

ANKARA ÜNİVERSİTESİ
EV EKONOMİSİ MEZUNLARI DERNEĞİ
YAYINLARI BİLİM SERİSİ: 3

ÇALIŞAN VE ÇALIŞMAYAN KADINLARIN
YİYECEK SATIN ALMA-HAZIRLAMA
DAVRANIŞLARI ÜZERİNDE
BİR ARAŞTIRMA

Birgöl GÜLER
Ayşe Özfer ÖZÇELİK

ANKARA
2002

**ANKARA ÜNİVERSİTESİ
EV EKONOMİSİ MEZUNLARI DERNEĞİ
YAYINLARI BİLİM SERİSİ: 3**

**ÇALIŞAN VE ÇALIŞMAYAN KADINLARIN YİYECEK
SATIN ALMA-HAZIRLAMA DAVRANIŞLARI ÜZERİNDE
BİR ARAŞTIRMA**

**Birgöl GÜLER
Ayşe Özfer ÖZÇELİK**

ANKARA

2002

Ankara Üniversitesi Ev Ekonomisi Mezunları Derneği Yayınları
Bilim Serisi: 3
Ankara Üniversitesi Basımevi-Ankara
ISBN: 975-97933-2-6

ÖNSÖZ

Çalışan insan sayısının artışı, teknolojik gelişmeler, kadının çalışma hayatına yoğun bir şekilde girişi toplumların beslenme alışkanlıklarını değiştirmektedir. Ailede besin hazırlama faaliyetleri büyük ölçüde kadının sorumluluğundadır. Yiyecek seçimi, satın alınması ve tüketimi ile ilgili davranışlar çeşitli faktörlerden etkilenebilir. Toplumsal değişme ve teknolojik gelişmeler insanların besin türünü seçmede, yenecek miktarı saptamada, yiyecek hazırlanmasında nelere dikkat etmeleri konusunda, bilinçli olmalarını zorunlu kılmaktadır. Yaşam biçimi, ekonomik durum, diğer kişilerle olan ilişkiler, reklamlar kişinin besin seçimini ve tüketimini şekillendirme gücüne sahip önemli faktörler olarak davranışı etkileyebilir.

Çalışan ve çalışmayan kadınların yiyecek satın alma-hazırlama davranışlarını incelemek amacı ile planlanıp yürütülen bu araştırmada; kadınların yiyecek alışverişinde kullandıkları ödeme tipi, haftada kaç kez ve kiminle yiyecek alışverişini yaptıkları, alışveriş listesi hazırlayıp hazırlamadıkları, yiyecek satın alınan yerler, satın alırken dikkat ettikleri faktörler, reklamlardan etkilenme durumları gibi satın alma davranışları; yiyecek hazırlama ve pişirme uygulamaları üzerinde durulmuştur.

Bil. Uzm. Birgül GÜLER
Doç. Dr. Ayşe Özfer ÖZÇELİK

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
1. GİRİŞ	1
2. KAYNAK ARAŞTIRMASI.....	6
3. MATERYAL VE YÖNTEM	17
3.1. Araştırma Bölgesi ve Örneklemin Seçimi.....	17
3.2. Veri Toplama Yöntemi	17
3.2.1. Anket formunun hazırlanması.....	17
3.2.2. Anket formunun uygulanması.....	18
3.3. Verilerin Değerlendirilmesi	18
4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA	19
4.1. Araştırmaya Alınan Kadınlara ve Ailelerine Ait Genel Bilgiler ..	19
4.1.1. Kadınların yaşları.....	19
4.1.2. Kadınların eşlerinin yaşları	20
4.1.3. Kadınların beden kitle indeksleri	20
4.1.4. Kadınların öğrenim durumları	21
4.1.5. Kadınların eşlerinin öğrenim durumları	22
4.1.6. Kadınların evlilik süreleri	22
4.1.7. Kadınların ailelerindeki birey sayısı.....	23
4.1.8. Kadınların çocuk sayısı.....	24
4.1.9. Oturulan evin mülkiyet durumu.....	24
4.1.10. Kadınların ailelerinin ortalama aylık gelir miktarı	25
4.1.11. Kadınların ailelerinde aylık gelirden beslenme için ayrılan para miktarı	26
4.2. Kadınların Yiyecek Satın Alma Davranışları	26
4.2.1. Kadınların yiyecek alışverişinde kullandıkları ödeme tipi	27
4.2.2. Kadınların yiyecek alışverişine en çok kiminle çıktıkları	27
4.2.3. Kadınların bir haftada kaç kez yiyecek alışverişi yaptıkları	28
4.2.4. Kadınları yiyecek alışverişine çıktıkları gün ve zamanlar.....	29
4.2.5. Kadınların yiyecek alışverişine çıkmadan önce liste hazırlama durumları	30
4.2.6. Kadınların yiyecek alışverişine çıkarken tok olmaya ve yorgun olmamaya dikkat edip etmeme durumları	31

4.2.7. Kadınların yiyecek alışverişini aynı yerden yapma durumları	32
4.2.8. Kadınların alışveriş yaptığı yerlerin seçimini etkileyen etmenler	32
4.2.9. Yiyecek maddeleri satın alırken kadınların kararını etkileyen faktörler	34
4.2.10. Yiyecek satın alınan yerler	36
4.2.11. Kadınların yiyecek satın alırken dikkat ettikleri faktörler	43
4.2.12. Kadınların yiyecek ambalajı üzerindeki yazıları okuma durumları	46
4.2.13. Satın alınan yiyecek maddesinin bozuk çıkma durumu	48
4.2.14. Kadınların yiyecek reklamlarından etkilenme durumu	49
4.3. Kadınların Yiyecek Hazırlama Uygulamaları	51
4.3.1. Kadınların evlerinde bulunan mutfak araç gereçleri	51
4.3.2. Kadınların yemek pişirmede kullandıkları tencere türleri	53
4.3.3. Kadınları menü planı yapma durumları	55
4.3.4. Kadınların yemekleri kaç günlük hazırladıkları	56
4.3.5. Kadınların pişirdikleri yemek türleri	58
4.3.6. Kadınların hazır yiyecek kullanma durumları	59
4.3.7. Kadınların sebze hazırlama uygulamaları	61
4.3.8. Kadınların sebze pişirme uygulamaları	62
4.3.9. Kadınların makarna pişirme yöntemleri	64
4.3.10. Kadınların pilav (pirinç ve bulgur pilavı) pişirme yöntemleri	65
4.3.11. Kadınların kurubaklagil pişirme yöntemleri	66
4.3.12. Kadınların sütlü tatlı pişirirken şeker ilave etme zamanı	69
4.3.13. Kadınların radyo, tv., gazete v.b. gibi yayın organlarındaki beslenme konularına ilgi dereceleri	70
5. SONUÇLAR	72
6. ÖNERİLER	74
KAYNAKLAR	75
EKLER	81

