 2018's top-growing brands.



Şekil 2. İnterbrand 2018 yılı raporu

Kaynak: <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/interactive-data/>
(Erişim tarihi: 23.11.2018).

İnterbrand raporlarına göre 2018 yılının en hızlı büyümesini gerçekleştiren markalar Şekil 2'de gösterilmiştir. BrandZ istatistikleri kapsamında incelenen 2018 raporlarında, araştırma konusu kapsamında 2018'in en değerli markaları ve 2018'in en iyi gelişme gösteren markaları başlıklarının ortak paydasında yer alan markalar Christian Dior, Gucci, Hermes ve Louis Vuitton olarak belirlenmiştir. Söz konusu markalar 2018 yılı içerisinde dünyanın en iyi lüks markaları kapsamında yer almakla birlikte, 2018 yılında en iyi gelişme ve büyüme gösteren markalar olarak belirlenmiştir. Araştırmanın daha sağlıklı ilerleyebilmesi için konu bu dört marka ile sınırlandırılmıştır.

2.1. Louis Vuitton

Louis Vuitton markasının bilinen ilk parçası Tient- Tout (Hold- All) olarak da bilinen Keepall'dır (Görsel 1). Büyük ebatlarda olan bu seyahat çantasının daha taşınabilir bir sürümü olarak Speedy model tasarlanmıştır. Başlangıçta boyutları; 30 cm, 35 cm ve 40 cm'lik olarak üç farklı boyutta üretilen ve satışa

sunulan Speedy model, Audrey Hepburn'un özel isteği üzerine 25 cm'lik üretilmiştir. Bu olay markanın tarihinde bir dönüm noktası olarak bilinmektedir. 1985 yılında üretim ağında yeniliklerini ortaya koyan marka 1987 yılında Moët et Chandon ve Hennessy ile yaptığı işbirliğinin sonucunda dünyanın en büyük lüks holdingi olan LVMH kapsamında yerini almıştır.



Görsel 1. 30*21*17 ebatlarında Keepall

Kaynak: <https://eu.louisvuitton.com/eng-e1/products/speedy-30-monogram-008784>
(Erişim tarihi: 08.08.2018).

1997 yılında marka ürünlerinin nasıl tasarlanacağı, reklamının nasıl yapılacağı ve nasıl satışa sunulacağıyla ilgili alanın başına Marc Jacobs geçmiştir. Jacobs, lüks markalarla sanatçıların işbirliklerine öncülük etmiştir. Sanatın giyilebilir parçalara yansımaları amaçlayan Jacobs, Takashi Murakami, Yayoi Kusama gibi sanatçılarla sınırlı sayıda üretilen koleksiyonlar çıkarmıştır. Söz konusu çantalar Görsel 2 ve Görsel 3'te verilmiştir.



Görsel 2. Takashi Murakami- Monogram Speedy Bag tasarımı

Kaynak: <https://www.purseblog.com/louis-vuitton/louis-vuitton-is-finally-discontinuing-murakamis-monogram-multicolor-line/> (Erişim tarihi: 08.08.2018).



Görsel 3. Yayoi Kusama&LV

Kaynak: <https://blog.alwaysfashion.com/tag/louis-vuitton/page/3/> (Erişim tarihi: 08.08.2018).

Louis Vuitton markasının çantalarında kullandığı materyallerde en büyük özellik PVC (Poli Vinil Clorür) kaplanmış kanvas kumaş kullanılmalarıdır. Çantaların gövdeleri aslında deri olmayan fakat deri gibi görünen bir yapıya sahiptir. Bu malzemenin kullanılması hafiflik ve dayanıklılık gibi avantajlar sağlamaktadır. Aynı zamanda deri materyallerin çizilmesi ve aşınması gibi sorunlara karşı, kaplanmış kanvas çizilmeye karşı dayanıklıdır ve su geçirmez özelliğe sahiptir.



Görsel 4. Louis Vuitton- Speedy Bag

Kaynak: <https://eu.louisvuitton.com/eng-e1/products/speedy-30-monogram-008784> (Erişim tarihi: 08.08.2018).

Altın renkli metalik parçalarla donatılan, kulpları dana derisinden yapılan 25.0 x 19.0 x 15,0 cm ebatlarındaki Speedy 25 model çantanın güncel fiyatı 1,000.00 dolardır (Görsel 4). Markanın çeşitli çantalarının 2018 fiyat listesi Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Louis Vuitton bag 2018 fiyat listesi

Style	Previous Price	New Price - April 2018
Alma BB	\$1200	\$1230
Alma PM	\$1500	\$1530
Artsy MM	\$1960	\$2000
Favorite PM	\$805	\$830
Favorite MM	\$985	\$1020
Graceful PM	\$1250	\$1280
Graceful MM	\$1390	\$1440
Melie	\$1960	\$2000
Montaigne BB	\$2260	\$2300
Montaigne MM	\$2410	\$2460
Montaigne GM	\$2570	\$2620
NeoNoe	\$1390	\$1590
Neverfull PM	\$1180	\$1240
Neverfull MM	\$1260	\$1320
Neverfull GM	\$1340	\$1400
Palm Springs Mini Backpack	\$1910	\$1940
Palm Springs PM Backpack	\$1960	\$2040
Palm Springs MM Backpack	\$2130	\$2210
Pochette Felicie	\$925	\$1030
Pochette Metis	\$1780	\$1830
Pochette Metis Reverse	\$1830	\$1880
Speedy 25	\$950	\$1000
Speedy 30	\$970	\$1020
Speedy 35	\$990	\$1040
Speedy 40	\$1010	\$1060
Speedy Bandouliere 25	\$1370	\$1430
Speedy Bandouliere 30	\$1390	\$1450
Speedy Bandouliere 35	\$1410	\$1470

Kaynak: <https://www.lolipuff.com/blog/584/louis-vuitton-handbag-price-increase-2018> (Erişim tarihi: 08.08.2018).

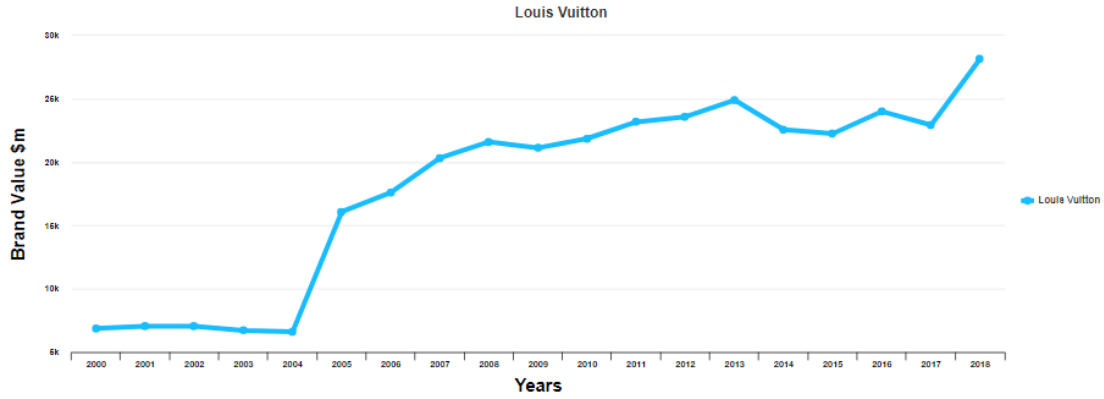


Şekil 3. İnterbrand- Louis Vuitton raporu 2018

Kaynak: <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/ranking/louisvuitton/> (Erişim tarihi: 08.08.2018).