ŞEKİLLER DİZİNİ**Sayfa**

Şekil 1.1. Besin Seçiminde Etkili Olan Belirleyiciler	4
--	----------

ÇİZELGELER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Çizelge 4.1. Çalışma durumuna göre kadınların yaşları	19
Çizelge 4.2. Çalışma durumuna göre kadınların eşlerinin yaşları.....	20
Çizelge 4.3. Çalışma durumuna göre kadınların beden kitle indeksleri... 21	21
Çizelge 4.4. Çalışma durumuna göre kadınların öğrenim durumları.....	21
Çizelge 4.5. Çalışma durumuna göre kadınların eşlerinin öğrenim durumları	22
Çizelge 4.6. Çalışma durumuna göre kadınların evlilik süreleri.....	23
Çizelge 4.7. Çalışma durumuna göre kadınların ailelerindeki birey sayısı.....	23
Çizelge 4.8. Çalışma durumuna göre kadınların çocuk sayısı.....	24
Çizelge 4.9. Çalışma durumuna göre oturlan evin mülkiyet durumu.....	25
Çizelge 4.10. Çalışma durumuna göre kadınların ailelerinin aylık geliri..	25
Çizelge 4.11. Çalışma durumuna göre aylık gelirden beslenmeye ayrılan para oranı.....	26
Çizelge 4.12. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek alışverişinde kullandıkları ödeme tipi	27
Çizelge 4.13. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek alışverişine çıktıkları kişiler.....	28
Çizelge 4.14. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek alışverişi için bir haftada kaç kere alışverişe çıktıkları	28
Çizelge 4.15. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek alışverişi yaptıkları günler.....	29
Çizelge 4.16. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek alışverişi yaptıkları zamanlar	30
Çizelge 4.17. Çalışma durumuna göre kadınların alışverişe çıkmadan önce liste hazırlama durumları.....	31
Çizelge 4.18. Kadınların yiyecek alışverişine çıkarken tok ve yorgun olup olmama durumlarına göre dağılımları.....	32
Çizelge 4.19. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek alışverişini devamlı aynı yerden yapma durumları	32
Çizelge 4.20. Çalışma durumuna göre kadınların alışveriş yaptığı yerlerin seçimini etkileyen etmenler	33
Çizelge 4.21. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek satın alırken kararlarını etkileyen faktörler.....	35
Çizelge 4.22. Çalışma durumuna göre kadınların süt-yoğurt-peynir satın aldıkları yerler.....	37

Çizelge 4.23. Çalışma durumuna göre kadınların et ve et ürünlerini satın aldıkları yerler.....	38
Çizelge 4.24. Çalışma durumuna göre kadınların sebze-meyve, patates-soğan satın aldıkları yerler.....	40
Çizelge 4.25. Çalışma durumuna göre kadınların kurubaklagil ve pirinç, bulgur, makarna satın aldıkları yerler.....	41
Çizelge 4.26. Çalışma durumuna göre kadınların yağ ve zeytin satın aldıkları yerler.....	42
Çizelge 4.27. Çalışma durumuna göre kadınların yumurta satın aldıkları yerler.....	43
Çizelge 4.28. Çalışma durumuna göre kadınların bazı yiyecekleri satın alırken dikkat ettikleri faktörler (%).....	44
Çizelge 4.29. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek ambalajı üzerindeki yazıları okuma durumları	46
Çizelge 4.30. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek ambalajı üzerinde neleri okudukları.....	47
Çizelge 4.31. Çalışma durumuna göre kadınların satın aldıkları yiyecek maddelerinin bozuk çıkma durumu.....	48
Çizelge 4.32. Çalışma durumuna göre kadınların bozuk çıkan yiyeceklerle ilgili davranışları.....	49
Çizelge 4.33. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek reklamlarından etkilenme durumları.....	50
Çizelge 4.34. Çalışma durumuna göre kadınların reklamlarından etkilenip satın aldıkları yiyecekler.....	50
Çizelge 4.35. Çalışma durumuna göre kadınların evlerinde bulunan bazı mutfak araç gereçleri.....	52
Çizelge 4.36. Çalışma durumuna göre kadınların yemek pişirdikleri tencere türleri	54
Çizelge 4.37. Çalışma durumuna göre kadınların menü planı yapma durumları	55
Çizelge 4.38. Çalışma durumuna göre kadınların ailelerinde pişecek yemeği belirleyenler	56
Çizelge 4.39. Çalışma durumuna göre kadınların yemekleri kaç günlük hazırladıkları	57
Çizelge 4.40. Çalışma durumuna göre kadınların yemek hazırlamak için harcadıkları süre	57
Çizelge 4.41. Çalışma durumuna göre kadınların evde pişirdikleri yemek türleri.....	58

Çizelge 4.42. Çalışma durumuna kadınların göre bazı hazır yiyecekleri kullanma durumları.....	60
Çizelge 4.43. Çalışma durumuna göre kadınların hazır yiyecekler üzerindeki hazırlama ve pişirme tariflerine uyma durumları	61
Çizelge 4.44. Çalışma durumuna göre kadınların sebze hazırlama yöntemleri.....	62
Çizelge 4.45. Çalışma durumuna göre kadınların sebze pişirme uygulamaları.....	63
Çizelge 4.46. Çalışma durumuna göre kadınların makarna pişirme yöntemleri.....	64
Çizelge 4.47. Çalışma durumuna göre kadınların pirinç pilavı pişirme yöntemleri	65
Çizelge 4.48. Çalışma durumuna göre kadınların bulgur pilavı pişirme yöntemleri.....	66
Çizelge 4.49. Çalışma durumuna göre kadınların nohut pişirme yöntemleri.....	67
Çizelge 4.50. Çalışma durumuna göre kadınların kuru fasulye pişirme yöntemleri.....	68
Çizelge 4.51. Çalışma durumuna göre kadınların mercimek pişirme yöntemleri.....	69
Çizelge 4.52. Çalışma durumuna göre kadınların sütlü tatlı pişirirken şeker ilave etme zamanları.....	70
Çizelge 4.53. Çalışma durumuna göre kadınların radyo, televizyon-gazete vb. yayın organlarındaki beslenme konularına ilgi dereceleri	71

1. GİRİŞ

Toplumların sosyal ve ekonomik yapılarında oluşan değişikliklere bağlı olarak ortaya çıkan yeni toplum koşulları, yeni bir yaşayış biçimi kendi değer yargılarını ve kendi kurallarını da beraberinde getirmiştir. Çağdaş toplumlarda kadının yeni bir kimlikle ortaya çıkması, belirli sosyal ve ekonomik gelişmelerin sonucudur. Sanayileşme ve şehirleşmenin getirdiği yenilikler, kadının yaşamında gelişmelere yol açmıştır. Bu gelişmelerin en önemlisi kadınların ev ve aile uğraşları dışında çalışma hayatına atılmaları ile olmuştur. Kadınların kitle halinde çalışma hayatına atılışları ve geleneksel roller dışında roller alışları, hemen hemen bütün çağdaş uygarlık çevrelerinde görülen ortak bir sosyal olaydır (Bayraktar ve Erel 1986).

Günümüzde aile içi geleneksel görevlerini aşarak toplumsal üretime katılan, sorumluluk paylaşan, insan onurunun ayrılmaz bir parçası olan, üreten ve değer yaratan, sanatta ve siyasette, bilimde, teknolojiye, tarımda, eğitimde, sanayide ve ev yönetiminde çağın tanığı olan kadınlar, sosyal dengenin sağlamlaşmasında da simgedir. Sanayileşme ve şehirleşme, ağır bedeni faaliyetlerin yerini gittikçe daha fazla bilgi ve beceri işlevine bırakması, bilim ve teknolojik ilerlemelere, gelişmelere yol açmış ya da bu gelişmeleri hızlandırmıştır (Sevenay 1996).

Kadınların çalışma hayatına giderek artan katılımlarıyla birlikte gerek ailelerin, gerekse toplumun yapısında çeşitli değişiklikler meydana gelmiştir. Önceleri sınırlı sayıda kadın, sınırlı işlerde çalışırken, artık hemen her meslek ve kademede yer almaya başlamışlardır. Bu durum ağırlaşan ekonomik şartlar ve kadınların üretici olma, kendine güven ve saygısını geliştirme, toplumda farklı bir yere sahip olma istekleriyle bağlantılı olarak sürekli değişmektedir (Güley 1992).

Son yıllardaki kadınların iş gücüne katılımlarındaki artış genellikle 20. yüzyılın en önemli sosyal ve ekonomik gelişmesi olarak algılanmaktadır. Kadının çalıştığı ailelerden, birden fazla gelirin paylaşılmaya başlanması ile erkeğin tek başına ailenin geçimini sağlayan tek birey olması konumu değişmiştir. Her iki eşin çalıştığı aileler genellikle daha genç, daha iyi eğitim görmüş, daha az sayıda çocuğu olan ve yalnızca erkeğin çalıştığı ailelere göre geliri daha yüksek olan ailelerdir. Kadının çalışma yaşamına girmesi ailenin parasal kaynaklarını önemli ölçüde arttırmıştır. Her ne kadar kadının çalıştığı ailelerde gelir düzeyi, erkeğin çalıştığı ailelere göre daha yüksekse de son araştırmalar, bu ailelerin yaşam standartlarının daha yüksek olmadığını göstermektedir. Uzun yıllar iş çevreleri tüm alışverişlerin

% 80'inin kadınlar tarafından yapıldığını ve bunların önemli bir bölümünü ev kadınlarının oluşturduğunu ve alışverişlerin sosyal bir olay olduğunu düşünmüşlerdir. Oysa bugün durum farklıdır. Çünkü çalışan kadınlar yeni ve farklı ihtiyaçları olan ancak bunları karşılayabilmek için çok az zamana sahip olan önemli bir tüketici grubunu oluşturmaktadır (Bayraktar 1995).

Kadının genişlemiş rolleri ne olursa olsun geleneksel rollerin değeri, bütün önemi ve genişliğiyle sürmektedir. Dışarıda çalışsa bile genellikle ailede bireylerin beslenmesinden sorumlu kişi kadındır. Kadının yorgunluk, rahatsızlık, bilgi yetersizliği ve zamanının olmaması gibi nedenlerle beslenme konusuna gereken önemi vermemesinden dolayı meydana gelebilecek kayıplar, aile bireylerinin beslenmesini ve ailenin ekonomisini etkilediği gibi, ülke ekonomisini de etkilemektedir (Sürücüoğlu 1986, Demirel 1997).

Beslenme, büyüme, yaşamın sürdürülmesi ve sağlığın korunması için besinlerin kullanılmasıdır ve insan gereksinmelerinin başında gelir. Beslenmede amaç; bireyin yaşına, cinsiyetine, çalışma ve özel durumuna göre ihtiyacı olan enerji ve besin öğelerinin her birini yeterli miktarlarda sağlamaktır. Bu besin öğeleri besinlerle karşılandığı için, besinlerin uygun seçimi, hazırlanması, pişirilmesi, saklanması ve tüketilmesinde belirli kurallara uyularak sağlık bozucu duruma getirmeme, besleyici değerlerini koruma ve maliyeti en azda tutma beslenmenin diğer amaçlarıdır. Bu amaçlara uygun beslenme biçimi kısaca yeterli, dengeli, sağlıklı, ve ekonomik beslenme olarak tanımlanır (Baysal 1996).

Yeterli ve dengeli beslenme, toplumların ve onu oluşturan bireylerin sağlıklı ve güçlü yaşamasında ekonomik ve sosyal yönden gelişmesinde, refah düzeyinin artmasında, mutlu, huzurlu ve güvence altında varlığını sürdürebilmesinde temel koşullardan birisi belki de en önemlisidir (Baysal 1999a). Ülkemizde yetersiz ve dengesiz beslenme tüm yaş gruplarını etkilemektedir. Türkiye'de 0-5 yaş grubu çocuklarda; büyüme ve gelişme geriliği, kansızlık, raşitizm, okul çağı çocuk ve gençlerde; zayıflık, şişmanlık, kansızlık, vitamin yetersizlikleri, iyot yetersizliği hastalıkları, diş çürükleri, yetişkin kadınlarda; zayıflık ve şişmanlık, kansızlık, iyot yetersizliği hastalıkları, vitamin yetersizlikleri, yaşlılarda; beslenmeye bağlı kronik hastalıklar sık görülmektedir (Pekcan and Karaağaoğlu 2000).

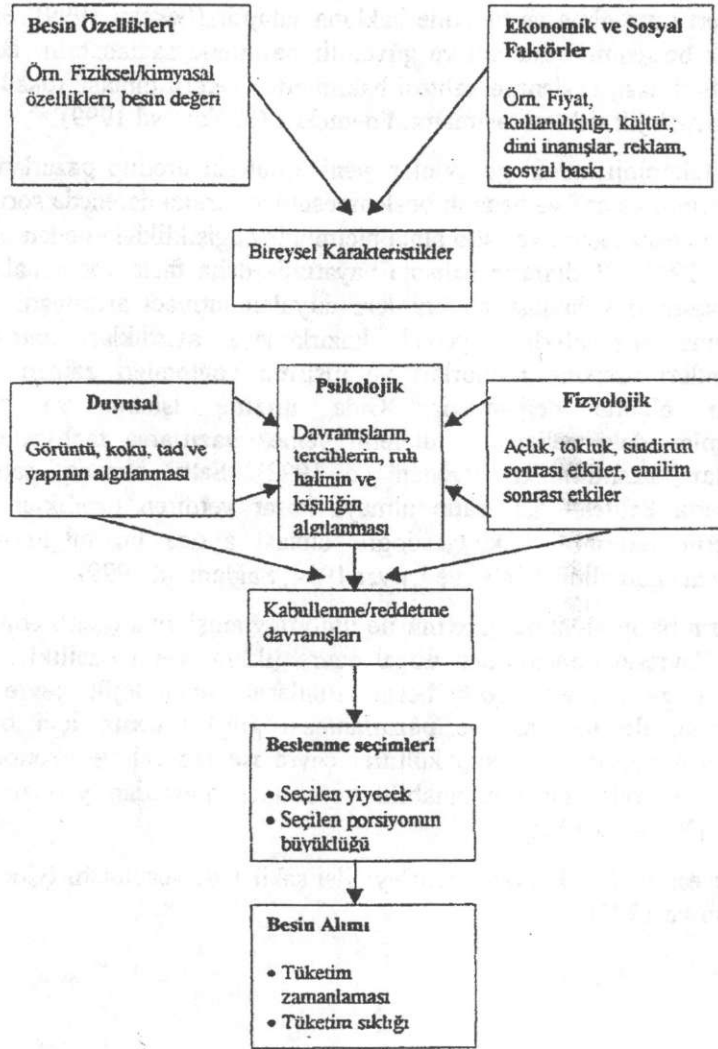
Besin maddelerini en iyi şekilde değerlendirerek, bunlardan tam olarak yararlanmak beslenme sorunlarını gidermede en önemli etkidir (Sürücüoğlu ve Balgamış 1987). Bireyin beslenme durumu, besinin satın alınmasından tüketimine kadar bir çok etmen tarafından etkilenir. İnsanlar,

güvenilir, uygun fiyatta iyi kalitede sağlıklı beslenme alışkanlığı geliştirecek besinleri satın alma ve tüketme hakkına sahiptir (Pekcan 1999). Sağlıklı ve dengeli beslenme besleyici ve güvenilir besinlerle sağlanabilir. Bir besinin sağlıklı olması, beslenme kalitesi bakımından yeterli olması, toksikolojik ve mikrobiyolojik riskleri taşıması demektir (Sağlam vd 1999).