İnterbrand, Louis Vuitton markasının marka gücünü Şekil 3’te gösterildiği gibi ortaya koymuştur. Markanın sadakat, duyarlılık ve denge- istikrar ölçütlerinde gelişme gösterdiği ve bu özellikler sayesinde dünyanın en iyi 100 markası arasına girdiğini belirtmektedir. Aynı zamanda Louis Vuitton 2018 yılında en

çok büyüyen markalar arasında yer alırken, dünyanın en büyük 100 markası içinde de 18. sırada bulunmaktadır.



Şekil 4. Louis Vuitton yıllara göre başarı marka değer istatistiği

Kaynak: <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/ranking/louisvuitton/> (Erişim tarihi: 08.08.2018).

Şekil 4'te de gösterildiği üzere Louis Vuitton markasının özellikle 2004 yılından itibaren gösterdiği gelişme 2009 yılında ufak çapta bir düşüş göstermiştir. 2013 yılında yaklaşık 25 milyon dolar olan marka değeri, 2014 ve 2015 yıllarında düşüşe geçse de 2016 yılında ani bir artışla 24 milyon dolara erişmiştir. 2017 yılında yine düşüşe geçen değer 2018 yılında %23'lük bir büyüme gerçekleştirmiştir. Markanın bugünkü değeri 28 milyon dolardır.

2.2. Hermes

Hermes markası, günümüz moda efsanelerinden biridir. Bünyesinden başarılı bir tasarım ekibi barındıran marka, zamanla farklı boyut ve kalıplarda çantalar üretmiştir. Dünyaca bilinen en ünlü modellerine değinmeden önce her bir Hermes çantanın bir kişi tarafından üretildiğini belirtmek gerekmektedir. Bir çantanın işçiliği yalnızca bir usta tarafından yapıldığı için, ürünün yapım süresi 18-24 saat arasında değişmektedir. Buna ek olarak egzotik deri kullanımı durumunda özel işçilikle yapılan tasarım çantaların maliyetleri ve dolayısıyla da satış fiyatları artış göstermektedir. Markanın en büyük başarılarından biri olarak kabul edilen Kelly Bag 1930'lu yıllarda tasarlanmıştır. Robert Dumas tarafından Oscar ödüllü ünlü oyuncu Monaco Prensesi Grace Kelly'den ilham alınarak tasarlanmış olan bu çanta, arabasından inerken onu paparazzilerden korumuş ve ünlü yıldızın o dönem hamileliğini gizlemesine yardımcı olmuştur (Görsel 5).



Görsel 5. Grace Kelly ve orijinal Hermes Kelly çantası, 1956

Kaynak: <http://www.beyondgracekelly.com/kelly-bag/> (Erişim tarihi: 05.03.2018).

Dönemin moda dergilerine kapak olan fotoğrafla birlikte, tasarlanan çanta Kelly adı altında macerasını sürdürmüş ve doğal olarak tüm dünyanın dikkatini üzerine çekmiştir. Takip eden dönemlerde yeni şekiller, boyutlar, malzemeler ve renklerle çeşitlendirilmiştir. Örneğin Kelly Lakis, Kelly Relax, Kelly Cut bu modellerden bazılarıdır.



Görsel 6. Hermes Kelly bag

Kaynak: <https://www.hermes.com/us/en/story/106196-kelly/> (Erişim tarihi: 5.3.2018).

Görsel 6’da verilen Kelly Bag, elektrik mavisi olarak isimlendirilen renkte togo deri malzemesi kullanılarak 32x23x12 cm boyutlarında üretilmiştir. Kilit ve askı sistemlerinde paladyum malzemesi kullanılmış, içerisinde omuz askısı, anahtar ve kilit içermektedir. Fiyat listesindeki değişim Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Hermes Kelly Bag 2018 fiyat listesi

Model	Price	Currency					
25 Kelly	7040	GBP	Chevre sellier	28 Kelly	15115	AUD	Chevre sellier
25 Kelly	6350	GBP	Togo	32 Kelly	10400	USD	Togo Retourne
25 Kelly	6400	GBP	Swift	32 Kelly	7650	Euro	Clemence
25 Kelly	8400	USD	Togo	35 Kelly	9700	CHF	Togo
25 Kelly	17000	Euro	Sellier Ostrich	35 Kelly	8100	Euro	Togo
28 Kelly	6940	GBP	Togo	Mini Kelly	7700	USD	Chèvre
28 Kelly	10400	USD	Epsom sellier	Mini Kelly	17800	Euro	Shiny alligator
28 Kelly	9900	USD	Togo Retourne	Kelly Pochette	16800	USD	Shiny alligator
28 Kelly	7050	GBP	Togo	Kelly Pochette	10300	USD	Ostrich
28 Kelly	7400	Euro	Epsom Sellier	Kelly Cut	16200	Euro	Niloticus Lissé
28 Kelly	7300	Euro	Swift	Kelly Cut	5600	USD	Swift

Kaynak: <http://www.hermesbagprice.com/> (Erişim tarihi: 5.3.2018).

Dünyaca ünlü Hermes markasının Kelly Bag çıkışının ardından, herkesçe sahip olunmak istenen bir diğer tasarım ürünü Hermes Birkin modelidir. Paris’ten Londra’ya hareket eden bir uçakta şarkıcı, oyuncu ve üç çocuk annesi olan Jane Birkin çantasındaki malzemeleri yanlışlıkla yere dökmesiyle, yan koltuğunda oturan Hermes’in CEO’su Jean- Louis Dumas’ın dikkatini çekmiştir. Jane Birkin bu durumdan şikâyet ettiğinde ve daha fazla cebe sahip bir çantaya ihtiyacı olduğunu söylediğinde, Dumas kendisini tanıtarak Jane’in hayalindeki çantayı yapacağına dair kendisine söz vermiş ve isteklerini not almıştır. Kısa süren bu uçak yolculuğunun ardından atölyede buluştuklarında, efsane olarak nitelendirilen Görsel 7’de sunulan Birkin modelin ilk adımları atılmıştır.



Görsel 7. Hermes Birkin Bag

Kaynak: <https://www.purseblog.com/national-handbag-day/the-it-bag-a-historical-handbag-timeline/> (Erişim tarihi: 5.3.2018).

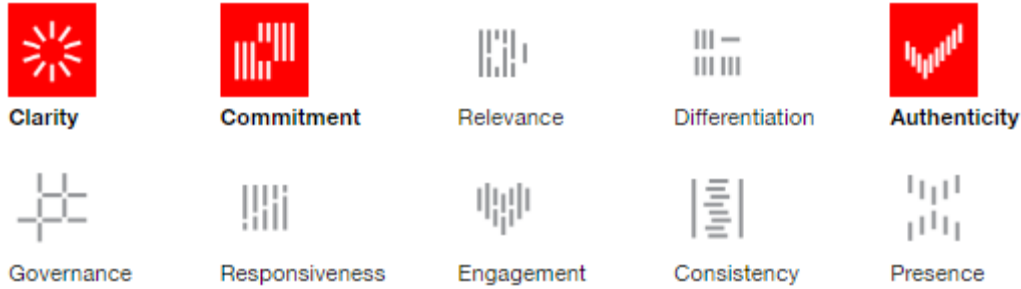
Tablo 3. Hermes Birkin Bag 2018 fiyat listesi

Model	Price	Currency		30 Birkin	10400	USD	Epsom
25 Birkin	6410	GBP	Togo	30 Birkin	10900	USD	Togo
25 Birkin	6500	Euro	Togo	30 Birkin	15000	Euro	Ostrich
25 Birkin	9400	USD	Togo	30 Birkin	9100	CHF	Chevre
25 Birkin	7750	CHF	Togo	30 Birkin	7400	Euro	Togo
25 Birkin	9750	USD	Chèvre Mysore	30 Birkin	37500	Euro	Croc porosus shiny
25 Birkin	38300	USD	Shiny Niloticus	35 Birkin	8200	Euro	Togo
25 Birkin	9500	USD	Swift	35 Birkin	8500	Euro	Togo
25 Birkin	9400	USD	Togo	35 Birkin	8200	Euro	Clemence
30 Birkin	7290	GBP	Togo	35 Birkin	13300	USD	Barenia Faubourg
30 Birkin	7400	Euro	Togo	35 Birkin	8200	Euro	Togo
30 Birkin	10800	USD	Novillo	40 Birkin	8900	Euro	Togo
30 Birkin	12000	USD	2/23 Barenia Faubourg US 12,000				

Kaynak: <http://www.hermesbagprice.com/> (Erişim tarihi: 5.3.2018).