Besin teknolojisindeki gelişmeler, yeni ürünlerin üretilip pazarlanması aile bireylerinin yeterli ve dengeli beslenmesinden birinci derecede sorumlu olan kadının besin seçimi ve satın alma biçiminde değişikliklere neden olmaktadır (Ersoy 1993). Kadınların çalışma hayatında daha fazla yer almaları, ev ve aile yaşamını kolaylaştıran ürünlere duyulan ihtiyacı artırmıştır. Ailelerin beslenme alışkanlıkları, yemek hazırlamaya ayırdıkları zaman, hazır yiyecekleri tüketme miktarları ve pişirme yöntemleri zaman içerisinde önemli ölçüde değişmiştir. Gıda üretim, işleme ve pazarlama yöntemlerindeki gelişmeler ailelerin yemek hazırlama faaliyetlerine yeni boyutlar kazandırmıştır (Gönen vd 1992). Satın almada, satın alınan besinlerin kalitesi yani satın almaya karar verdiren özellikler hakkında bilgilerin yeterince açık ve doğru olması ayrıca bu bilgilerin pratiğe yansımaları gereklidir (Çelik ve Ünver 1994, Sağlam vd 1999).

Kişilerin besin alımı ve tüketimi ile ilgili davranışlarına çeşitli etmenler etki eder. Çevresel etmenlerden doğal çevre (iklim, yerel özellikler, toprağın durumu gibi) üretebilecek besin ürünlerini, teknolojik çevre (besinin işlenmesi, depolanması ve pazarlanması gibi) tüketim için bulunabilir besinlerin çeşitlerini, sosyo kültürel çevre ise (sosyal ve ekonomik yapı, kültürel normlar gibi) bulunabilir yiyecekler arasından yapılacak seçimi etkiler (Yücecan 1991).

Besin seçiminde etkili olan belirleyiciler şekil 1'de verilmiştir (Conner 1993, Sağlam vd 1999).



Şekil 1. Besin Seçiminde Etkili Olan Belirleyiciler

Tüketiciyi satın alma sırasında en çok etkileyen etmen gıdanın duyuşal özellikleridir. Ancak, bir gıda maddesinin pazarlanabilir olması için güvenilirlik, besin değeri gibi gizli kalite özelliklerini de taşıması gerekmektedir (Çelebi vd 1991).

Kadın nüfusunun çalışma hayatına katılımındaki artış, ürün çeşitliliğindeki çoğalma, kişi başına gelir düzeyindeki artışlar, kitle iletişim araçları kanalıyla yapılan reklamlar, mutfakta daha az zaman harcama isteği insanların besin tüketim tercihlerinde değişmelere neden olmaktadır. Bunun yanı sıra, pazarlardaki küreselleşme eğilimi ve tüketici tutumundaki değişimler gıda maddeleri pazarlamasında ve ambalajlanmasında yeni talepleri doğurmaktadır (Albayrak 2000).

Besinler, teknoloji ve sanayinin gelişmişliği ile paralel olarak taşıma, depolama, işleme, pazarlama gibi süreçlerden geçerek insanlara ulaşır. Tüm bu süreçlerin besinlerin kalitesini ve besin değerini etkilemesinin yanında; aile mutfağına ulaşan besinlerin hazırlanması ve pişirilmesi için uygulanan yöntemler de yemeğin kalitesini ve besin değerini etkiler, besin öğelerinde bazı kayıplar oluşmasına sebep olur. Bütün bu değişimler insanların besin türünü seçmede, yenecek miktarı saptamada, satın almada, hazırlama ve pişirmede nelere dikkat etmeleri gerektiği konularında bilinçli olmalarını zorunlu kılmaktadır (Hasipek 1983, Aktaş 1987).

Yiyecek hazırlama ve pişirme bir yöntem işidir. Eğer her yönden kaliteli yiyecekler üretilmek isteniyorsa, yiyecek hazırlama ve pişirmenin her aşamasında beslenme ilkelerine dikkat etmek ve özen göstermek gereklidir (Sevenay 1996).

Yiyeceklerin hazırlanması ve pişirilmesinde olumsuz etkenler bilinmediği zaman yiyecekler vücuda yarar sağlayacakları yerde sağlığı bozucu duruma gelmekte ve ekonomik kayıplara yol açmaktadır (Yapıcı ve Yener 1986).

Dışarıda çalışsa bile aile bireylerinin beslenmesinden sorumlu olduğu için, kadının çalışma durumu, yiyecek satın alma, hazırlama, pişirmede etkili olabilmektedir.

Bu araştırma; çalışan ve çalışmayan kadınların yiyecek satın alma ve hazırlama davranışlarını belirlemek amacı ile planlanmıştır.

2. KAYNAK ARAŞTIRMASI

Wade et al (1981), Kanada'da, 13 tek yumurta 13 çift yumurta ikizi bayan üzerinde yaptığı araştırmada, genetik etkilerin yiyecek seçiminde etkili olup olmadığını incelemişlerdir. Gıda alımına dair bilgiler, yemeğin saatini, yerini, yenilen yemeğin tür ve miktarını ve hazırlama yöntemi açık bir soru formu kullanılarak 3 gün boyunca kaydedilmiştir. Bunun sonucunda kalıtsal etkinin sadece karbonhidrat tüketimi üzerinde etkili olduğu, tüketilen diğer yiyecek miktarlarında çok az ya da hiç etkili olmadığı gözlemlenmiştir.

Capps et al (1985), Amerika Birleşik Devletleri'nde 1500 aile üzerinde yaptıkları çalışmada; kullanılan toplam yiyecek tüketimi, gelir, yiyecek fiyatları, ev büyüklüğü gibi demografik değişkenlerin hazır ve evde hazırlanan yiyeceklere olan talebe etkilerini araştırmışlardır. Araştırmada 400'ün üzerinde değişik yemek tipleri sıralanmıştır. Bunun sonucunda, ailelerin % 35.3'ü hazır yiyecekleri, % 32.6'sı basit hazır yiyecekleri, % 27.4'ü karmaşık hazır yiyecekleri ve % 4.6'sı evde üretilen yiyecekleri tercih etmişlerdir. Eğitim seviyesi yüksek kişiler daha çok hazır yiyecekleri tercih ederken, iş gücüne katılan kadınların sayısı artıça eve ve boş zamanlara ayrılan zaman azalmış, hazır yiyecek tüketimi artmıştır. Aile büyüklüğü ev yapımı yemeklerin tercih edilebilirliğini etkilemiş, kalabalık ailelerin daha çok ev yapımı yemekleri tercih ettikleri saptanmıştır.

Ernest et al (1986), Washington ve Baltimore süpermarketlerinde satın alım noktasında beslenme eğitimi konulu bir araştırma yapmışlar ve bunu 10 Baltimore, 10 Washington süpermarketinde uygulamışlardır. Araştırma materyali olarak süper marketlere bir yıl boyunca takvim, poster, flama, broşür ve yiyecek raf etiketleri dağıtılmış, daha sonra müşterilerle telefon araştırması yolu ile yiyecek satışları değerlendirilmiştir. Program boyunca tüketicilerin diyet ve kalp hastalıkları arasındaki potansiyel ilişki konusundaki bilgilerinde artış gözlenmiştir. Araştırmanın amacı, yiyecek satın alım alışkanlıklarını etkilemek olmasına rağmen yiyecek satış verileri iki topluluk arasında da önemli bir farklılık göstermemiştir. Satışlarda belirgin bir farkın olmayışı tüketici tercihlerinde, kültürel tercihler ve çevresel etkenlerin önemli olduğunun göstergesi olmuştur.

Küçükkömürler (1986), Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesinde 250 aile üzerinde 8 ay süre ile yaptığı araştırmada farklı gelir düzeyine sahip olan ailelerin gelirlerinin ve yiyecek fiyatlarındaki değişimin yiyecek satın alımına olan etkisini incelemiştir. Araştırma sonucunda 1 ayda birey başına ayrılan gelir oranı azaldıkça beslenmeye ayrılan para miktarının oransal olarak arttığı bulunmuştur. Yiyecek grupları içinde en fazla tahıl grubu

yiyeceklerin satın alındığı, et grubu yiyeceklerin satın alınmasında yüksek gelirli ailelerin gereksinimin üzerinde et satın alırken, düşük gelirli ailelerin gereksinimin altında satın aldığı belirlenmiştir. Araştırma süresince ortalama % 22 fiyat artışı görülmüş, en yüksek artış %38 ile tahıl grubunda olmuştur. Az gelirli olan grubun en fazla tahıl grubu yiyecekleri satın alabildiği düşünülürse, fiyat artışlarından en fazla etkilenen grubun az gelirli olduğu saptanmıştır.

Hasipek ve Örmeci (1988), Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi idari kadrosunda çalışan evli kadınların yiyecek hazırlama ve pişirme uygulamalarını araştırdıkları çalışmada; sebzeleri hazırlarken yıkayıp-ayıklayıp-doğrayan kadınların oranını % 25.0 olarak belirlemişlerdir. Pilav pişirirken pirinci yağda kavuran kadınlar % 55.0, makarnanın haşlama suyunu dökenler % 60.0, kurubaklagillerin haşlama suyunu dökenler % 70.0, sütlü tatlı pişirirken şekeri indirmeye yakın ilave edenler % 53.3 oranlarında saptanmıştır.

Yaman (1988), Ankara Belediye sınırları içinde sosyo ekonomik yönden farklı üç ayrı semtte 360 ailenin margarin-sıvı yağlar, tahıl ürünleri ile süt ve ürünlerini satın alırken reklamların etkisinde kalıp kalmadıklarını incelemiştir. Ailelerin aylık gelirleri arttıkça aylık gelirlerinden beslenme için ayırdıkları para miktarının arttığı belirlenmiştir. Düşük sosyo ekonomik düzeydeki ailelerin % 58'i, orta sosyo ekonomik düzeydeki ailelerin % 64'ü hiç kullanmadıkları bir besin maddesini, Radyo-Tv'den duyduklarını belirtmişlerdir. Radyo reklamlarından etkilenerek hiç kullanmadıkları bir gıda maddesini kullanan aileler % 31 ile en fazla orta gelir grubunda olup, düşük gelir grubundaki aileler % 20 ile ikinci, yüksek gelir grubundaki aileler % 18 ile üçüncü sırada yer almıştır.

Çete (1989)'nin İzmir ilinde değişik sosyo ekonomik düzeydeki ailelerin besin tüketim davranışlarındaki farklılıkları incelemek için 310 hane üzerinde yaptığı araştırmada, ailenin gelir düzeyi besin tüketim davranışını belirleyen önemli bir değişken olarak kabul edilmiştir. Gelirin yükselmesi ile besin harcamalarının mutlak değer olarak arttığı, ancak ailenin aylık net gelirinin yüzdesi olarak azaldığı görülmüştür. Gelirden besin harcamalarına ayrılan paylar incelendiğinde bu oranın yüksek gelir grubunda % 34, orta gelir grubunda % 48 ve düşük gelir grubunda ise % 67 olduğu saptanmıştır. Besin seçimi ve alışverişi konusunda ailedeki en önemli görevin kadınlarda olduğu, sırası ile yiyeceğin besin değeri, aile üyelerinin sağlık durumuna uygunluğu ve maliyetinin besin seçimini etkileyen faktörler olduğu; konserve, hazır çorba ve hazır puding gibi bazı hazır yiyeceklerin özellikle

çalışan hanımlar tarafından tercih edildiği, yüksek gelir grubundaki ailelerin et ve süt ürünleri ile taze sebze ve meyve tüketimlerinin diğerlerine oranla daha fazla olduğu, ekmek ve şeker tüketiminin ise düşük gelir grubundaki ailelerde yüksek olduğu belirlenmiştir.

Çelik ve Ünver (1991), Ankara ilinde yaşayan ve değişik kuruluşlarda çalışan 500 erkek, 500 kadın ve değişik semtlerde oturan 488 çalışmayan toplam 1488 tüketicinin gıda reklamları konusundaki düşünce ve davranışlarını incelemişlerdir. Tüketicilerin % 51.3'ünün gıda reklamlarından etkilendiği, % 48.7'sinin etkilenmediği; reklamından en çok etkilenilen gıda maddelerinin ise % 29.1 oranında katı ve sıvı yağlar, % 24.3 oranında işlem görmüş et ürünleri, % 17 oranında çikolata-şekerlemeler olduğu tespit edilmiştir.

Çelebi vd. (1991)'nin İstanbul ilinde, seçilmiş belirli bir süper markette alışveriş yapan 200 kişinin paketlenmiş yiyecek maddelerini satın alırken tercihlerini etkileyen faktörlerin neler olduğunu saptamak amacıyla yaptıkları araştırmada, birinci derecede ürünün marka isim ve kalitesinin, ikinci derecede etiket üzerindeki üretim ve son kullanma tarihi gibi bilgilerin, üçüncü derecede fiyatın ve son olarak da ambalajın ebat ve geri dönüşümlü olup olmaması gibi durumların önemli olduğu saptanmıştır. Tüketicilere yiyecek ambalajı üzerinde beslenme bilgi panelleri ve besin etiketlerin gerekli olup olmadığı sorulmuş ve % 92.5'i gerekli gördüklerini belirtmişlerdir. Besin etiketinin gerekli olduğunu belirtenler; tüketicinin doğru ve dengeli beslenmesini sağlayacağı, tüketicinin beslenme bilgisini arttırabileceği, besin değeri yüksek olan yiyecek seçimine yardımcı olacağı, imalatçının daha besleyici yiyecek üretmesini sağlayacağı gibi nedenlerle besin etiketinin gerekli olduğunu belirtmişlerdir. Ankete katılan tüketicilere, besin etiketlenmesinin düzenli olarak yapıldığı ülkelerde en sık kullanılan 4 etiket gösterilmiş ve besin ögesi miktarlarını veren ve hangi besin ögesi için iyi kaynak olduğunu belirten etiketin, en anlaşılır olduğu (% 29.0) bulunmuştur. İkinci ve üçüncü tercihleri, besin öğelerinin orta ve yüksek kaynak olduğunu belirten etiket (% 28) ile besin öğelerini günlük öngörülen miktarları karşılama yüzdesi olarak veren etiket (% 26.5) oluşturmuştur. Besin ögesi miktarlarını yuvarlak şekillerle belirten etiket örneği (% 16.5) ise son sırayı almıştır. Bu da kişilerin rakamsal ve yazılı ifadeleri içeren etiketleri şekillere göre daha iyi algıladıklarını göstermektedir.

Ghandour (1991), İstanbul ve Amerika Birleşik Devletleri'nde kadınların yiyecek alışverişine ilişkin yaptığı araştırmada, 100 Amerika Birleşik Devletleri'nden, 100 İstanbul'dan, toplam 200 kişi üzerinde çalışmıştır.

Araştırmada her iki ülkede de yiyecek hazırlama stillerinin yiyecek satın alma davranışlarını son derece etkilediği, iş etkinlik ve kariyer yöneliminin yiyecek alışverişi üzerinde etkisi olmadığı, kadınların kendi alışverişlerini ve yemek hazırlama etkinliklerini yükümlülükten çok kendi arzularına göre yönlendirdikleri sonucuna varılmıştır.