Yapım aşaması yaklaşık yirmi saat süren bir adet klasik Birkin modelinin genişliği 35 santimetre ve fiyat aralığı ise 10-150 bin dolar arasında değişmektedir. Yıllar içinde alternatif boyalarda üretilen Birkin'in bugüne kadar satılan en pahalı modeli kırmızı timsah derisinden yapılarak on sekiz ayar beyaz altınla süslenmiş ve Dallas'ta düzenlenen bir müzayedede 203.150,00 dolara alıcı bulmuştur. Çantanın materyal ve ebat özelliklerine göre fiyat değişim listesi Tablo 3'te verilmiştir.

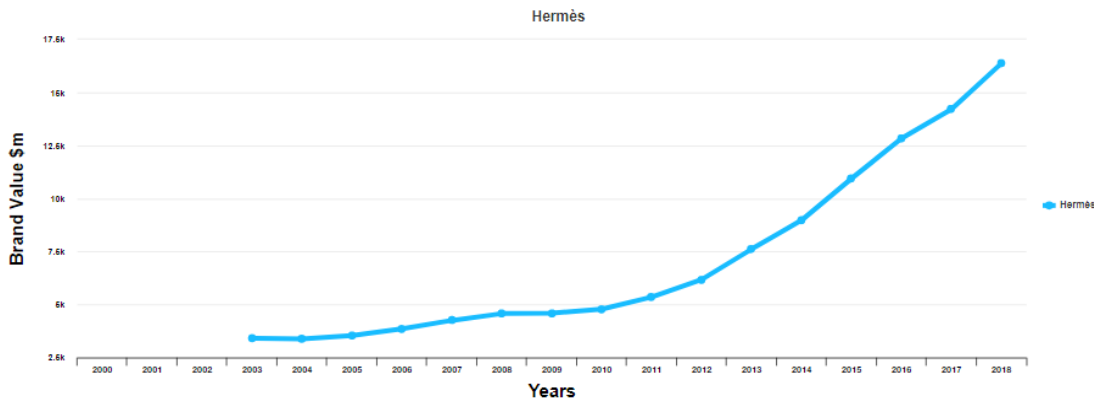
Dünyanın önde gelen marka danışmanlık şirketlerinden biri olan İnterbrand'in 2018 yılının "Best Global Brands" listesinde yer alan ve 2018 yılında en çok büyüme gösterenler arasında Hermes markası 32. sırada yer almaktadır. Şirket, marka performansının çözümlenmesi için davranışa dayalı modeller ile finansal modellerin birleşimiyle oluşturdukları dört aşamalı (finansal tahmin, markanın gücü, markanın rolü, markanın değeri) karma bir yöntem kullanmaktadırlar.



Şekil 5. İnterbrand Hermes Raporu

Kaynak: <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/ranking/hermes/> (Erişim tarihi: 23.11.2018).

İnterbrand, Hermes markasının marka gücünü Şekil 5'te gösterildiği gibi ortaya koymuştur. Hermes markası için en güçlü üç faktör şekildeki gibidir. Markanın şeffaflık, sadakat ve orijinallik ölçütlerinde gelişme gösterdiği ve bu özellikler sayesinde dünyanın en iyi 100 markası arasına girdiği belirtilmektedir.



Şekil 6. Hermes- marka değer istatistiği

Kaynak: <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/ranking/hermes/> (Erişim tarihi: 23.11.2018).

Hermes 2003 yılından itibaren istikrarlı bir büyüme gerçekleştirmiş ve özellikle 2010 yılından 2018 yılına kadarki sürede güçlü bir yükseliş göstermiştir. Şekil 6'da verilen istatistiklere göre %15 oranında büyüme gerçekleştiren markanın değeri yaklaşık 17 milyon dolar olarak belirlenmiştir.

2.3. Gucci

1947-1948 arasında geçen sürede II. Dünya Savaşı sonrasında malzeme sıkıntısı yaşandığı için, Gucci'nin ikonik bambu saplı el çantalarının bu dönemde ortaya çıkmış olabileceği düşünülmektedir (Görsel 8).



Görsel 8. Gucci Bamboo Bag patent dökümanı

Kaynak: <https://www.purseblog.com/gucci/gucci-bamboo-bags-an-iconic-history/>
(Erişim tarihi: 8.8.2018).

1950'li yılların başında yeşil- kırmızı- yeşil geçişli oluşturulan desen, şirketin amblemi olarak benimsenmiştir. Marka, mağazalarını çoğalttıkça her bir mağazası için odaklanılacak ürünler belirlemiş, bir kısmını sadece giysilere ayırırken diğer kısmını çanta, ayakkabı, bavul ve aksesuar üzerine yoğunlaştırmıştır. 2000'li yıllara yaklaşırken markanın Jackie çantası birçok renk ve varyasyonda yeniden üretilmiş ve yoğun ilgi gören çanta sayesinde günümüzde sıkça duyulan 'it bag' kavramının temelleri atılmıştır.

Orijinal Gucci Bamboo çanta, domuz derisinden yapılan ve bambu sapların ateşle ısıtılarak eğim verilmesiyle oluşturulan küçük ebatlı bir çantadır. 1947 yılında savaş zamanına denk gelen dönemde malzemelerin kıtlığı sebebiyle akıllıca düşünülerek üretilmiştir. Söz konusu tasarım, yenilikçiliği çağrıştırması sebebiyle anında ilgi görmüştür. 1950 ve 1960'lı yıllarda çanta, ünlü kişiler tarafından kullanılmış ve adını tüm dünyaya duyurmuştur.



Görsel 9. Gucci Bamboo Bag reklamı- Harper's Bazaar, 1970

Kaynak: <https://www.purseblog.com/gucci/gucci-bamboo-bags-an-iconic-history/>
(Erişim tarihi: 8.8.2018).

Tasarımcısı Giannini, Gucci klasiğinin ruhuna ve orijinalliğine sadık kalarak, kusursuz işçilikle çanta üzerinden birkaç değişiklik yapmıştır. Orijinali ile aynı şekilde hazırlanan ve aynı aşamalardan geçen çanta, ustalar tarafından elle monte edilen 140 ayrı parçadan oluşmakta ve ayrıntılarının kusursuz işlenmesi için 13 saatlik bir çalışma gerektirmektedir.

Parlak deriden üretilen ve kenarları örgü desenli altın baskı ile zenginleştirilen çantada iki adet değiştirilebilen ve çıkarılabilen omuz askısı bulunmaktadır (Görsel 10). Gucci'nin yeşil- kırmızı renkli şerit askıları markanın kimliği niteliğindedir. Ürünün kilit noktası bambu saplardır. Markanın sembolü haline gelmesindeki en büyük etken bambu sapların günümüzde de hala el emeği ve ince işçilikle üretilmesidir. 10,5 x 7 x 2,5 cm ebatlarında olan çantanın güncel fiyatı 3,700 dolardır. Benzer kategorideki Gucci çantalarının fiyatları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Bamboo modele benzer kategorideki Gucci çantaların fiyat listesi

Gucci Ayers Medium Dionysus Shoulder Bag	\$5,800.00 (USD)
Gucci Python Medium Dionysus Shoulder Bag	\$4,300.00 (USD)
Gucci Suede Medium Dionysus Shoulder Bag	\$2,500.00 (USD)
Gucci Arabesque Medium Dionysus Shoulder Bag	\$3,290.00 (USD)
Gucci Blooms Print Medium Dionysus Shoulder Bag	\$2,700.00 (USD)
Gucci Blooms Print GG Supreme Medium Dionysus Shoulder Bag	\$2,400.00 (USD)
Gucci GG Supreme Medium Dionysus Shoulder Bag	\$2,250.00 (USD)
Gucci Suede Small Dionysus Shoulder Bag	\$2,400.00 (USD)
Gucci Blooms Print Small Dionysus Shoulder Bag	\$2,490.00 (USD)
Gucci Blooms Print GG Supreme Small Dionysus Shoulder Bag	\$2,300.00 (USD)
Gucci GG Supreme Small Dionysus Shoulder Bag	\$2,100.00 (USD)
Gucci Metallic Python Mini Dionysus Shoulder Bag	\$2,790.00 (USD)
Gucci Suede Mini Dionysus Shoulder Bag	\$1,700.00 (USD)
Gucci Blooms Print GG Supreme Mini Dionysus Shoulder Bag	\$1,650.00 (USD)
Gucci GG Supreme Mini Dionysus Shoulder Bag	\$1,550.00 (USD)

Kaynak: <https://www.spottedfashion.com/gucci-bag-price-list-reference-guide/> (Erişim tarihi: 8.8.2018).



Görsel 10. Gucci Bamboo Bag önden ve üstten görünümü

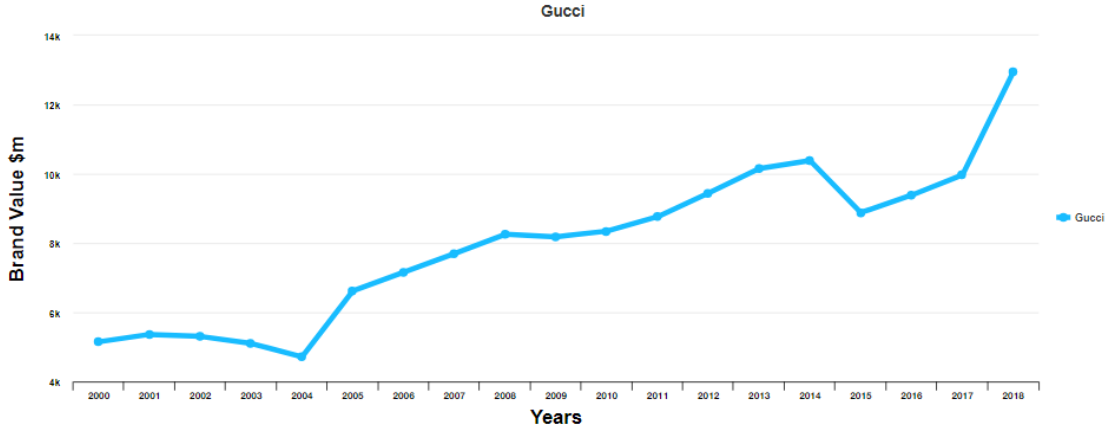
Kaynak: <https://www.gucci.com/us/en/pr/women/womens-handbags/womens-top-handles-boston-bags/bamboo-classic-frame-print-leather-top-handle-bag-p-495880DT9YT8915?position=14&listName=ProductGrid&categoryPath=Women/Womens-Handbags/Womens-Top-Handles-Boston-Bags> (Erişim tarihi: 8.8.2018).



Şekil 7. İnterbrand - Gucci raporu

Kaynak: <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/ranking/gucci/> (Erişim tarihi: 23.11.2018).

İnterbrand, Gucci markasının marka gücünü Şekil 7’de gösterildiği gibi ortaya koymuştur. Markanın sadakat, fark yaratan ve duyarlılık ölçütlerinde gelişme gösterdiği ve bu özellikler sayesinde dünyanın en iyi 100 markası arasına girdiğini belirtmektedir. Aynı zamanda Gucci 2018 yılında en çok büyüyen markalar arasında yer alırken, dünyanın en büyük 100 markası içinde de 39. sırada bulunmaktadır.



Şekil 8. Gucci – marka değer istatistiği

Kaynak: <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/ranking/gucci/>
(Erişim tarihi: 23.11.2018).

Şekil 8’de de gösterildiği üzere Gucci markasının 2001-2004 yılları arasında hafif bir düşüşe geçmiş ve ardından 10 yıllık bir süreçte sürekli değer artırarak gelişme göstermiştir. 2014 yılında 10 milyon dolar olan değeri 2015 yılında 8 milyon dolara düşmüş fakat akabinde hızlı bir gelişme göstererek 2018 yılına kadar sürekli bir ivme göstermiştir. 2018 yılında %30’luk bir büyüme gösteren markanın bugünkü değeri yaklaşık 13 milyon dolardır.

2.4. Christian Dior

Dünya üzerinde bilinirliği yüksek her markanın hikâyesi gibi, başlangıçta Chouchou olarak bilinen Lady Dior çantanın hikâyesi de küçük bir anektodla başlamaktadır.



Görsel 11. Christian Dior- Lady Dior Bag

Kaynak: <https://www.purseblog.com/national-handbag-day/the-it-bag-a-historical-handbag-timeline/>
(Erişim tarihi: 21.6.2018).

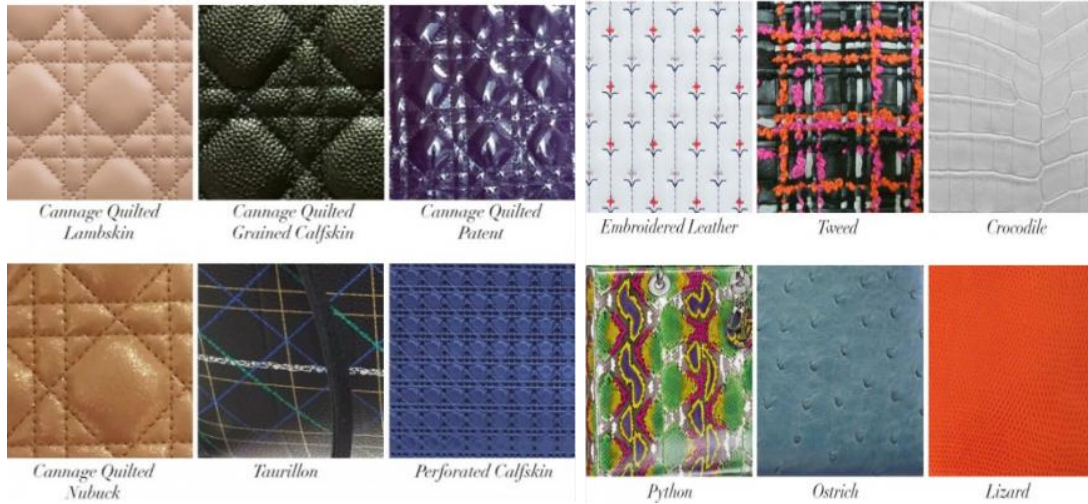
1995 yılının Eylül ayında Fransa’nın First Lady’si Bernadette Chirac, Dior’un son kreasyonunda bulunan deri üzerine zarif siyah dikişler geçilmiş bir çantayı Lady Diana’ya vermiş ve Diana çantayla duygusal bağ kurarak neredeyse her stilinde bu parçayı kullanmaya başlamıştır. Dünya üzerinde en çok fotoğraflanan kadın olarak bu parçayla da moda tarihindeki yerini sağlamlaştırmıştır (Görsel 12).