Konuk (1991), Ankara ilinde farklı sosyo-ekonomik düzeydeki semtlerde, 534 denek üzerinde ailenin mal ve hizmetleri satın alma davranışları ve buna ilişkin sorunlar üzerine yaptığı araştırmada, gıda maddelerinin satın alınmasında en çok kullanılan bilgi kaynağının geçmiş deneyimler olduğunu, gıda maddeleri satın alırken % 48.1 oranla sorunla karşılaşıldığını belirlemiştir. Gıda maddeleri satın alınırken en çok karşılaşılan sorunun malın kalitesiz olması, bunun düşük sosyo-ekonomik düzeyindeki oranının, orta ve yüksek sosyo-ekonomik düzeyden yüksek olduğu bulunmuştur.

Malatyahoğlu (1991), Erzincan ili merkez ilçesine bağlı 15 köyde yaşayan 150 evli kadın üzerinde yaptığı araştırmada, evli kadınların beslenme bilgi düzeyi ile yiyecek hazırlama, pişirme ve saklama uygulamalarını incelemiştir. Ailenin beslenmesiyle ilgili uygulamalardaki hataların kadının eğitim düzeyiyle paralellik gösterdiği, eğitim düzeyi yükseldikçe yanlış ve hatalı uygulamaların oranının düştüğü görülmüştür. Kadınların sebzeleri yıkayıp buzdolabında sakladıkları saptanmıştır. Sebzeleri pişirmeden önceki uygulamalarda, araştırmaya katılanların % 58.0'inin, sebzeleri önce yıkayıp yıkayıp doğradıkları, % 37.3'ünün yıkayıp, yıkayıp, doğradıkları, % 4.7'sinin de dikkat etmediği belirlenmiştir. Yemek pişirmede kullanılan tencere türlerine bakıldığında, araştırmaya katılanların % 24.0'ünün alüminyum, %18.7'sinin çelik, % 8.7'sinin emaye tencereyi tercih ettiği bulunmuştur. Kuru baklagilleri pişirirken kadınların % 78.7'sinin haşlama suyunu döktüğü, % 21.3'ünün haşlama suyunu dökmeyişi, pirinç pilavı yaparken % 49.3'ünün pirinci yağda kavurduğu, % 32.7'sinin pirinci suda bekletip suya salarak pişirdiği, makama pişirirken % 14.0'ünün suyunu çektirerek pişirdiği, % 66.7'sinin haşlama suyunu döktüğü, % 19.3'ünün her iki işlemi uyguladıkları, muhallebi veya sütlaç gibi sütlü tatlı pişirirken % 76.0'sinin şekeri indirmeye yakın, % 15.3'ünün süt kaynatınca, % 6.5'inin süt kaynamadan ilave ettikleri, % 2.7'sinin ise şekeri ilave etme zamanına dikkat etmedikleri saptanmıştır.

Altay (1992), Samsun ili belediye sınırları içerisinde, sosyo ekonomik seviyesi iyi ve sosyo ekonomik seviyesi iyi olmayan mahallelerde kadınların yiyecekleri hazırlama, pişirme, saklama ve sunma uygulamalarını araştırmak amacıyla 250 kadın üzerinde araştırma yapmıştır. Araştırma kapsamına

alınan kadınların yiyecekleri pişirme yöntemlerinin sağlığa uygun olmadığı belirlenmiştir. Süt, makarna, sebze yemeğini pişirme üzerine eğitim durumunun etkisinin istatistiksel olarak önemli, kurubaklagil, pirinç pilavı pişirme ve sebzeleri yıkama üzerine eğitim durumunun etkisinin önemli olmadığı bulunmuştur. Kadınların en sıklıkla kullandıkları pişirme yöntemleri, suda pişirme ve kızartma yöntemidir. Kızartma yağını kullanmada, kadınların eğitim durumunun ve en uzun süre yaşadıkları bölgelerin etkili olduğu görülmüştür. Kadınların yemek yapmada en sık kullandıkları kap türleri, çelik ve alüminyumdur. Yiyecekleri saklama biçimleri süt ve sebzeler hariç sağlığa uygundur. Yumurta hariç yiyeceklerin saklanmasında yaşanan bölgelerin etkili olduğu görülmüştür.

Crocket et al (1992), 25 ile 69 yaş grubu arasında 25 erkek 25 kadın Amerikalı üzerinde, halkın satın alma konusunda çevresinden etkilenip etkilenmediğini, yiyecek satın alımını etkileyen faktörlerin neler olduğunu araştırmışlardır. Araştırmada insanlara tavsiye edilen yiyecek listesi verilmiş ve bunları kullanıp kullanmadıkları sorulmuştur. Yiyecek satın alma konusunda kişinin çevresinden etkilendiği, gıda değişikliği hakkında bilgi alma ve davranış geliştirmeyi diğer insanların davranışlarını gözlemleyerek yaptığı, süpermarket eğitimi ve raf etiketleri ile beslenme hareketlerinin değişebileceği sonucuna varmışlardır.

Güley (1992), İstanbul ili içerisinde 200 çalışan, 200 çalışmayan kadının yiyecek maddesi satın alma davranışını araştırmıştır. Araştırmaya göre ev hanımlarının çalışan kadınlara oranla daha sık alışverişe çıktıkları, çalışan kadınların çoğunluğunun en az haftada iki kere, çalışmayan kadınların çoğunluğunun ise haftada üç kere alışverişe çıktıkları belirlenmiştir. Çalışan kadınların % 37.5'i hafta sonu alışverişini tercih ederken çalışmayan kadınlarda bu oran % 9.5'tir. Çalışan kadınların % 41'i akşam saatlerini tercih ederken, çalışmayan kadınların % 42.0'si alışveriş için sabah saatlerini tercih etmektedir. Çalışan kadınların % 59.0'u eşleriyle, çalışmayan kadınların % 70.0'i yalnız alışveriş yapmakta; çalışan kadınların % 89.0'u, çalışmayan kadınların % 79.5'i alışverişe çıkmadan önce liste hazırlamaktadır. Hem çalışan hem çalışmayan kadınların yiyecek maddesi satan bir dükkanda aradıkları özelliklerin başında temizlik ve kalite gelmektedir. Çalışan kadınlar için diğer önemli faktörler sırasıyla fiyat (% 52), çeşit bolluğu (% 48.5), kolay bulunabilirlik (% 16.5), eve yakınlık (% 10.5), çalışanların davranışları (% 10.0)'dır. Çalışmayan kadınlar için ise önemli olan diğer faktörlerin fiyat (% 40.5), çalışanların davranışları (% 38.5), çeşit bolluğu (% 28), eve yakınlık (% 26.5), kolay bulunabilirlik (% 15.5) olduğu belirlenmiştir.

Schucker et al (1992), Amerika Birleşik Devletleri'nde 20 Washington 10 Baltimore marketlerinde yiyecek raflarının etiketlenmesi ve tüketicilerin satın alma tutumları ile ilgili 1400 iştirakçi üzerinde 2 yıl süreyle yaptıkları araştırmada; 16 ürün kategorisinin sekizinde raf etiketli ürünlerin pazar payları % 12 artmış en geniş pazar payı artışları, besin değeri en yüksek olan yiyecekler açısından gerçekleşmiştir. Daha düşük besin değerine sahip yiyecekler pazar payını kaybetmişlerdir. Washington'daki etiket kullanımı % 42-44 oranında kalmış, 25 yaş altı gençlerde (% 52) ve aile fertlerinden biri özel diyet uygulayan müşteriler (% 62) arasında etiket okumanın yaygın olduğu gözlenmiştir. Yiyecek etiketlerinin süpermarket müşterilerinin satın alma tutumlarını en azından bazı ürün kategorilerinde daha sağlıklı seçimlere doğru etkilediği görülmüştür.