Lady Dior dünyada inkâr edilemez bir üne sahip olan en iyi çantalardan biri olarak yer almaktadır. Bu parçanın güzelliği kaliteli kumaşların yenilikçi yaratıcılık ile birleşiminden ve çanta tasarımcılarının eşsiz yeteneklerinden kaynaklanmaktadır.



Görsel 12. Lady Diana ve Lady Dior çantası

Kaynak: <https://modakariyeri.com/moda-dunyasinda-ikonik-cantalar/> (Erişim tarihi: 13.7.2018).



Görsel 13. Lady Dior tasarımında sıkça kullanılan materyaller

Kaynak: <https://www.purseblog.com/guides/the-ultimate-bag-guide-the-christian-dior-lady-dior-bag/> (Erişim tarihi: 13.7.2018).

Marka ürününün şu anki durumu John Galliano'nun hayal gücünü büyük bir sabır ve tutku ile hayata geçirmekle sorumlu olan Florentine zanaatkarlarına atfedilmektedir. Bir Lady Dior ortaya çıkarmak için yedi ustanın yeteneklerinin birleşimi ve en az sekiz saate ihtiyaç duyulmaktadır. Malzeme açısından kuzu derisi, timsah derisi ya da piton derisi tercih edilmekte olup, yüz otuz türde deriye ihtiyaç duyulmakta ve bu deriler elle boyama, zımparalama ve dikiş işlemlerinden geçmektedir. Bir çanta için gerekli olan her parça elle kesilerek tahta bir kalıp etrafında birleştirilmektedir. Çantalarda sap kısmından sallanan D.I.O.R yazısı ise altın ve gümüş olarak iki ayrı materyalden oluşturulmakta ve parlaklıklarını vermek için farklı banyolarda işleme sokulmaktadır. Tasarım çantanın fazla miktarda dikiş işlemi olduğu gözlemlenen deri saplardan küçük iç cebine, çantayı zeminden korumaya alan toplamda kırk üç parça metalden oluşturulan hassas ayaklardan imzası haline gelen kapitone işçiliğe kadar incelikli bir düşünce sisteminin ortaya çıkardığı bir ürün olduğu söylemek mümkündür. Fransız lüksüyle ilişkilendirilerek ustalıkla tasarlanıp üretilmiş olan bu çantanın farklı boy ve renk seçenekleri günümüzde mevcuttur. Markanın çeşitli çantalarının 2018 fiyat listesi Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Lady Dior fiyat ve boyut listesi

Lady Dior Bag Prices

STYLES	LATEST PRICES	SIZES	
Lady Dior Micro Bag in Solid Colors	\$2100 USD	Lady Dior Micro Bag	6' x 5' x 3' inches
Lady Dior Mini (Small) Bag in Solid Colors	\$2950 USD, €2450 euro, £2300 GBP, ₩3800000 WON	Lady Dior Mini (small) Bag	6.7' x 5.9' x 3' inches
Lady Dior Mini (Small) Bag in Patent Calfskin	€2550 euro, £2350 GBP, ₩3950000 WON	Lady Dior Medium Bag	9' x 8' x 4' inches
Lady Dior Mini (Small) Bag in Metallic Calfskin	€2650 euro, £2450 GBP, ₩4100000 WON	Lady Dior Large Bag	12.5' x 10' x 4' inches
Lady Dior Mini (small) Bag with Chain	\$3100 USD, €2550 euro, £2350 GBP, ₩3950000 WON	Lady Dior Large Shopping Tote	16.5' x 12' x 5' inches
Lady Dior Medium Bag in Solid Colors	\$4100 USD, €3350 euro, £3100 GBP, ₩5200000 WON	Lady Dior Mini (Small) Double Chain Bag	19 x 14 x 9 cm
Lady Dior Medium Bag in Patent	\$€3350 euro, £3100 GBP, ₩5200000 WON		
Lady Dior Large Bag in Solid Colors	\$4600 USD, €4350 euro, £4100 GBP, ₩5800000 WON		
My Lady Dior Bag in Solid Colors	€2950 euro, £2750 GBP, ₩4550000 WON, ¥365000 JPY (without tax), \$29000 HKD, \$5700 SGD		
My Lady Dior Bag in Crinkled Calfskin	£3100 GBP		

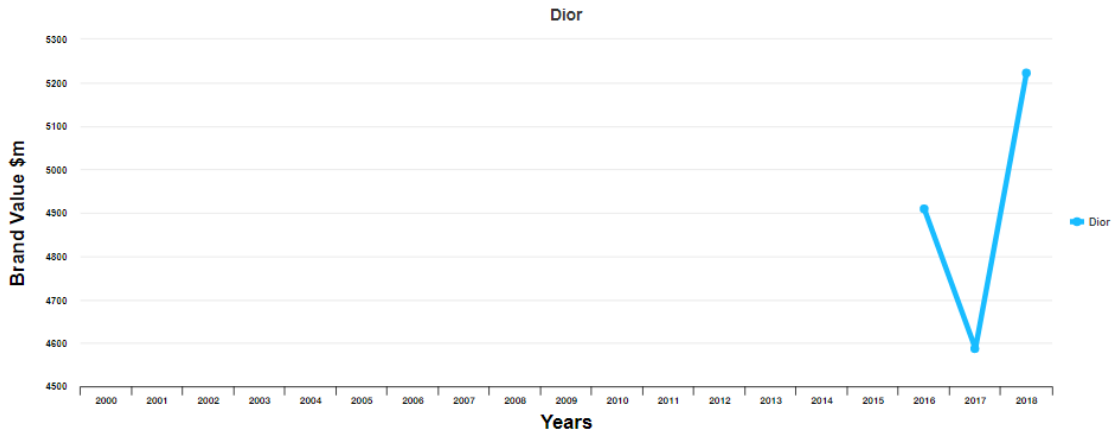
Kaynak: <https://www.bragmybag.com/dior-bags-new-prices/> (Erişim tarihi: 8.8.2018).



Şekil 9. Interbrand - Dior raporu

Kaynak: <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/ranking/dior/> (Erişim tarihi: 23.11.2018).

Interbrand, Dior markasının marka gücünü Şekil 9'da gösterildiği gibi ortaya koymuştur. Markanın sadakat, ilgililik ve fark yaratan ölçütlerinde gelişme gösterdiği ve bu özellikler sayesinde dünyanın en iyi 100 markası arasına girdiğini belirtmektedir. Aynı zamanda Dior 2018 yılında en çok büyüyen markalar arasında yer alırken, dünyanın en büyük 100 markası içinde de 91. sırada bulunmaktadır.