Wagner et al (1992), 77 katılımcı aileden 24 seçilmiş aile üzerinde, ebeveynlerin besin seçimi ve tercihlerindeki değişikliklerin onların çocuklarını nasıl etkilediği konusunda yaptıkları araştırmada, ebeveyn kökenli müdahalenin çocukların yemek tercihlerini etkilediği, bunda en çok çocuklarda meyve tüketimindeki artışla kendini gösterdiği belirlenmiştir.

Çelik ve Ünver (1994), Ankara ilinde yaşayan çalışan kadın ve erkek tüketiciler ile çalışmayan ev kadını tüketicilerin gıda kontrolü ile ilgili uygulamalarını saptamak amacıyla 1488 kişi üzerinde yürüttükleri çalışmada, tüketicilerin % 46.3'ünün gıda ambalajı üzerindeki yazıları her zaman her yönüyle okudukları belirlenmiştir. Tüketicilerin % 39.3'ünün gıda seçimini fiyat+kalite+besleyici değeri dikkate alarak yaptıkları, % 41.3'ünün yiyecek alışverişi sırasında çevredeki çeşitli alışveriş yerlerini her zaman karşılaştırdıkları, % 70.9 oranında tüketicinin aldıkları gıdalar içinde en az bir kere bozuk gıdaya rastladıkları ve bunların % 67.5'inin bozuk çıkan gıda ile ilgili hiçbir şey yapmadıkları saptanmıştır. Basın ve yayın organlarındaki beslenme konularını her zaman izleyen çalışan kadınların oranının % 25.6, çalışmayan kadınların oranının % 28.1 olduğu bulunmuştur.

Ersoy (1993), Ankara'da farklı sosyo ekonomik düzeydeki semtlerde yaşayan 240 ailenin hazır-yarı hazır besinleri tüketme durumunu araştırmıştır. Araştırma kapsamına giren tüketicilerin piyasada bulunan hazır ve yarı hazır besinleri satın alırken imal ve son kullanma tarihi ile markaya dikkat ettikleri, düşük sosyo ekonomik düzeydeki deneklerin çoğunun paketlenmiş besinlerin üzerindeki yazıları hiç okumadığı, sosyo ekonomik düzey yükseldikçe paket üzerindeki yazıları okuyanların oranının arttığı saptanmıştır. Sosyo ekonomik düzey yükseldikçe bozuk çıkan besinleri bir kuruluşa bildiren veya aldıkları yere iade edenlerin oranının önemli ölçüde

yükseldiği, her üç sosyo ekonomik düzeyde de en fazla tüketilen hazır ve yarı hazır besinin, süt ve ürünleri ile salça olduğu, sosyo ekonomik düzey yükseldikçe hazır çorba, reçel, marmelat, sucuk, sosis, salam, pastırma, puding, çips kullananların arttığı belirlenmiştir. Dondurulmuş besinler, konserve, kekun, hazır kek, mantı, mayonez gibi ürünlerin seyrek tüketildiği bulunmuş, bunun nedeninin de alışkın olmama ve taze yemek yeme alışkanlığı olduğu sonucuna varılmıştır.

Yürüker (1992), Ankara ilinde 500 çalışan ve çalışmayan kadın üzerinde kadınların kolayda mallara ilişkin tüketim alışkanlıkları ve satın alma davranışları üzerine yaptığı araştırmada; çalışan ve çalışmayan kadın ayrımının bir farklılık göstermediği, her iki grubun da aynı davranış eğiliminde olduğu, gıda maddelerinin satın alındığı yerlere göre yapılan incelemede çalışan ve çalışmayan kadınlar arasında farklılık gözlemlendiği, çalışan kadınların evin ve işin yakınında alışverişi daha yoğun yaparken, çalışmayan kadınların evin ve satış birimlerinin yoğun olduğu yerlerden alışveriş yaptıkları sonucuna varılmıştır.

Micthel et al (1994), Kuzey Virjinya'da 69 gönüllü kadın üzerinde yiyecek etiketleri ve beslenme konuları ile ilgili olarak yaptıkları çalışmada, bir besin maddesini satın alırken deneklerin % 58'inin hemen hemen her zaman, % 31'inin bazen yiyecek etiketini okuduklarını belirlemişlerdir. Kadınların % 47'si ürün etiketlerinin satın alma kararlarında çok, % 42'si biraz etkili olduğunu belirtmişlerdir. Alışveriş yapanların çoğunluğu (% 75) yiyecek satın alırken lezzetin en önemli faktör olduğunu, bununla beraber beslenme bilgisinin ve sağlıklı olmasının da önemli olduğunu bildirmişlerdir.

Bayraktar (1995), Ankara'da kamu kuruluşlarında çalışan 152 kadın ve 148 ev kadını üzerinde yaptığı çalışmada, çalışan kadınlar arasında yiyecek alışverişini akşamları yapmayı tercih edenlerin çoğunlukta olduğu (% 49.34), çalışmayanlarda ise akşam (% 39.19) ve öğleden sonraları tercih edenlerin hemen hemen aynı oranda olduğu saptanmıştır. Çalışan kadınların %51.32'si yiyecek alışverişini cumartesi günü, çalışmayan kadınların % 55.41'i pazartesi-perşembe günleri yapmaktadırlar. Çalışan kadınlar için mağazada aranan özelliklerde ilk sırayı park yeri kolaylığı, çalışmayan kadınlarda ise fiyatların uygun olması almıştır. Yiyecek alışverişi her iki grupta da daha çok kadınlar tarafından yapılmakla birlikte çalışan kadınların ailelerinde yiyecek alışverişinin diğer aile üyelerince üstlenme sırasının daha yüksek olduğu araştırmanın sonuçları arasındadır.

Demirel (1997)'in, Antalya'da farklı sosyo ekonomik düzeydeki kadınların yiyecek hazırlama, pişirme ve saklamaları arasındaki farklılıkları ortaya

koymak amacıyla yaptığı çalışmada, 310 kadın araştırma kapsamına alınmıştır. Üç sosyo ekonomik düzeyde de yemeğin hazırlanma ve pişirilmesinde çoğunlukla ev kadınının sorumlu olduğu bulunmuştur. Üst sosyo ekonomik düzeydeki kadımların % 82.8'i, orta sosyo ekonomik düzeydekilerin % 68.2'si, alt sosyo ekonomik düzeydekilerin % 53.6'sı evde yemeklerini kendileri pişirmektedirler. Ispanak, pazı gibi sebzelerin pişirmeye hazırlanması sırasında izlenen yol incelendiğinde, üst sosyo ekonomik düzeydekilerin % 52.6'sının, orta sosyo ekonomik düzeydekilerin % 53.6'sının, alt sosyo ekonomik düzeydekilerin % 36.9'u nun ayıklama, yıkama, doğrama işlemini gerçekleştirdikleri, üst sosyo ekonomik düzeydekilerin % 47.0'sinin, orta sosyo ekonomik düzeydekilerin %37.3'ünün, alt sosyo ekonomik düzeydekilerin % 27.0'sinin kuru baklagilleri pişirirken haşlama suyunu döktükleri, makarna pişirirken, üst sosyo ekonomik düzeydekilerin % 42.2'sinin, orta sosyo ekonomik düzeydekilerin % 43.6'sının bol suda haşlayıp süzdükleri, alt sosyo ekonomik düzeydekilerin % 50.0'sinin haşladıktan sonra süzüp soğuk sudan geçirdikleri belirlemiştir. Yemeklerin hazırlanma durumuna bakıldığında, üst sosyo ekonomik düzeydekilerin % 86.0'ının, orta sosyo ekonomik düzeydekilerin % 70.9'unun, alt sosyo ekonomik düzeydekilerin % 83.0'ünün yemekleri günlük hazırladığı ortaya çıkmıştır.