Şekil 10. Dior – marka değer istatistiği

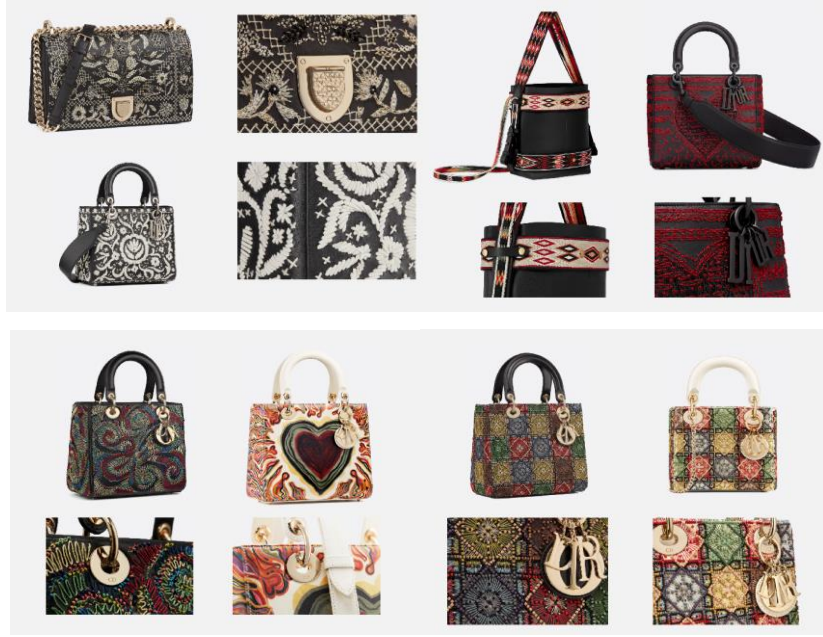
Kaynak: <https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/ranking/dior/> (Erişim tarihi: 23.11.2018).

Şekil 10'da da gösterildiği üzere Dior markasının 2016 yılı öncesindeki verilerine ulaşılammamaktadır. Çalkantılı bir ilerleme gösteren markanın 2016 yılında değeri yaklaşık 5 milyon dolarken bir yıl içerisinde 4,600 milyon dolara gerilemiş ve aynı süreçte %14'lük bir büyüme göstererek değerini yaklaşık 5,300 milyon dolara taşımıştır.

3. YÜZEY TASARIM ÖNERİLERİ VE UYGULAMA ÖRNEKLERİ

İncelenen görsellerde markaların etnik bir hava sağlama amacıyla dokuma tekniğiyle veya benzeri görünümlemlerle sunulan materyal ve süsleme detaylarına yer verildiği gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda markaların koleksiyonlarında bu detaya yer verdikleri çanta ürünleri Görsel 14, Görsel 15, Görsel 16, Görsel 17'de toplu bir şekilde sunulmuştur.

3.1. Christian Dior



Görsel 14. Christian Dior 2018 çanta modelleri ve yüzey detayı

Kaynak: https://www.dior.com/en_gb/woman/bags/all-the-bags (Erişim tarihi: 06.01.2019).

3.2. Gucci



Görsel 15. Gucci 2018 çanta modelleri ve yüzey detayı

Kaynak: <https://www.gucci.com/int/en/ca/women/handbags-c-women-handbags> (Erişim tarihi: 06.01.2019).

3.3. Hermes



Görsel 16. Hermes 2018 çanta modelleri ve askı aparatı detayı
Kaynak: <https://www.hermes.com/us/en/> (Erişim tarihi: 06.01.2019).

3.4. Louis Vuitton



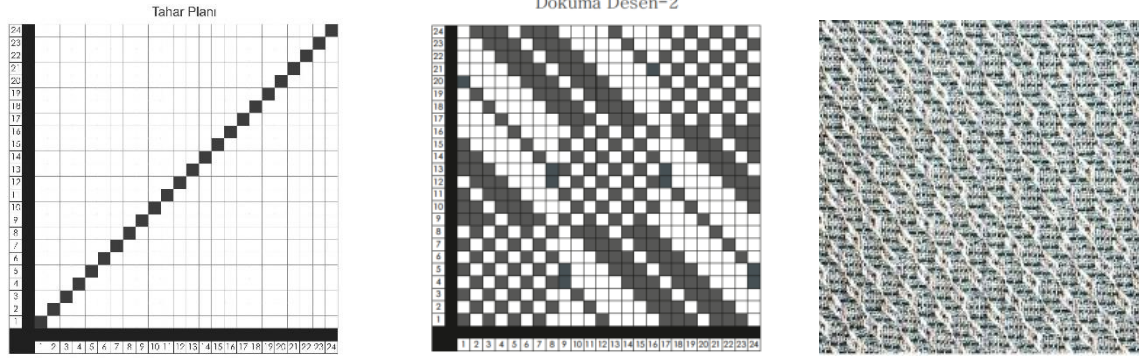
Görsel 17. Louis Vuitton 2018 çanta modelleri ve yüzey detayı
Kaynak: <https://mrsagel.com/louis-vuitton-markasinin-alicia-vikanderli-cruise-2018-koleksiyonu/> (Erişim tarihi: 06.01.2019).

Yukarıda verilen görsellerden yola çıkarak, dokuma ve dokuma benzeri yüzeyleri çanta ürünlerinde en fazla kullanan markanın Christian Dior olduğu görülmektedir. Deri malzeme üzerine dikiş teknikleriyle uygulanan desenlemeler ve boncuk-ip malzemelerinin bir arada kullanılmasıyla oluşturulan yüzeyler dokuma kumaş yüzeyleriyle benzerlik göstermektedir. Gucci, kullandığı jüt materyal üzerine renkli iplerle işleme yaparak dokuma yüzeyleri oluştururken, Hermes markası çanta yüzeylerinde sadeliği ön plana çıkarırken askı aparatlarında etnik detaylar kullanmıştır. Louis Vuitton markası ise inceleme konusu olan İlkbahar- Yaz 2018 kampanyasında işlemeli detaylara yer vermiştir. Bunların yanısıra markalar deri üzerine boyama tekniğiyle yapılan detaylara yer verirken, bazı parçalarda kendinden desenli materyaller kullanmışlardır.

İncelenen markaların görsellerinde çantaların genellikle deri malzemeden yapıldığı görülmüştür. Kaliteyi çağrıştırması sebebiyle lüks markaların en öncelikli materyalleri deridir. Geçmişten günümüze kendini belli aralıklarla tekrarlayan moda, 2018 yılında da karşımıza el işçiliğinin ön planda olduğu süsleme ve materyallerle karşımıza çıkmaktadır. Dünyaca ünlü markaların bu detaylara yer vermesi, geçmişinde fazlasıyla dokuma yüzeyler barındıran ve günümüzde de dokuma ürün üretimi ve piyasasının halen devam ettiği Türkiye pazarı için önemli bir avantajdır.

Desenlerin ve renklerin insanların psikolojileri üzerindeki etkisinden, deneyim, gözlem ve markaların ürün çeşitliliklerini renk ve desenler yardımıyla oluşturmalarından hareketle çalışma kapsamında dokuma yüzey tasarımları çalışılmıştır. Kumaş tasarım önerileri aşağıda sıralanmıştır. Dokuma kumaş tasarımlarının hazırlık aşamasında öncelikle 24 çerçeveli armürlü desenin bir bölümü işlenmiş ve rapor takibinin sağlanması amacıyla çerçeve sayıları artırılarak bütüne ulaşmak hedeflenmiştir. Toplamda on sekiz dokuma planı oluşturulmuş, bunlardan sekiz adedi tezgâha aktarılmaya uygun görülmüştür. Dokuma planı yapılan

kumaşların üretilmiş halleri de planların hemen arkasından sırasıyla gösterilmiştir. Süsleme detaylarının veya farklı materyallerin bir arada kullanılmasının çantaların esas hallerine kattıkları yeni değerlerin daha net bir şekilde görülebilmesi amacıyla, dokuma metoduyla gerçekleştirilen kumaş tasarımları, hazır halde bulunan çanta görselleri üzerine bilgisayar ortamında giydirilerek bir arada sunulmuştur.



Çözümlü sıklığı: 8 tel/cm

Atkı sıklığı: 7 tel/cm

Çözümlü: 3,5 nm/ mikrofiber akrilik

Atkı: 3,5 nm/ mikrofiber akrilik

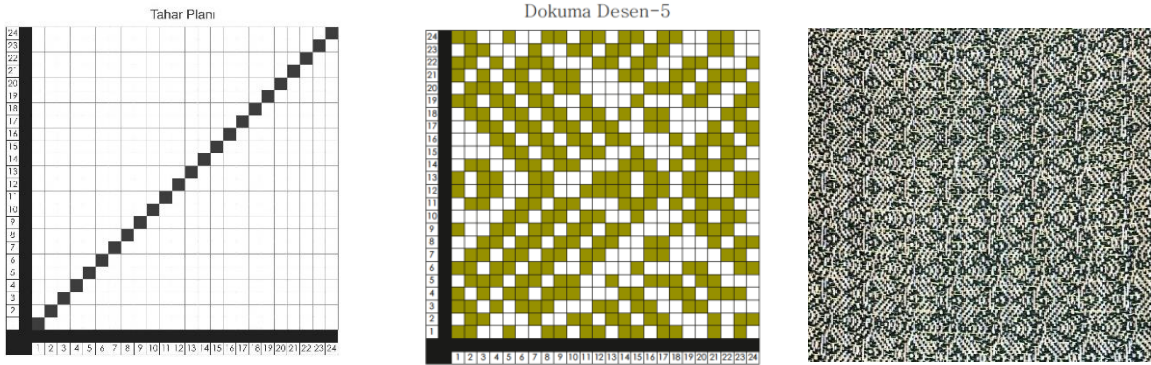
ÇRR: 3A+B+3C

ARR: A+B+A+C

Tarak: 80/1



Görsel 18. Dokuma raporu ve üretilmiş dokuma yüzey 1



Çözümlü sıklığı: 8 tel/cm

Atkı sıklığı: 7 tel/cm

Çözümlü: 3,5 nm/ mikrofiber akrilik

Atkı: 3,5 nm/ mikrofiber akrilik

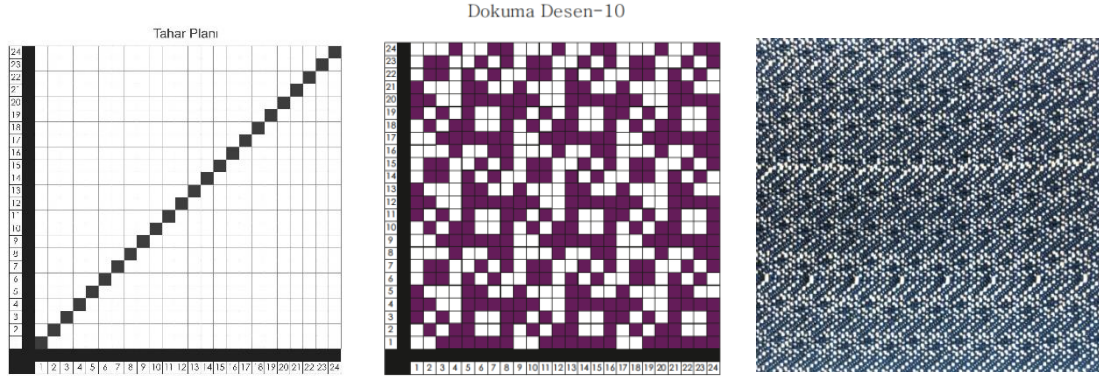
ÇRR: 3A+B+3C

ARR: A+B+A+C

Tarak: 80/1



Görsel 19. Dokuma raporu ve üretilmiş dokuma yüzey 2



Çözümlü sıklığı: 9 tel/cm

Atkı sıklığı: 10 tel/cm

Çözümlü: 3,5 nm/ mikrofiber akrilik

Atkı: 3,5 nm/ mikrofiber akrilik

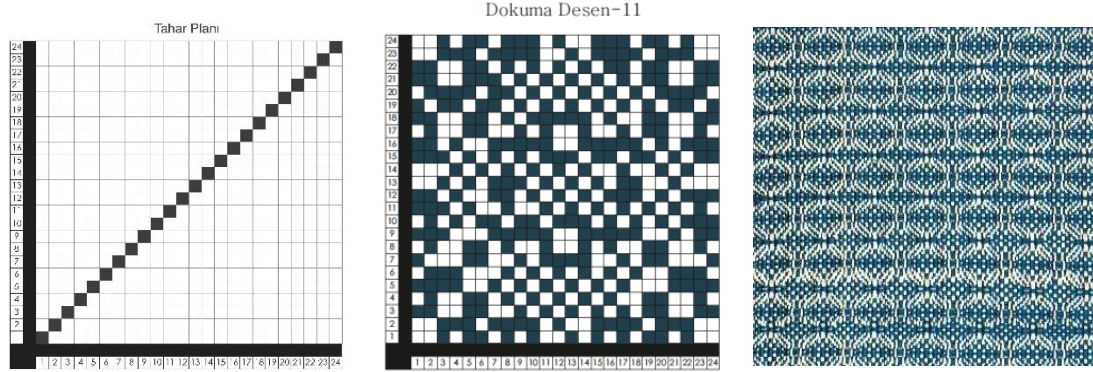
ÇRR: 3A+B+3C

ARR: A

Tarak: 80/1



Görsel 20. Dokuma raporu ve üretilmiş dokuma yüzey 3



Çözümlü sıklığı: 8 tel/cm

Atkı sıklığı: 10 tel/cm

Çözümlü: 3,5 nm/ mikrofiber akrilik

Atkı: 3,5 nm/ mikrofiber akrilik

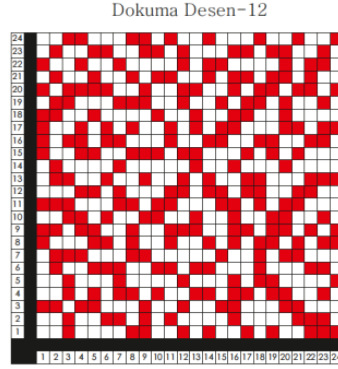
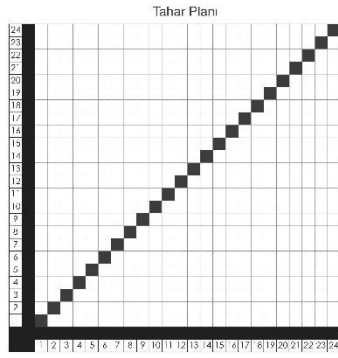
ÇRR: 3A+B+3C

ARR: A

Tarak: 80/1



Görsel 21. Dokuma raporu ve üretilmiş dokuma yüzey 4



Çözü sıklığı: 8 tel/cm

Atkı sıklığı: 6 tel/cm

Çözü: 3,5 nm/ mikrofiber akrilik

Atkı: 3,5 nm/ mikrofiber akrilik

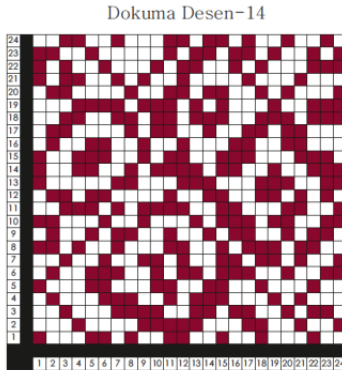
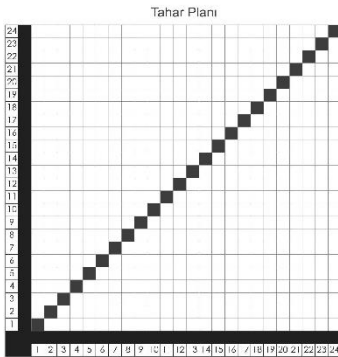
ÇRR: 3A+B+3C

ARR:A

Tarak: 80/1



Görsel 22. Dokuma raporu ve üretilmiş dokuma yüzey 5



Çözü sıklığı: 9 tel/cm

Atkı sıklığı: 7 tel/cm

Çözü: 3,5 nm/ mikrofiber akrilik

Atkı: 3,5 nm/ mikrofiber akrilik

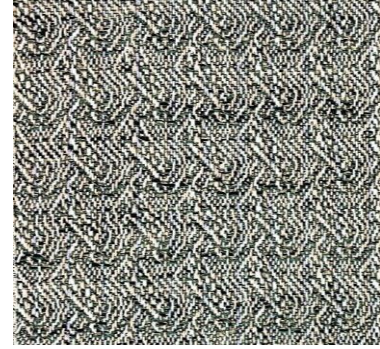
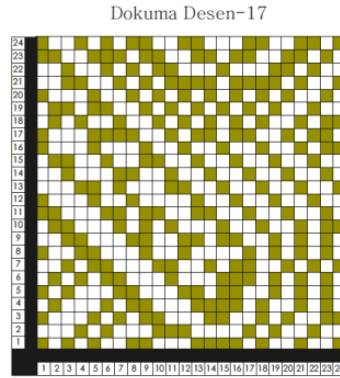
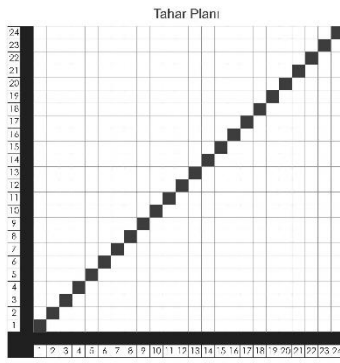
ÇRR: 3A+B+3C

ARR:A

Tarak: 80/1



Görsel 23. Dokuma raporu ve üretilmiş dokuma yüzey 6



Çözümlü sıklığı: 8tel/cm

Atkı sıklığı: 8 tel/cm

Çözümlü: 3,5 nm/ mikrofiber akrilik

Atkı: 3,5 nm/ mikrofiber akrilik

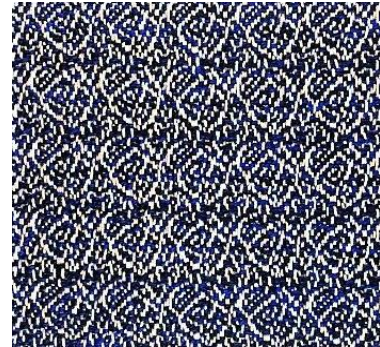
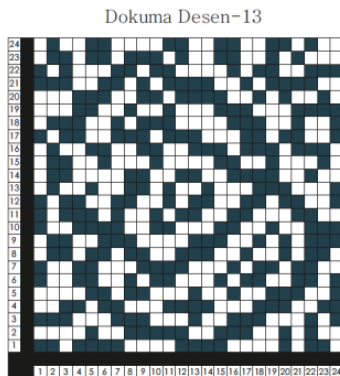
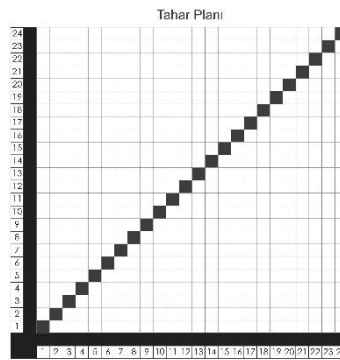
ÇRR: 3A+B+3C

ARR:A

Tarak: 80/1



Görsel 24. Dokuma raporu ve üretilmiş dokuma yüzey 7



Çözümlü sıklığı: 9 tel/cm

Atkı sıklığı: 7 tel/cm

Çözümlü: 3,5 nm/ mikrofiber akrilik

Atkı: 3,5 nm/ mikrofiber akrilik

ÇRR: 3A+B+3C

ARR: A

Tarak: 80/1



Görsel 25. Dokuma raporu ve üretilmiş dokuma yüzey 8

4. SONUÇ

Toplumsal yaşamda pek çok niteliğin faydacı bir temelden çok sembolik kullanım alanına sahip olduğu açıkça görülmektedir. Bilindiği üzere en verimli ve en geçerli işaret sistemleri, görme ve işitme duyularına hitap eden ve bu duyular üzerinde temellenmiş olanlardır. Bu bağlamda bahsedilen sistemlere verilecek en iyi örnek modadır.

Moda ile bağ kurulan lüks kavramı pek çok araştırmacı tarafından çalışmalara konu edinmiş, lüks kavramı ve lüksü niteleyen özellikler tanımlanmaya çalışılmıştır. sonuç olarak üstün kalite, el emeği, nadirlik, yüksek fiyat, eşsizlik gibi özellikler ortaya çıkmıştır. Bu özelliklerin temelinde el işçiliği ile birlikte gelen ayrıcalıklı olma durumu söz konusudur.

2018 yılında BrandZ ve İnterbrand raporlarına göre en iyi 100 marka arasına giren ve en iyi gelişim gösteren markaların analizinden çıkarılan sonuçlar doğrultusunda kumaş tasarımları oluşturulmuş ve tasarımlar dokuma kumaş yüzeyleriyle sınırlandırılmıştır. Çanta tasarımlarında renk ve desenlerin yer bulması, tasarımların piyasa değerini artıracak ve tüketici ilgisiyle sahip olma arzusuna yol açacağı görüşü ileri sürülmektedir. Moda ve tekstil alanında çanta tasarımları üzerine çalışmaların yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Araştırma konusu, ileride daha fazla kategorizasyon ile farklı ve daha kapsamlı bir çalışma yapılmasına elverişlidir. Bu doğrultuda araştırmanın ileride yapılabilecek çalışmalara kaynak olacağı öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

<http://brandz.com/charting/54>

<http://www.beyondgracekelly.com/kelly-bag/>

<http://www.hermesbagprice.com/>

<http://www.hermesbagprice.com/>

<https://blog.alwaysfashion.com/tag/louis-vuitton/page/3/>

<https://eu.louisvuitton.com/eng-e1/products/speedy-30-monogram-008784>

<https://eu.louisvuitton.com/eng-e1/products/speedy-30-monogram-008784>

<https://modakariyeri.com/moda-dunyasinda-ikonik-cantalar/>

<https://mrsagel.com/louis-vuitton-markasinin-alicia-vikanderli-cruise-2018-koleksiyonu/>

<https://www.bragmybag.com/dior-bags-new-prices/>

https://www.dior.com/en_gb/woman/bags/all-the-bags

<https://www.gucci.com/int/en/ca/women/handbags-c-women-handbags>

<https://www.hermes.com/us/en/>

<https://www.hermes.com/us/en/story/106196-kelly/>

<https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/interactive-data/>

<https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/ranking/louisvuitton/>

<https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/ranking/hermes/>

<https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/ranking/gucci/>

<https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/ranking/dior/>

<https://www.lollipopuff.com/blog/584/louis-vuitton-handbag-price-increase-2018>

<https://www.purseblog.com/gucci/gucci-bamboo-bags-an-iconic-history/>

<https://www.purseblog.com/gucci/gucci-bamboo-bags-an-iconic-history/>

<https://www.purseblog.com/guides/the-ultimate-bag-guide-the-christian-dior-lady-dior-bag/>

<https://www.purseblog.com/louis-vuitton/louis-vuitton-is-finally-discontinuing-murakami-monogram-multicolor-line/>

<https://www.purseblog.com/national-handbag-day/the-it-bag-a-historical-handbag-timeline/>

<https://www.purseblog.com/national-handbag-day/the-it-bag-a-historical-handbag-timeline/>

<https://www.spottedfashion.com/gucci-bag-price-list-reference-guide/>