Hasipek ve Özçelik (1997)'in, Ankara ili belediye sınırları içinde yer alan orta ve yüksek sosyo ekonomik düzeydeki semtlerde yaşayan 270 aile üzerinde yürüttükleri çalışma, ailelerin dondurulmuş besin tüketme alışkanlıklarını saptamak amacıyla planlanmıştır. Ailelerin dondurulmuş besinleri tercih etmelerinde en önemli etkenin yiyecek hazırlama işleminin az zaman alması olduğu, her iki sosyo ekonomik düzeyde dondurulmuş ürünle hazırlanan yiyeceklerin sevilerek tüketildiği belirlenmiştir. En çok tüketilen dondurulmuş ürünlerin bezelye, taze fasulye, türlü, bamya, hamburger, inegöl köfte, milföy hamuru ve pizza olduğu saptanmıştır.

Sevenay ve Hasipek (1997), çalışan kadınların yiyecek hazırlama ve pişirmeye ilgili uygulamalarını saptamak amacıyla Kayseri il merkezinde 13 kamu sektöründe çalışan 260 kadın üzerinde araştırma yapmışlardır. Araştırma bulgularına göre, deneklerin çoğu (% 70.0) yemeklerini kendi hazırlamaktadır. Kadınların % 53.8'inin sebzeleri ayıklayıp yıkayıp doğradığı, % 75.77'sinin sebzeleri haşlamadan direkt pişirdikleri belirlenmiştir. Makarnayı haşlama suyunu dökerek pişirenlerin oranı % 52.53, pirinç pilavı pişirirken pirinci yağda kavuranların oranı % 44.40, sütlü tatlı pişirirken şekeri indirmeye yakın ilave edenlerin oranı % 72.09 olarak bulunmuştur.

Çalık (1999), tüketicilerin gıda maddelerini satın alırken belirleyici olan demografik özelliklerini saptamak; ürün satış noktası ve satın alma şeklinin seçim kararına etkilerini ortaya koymak amacıyla Eskişehir ili şehir merkezinde 800 tüketici üzerinde çalışmıştır. Araştırma kapsamına giren tüketicilerin % 47.5'i sürekli, % 41.8'i çoğunlukla ambalajlı gıda maddelerini tercih etmektedirler. Tüketicilerin % 26.5'i gıda maddelerinin fiyatlarını her zaman hatırlarken, % 35.0'i bazı ürünlerin fiyatını hatırlamakta, % 25.0'i fiyatları hiç akılda tutmamakta % 13.5'i ise çok azının fiyatını hatırlamaktadır. Satış yerinde aranan özelliklere bakıldığında, aylık gelir düzeyi en yüksek olanlar konfor, klima, aydınlatma ve oto park gibi özelliklere dikkat ederken orta gelir düzeyindeki grupların ödeme kolaylığı, düşük gelir gruplarının ise ulaşım kolaylığı gibi özelliklere dikkat ettiği saptanmıştır. Gıda maddeleri satın alırken marka bağımlılığı önemli yer tutmaktadır. Tüketicilerin % 28.3'ü her zaman aynı markaları satın alırken, % 35.0'i iki ya da üç marka arasında tercihlerini ortaya koymaktadır. Marka bağımlılığı tüketicilerin sadece % 20.4'ünde söz konusu değildir. Düşük gelir gruplarında satın alma sıklığı en yüksek ayda birkaç kez iken, yüksek gelir grubunda haftada birkaç kez de yoğunlaşmıştır. Araştırma kapsamına giren tüketicilerin % 69.8'i ödemeyi peşin olarak yapmaktadır. Kredi kartı % 19.0 ile ikinci sırada, alışveriş çekleri % 9.0 ile üçüncü sırada, veresiye işlemleri % 3.4 ile son sıradadır. Satış noktasının seçimini % 42.6 oran ile kalite temizlik, % 21.0 oranla bol çeşit, % 18.8 oranla ucuz fiyat, % 17.6 oranla eve-işe yakınlığın etkilediği saptanmıştır. Araştırma sonucunda tüketicilerin % 46.5'inin son kullanım tarihine her zaman, % 24.6'sının ise çoğunlukla dikkat ettikleri belirlenmiştir.

Ersoy (1999), Ankara'nın gecekondu bölgelerinde yaşayan, kırdan kente göç etmiş ailelerin beslenmeye ilişkin bazı alışkanlık ve uygulamalarını ortaya çıkarmak, köydeki uygulamaları ile kente geldikten sonraki uygulamalarında bir değişme olup olmadığını tespit etmek amacı ile 480 kadın üzerinde araştırma yapmıştır. Araştırma bulgularına göre; kadınların beslenmeye ilişkin bazı uygulamalarda yanlışlıklar yaptığı tespit edilmiştir. Kadınların eğitim düzeyi arttıkça beslenme bilgi düzeylerinin de arttığı, kente göç ile beslenmeye ilişkin bilgi edinme düzeyinin yükseldiği gözlenmiştir. Beslenme konusundaki bilgilerini annelerinden öğrenenlerin oranı % 63.6 olup, % 14.9'u diğer aile büyüklerinden, % 10.8'i komşu ve arkadaşlarından, % 4.9'u medyadan, geriye kalan % 2.9'u okuldan, % 2.9'u da başka kimselerden öğrendiklerini belirtmişlerdir. Kadınların % 50.4'ü yiyecek hazırlama ve pişirme sırasında, % 26.5'i satın almada, %13.2'si yemek listesi hazırlarken % 7.0'ı besin saklamada, % 2.9'u servis yapma

aşamasında aile bireylerinden etkilenmişlerdir. Alışveriş yapılan yerlere bakıldığında ailelerin yarısı (% 50) semt pazarlarından, % 17.5'i büyük marketlerden, % 13.8'i mahalle bakkalından, % 11.3'ü hepsinden, % 2.5'i tüketim kooperatifinden, % 3.6'sı diğer alışveriş yerlerinden alışveriş yaptıklarını, çalışan kadınların % 54.8'i, çalışmayanların % 23.7'si ev dışında yemek yediklerini belirtmişlerdir.

Ersoy ve Ersoy (1999), Ankara'nın gecekondu bölgelerinde yaşayan toplam 480 kadının yiyecek hazırlama ve pişirme uygulamalarını ortaya çıkarmak amacıyla yaptıkları araştırmada, ailelerin % 62.5'inin yiyecekleri hazırlama ve pişirmede şehre geldikten sonra değişiklik olduğu saptanmıştır. Ailelerin besinleri tüketim sıklıklarına bakıldığında, et grubu besinler haftada bir, iki haftada bir ve ayda bir olarak daha çok tüketilmektedir. Et ürünlerinden olan sucuk, salam, sosis ve pastırmanın tüketilme oranları fazla olmamakla birlikte yumurta hemen hemen hergün tüketilmektedir. Ekmek hergün, süt ve süt ürünleri oldukça sık tüketilmektedir. Aile bireyleri daha çok ayrı ayrı, evde yiyeceğin ne olduğuna karar vermektedirler. Birlikte karar verme oranı azdır. Ailelerde etler en çok sebze ve kurubaklagil yemekleri içerisinde pişirilmektedir. Kurubaklagiller 3/4 oranında ıslatılıp haşlandıktan sonra suyunu dökerek pişirilmektedir. Sebzelere daha çok ayıklama, doğrama ve yıkama, bunu takibinde ayıklama, yıkama ve doğrama işlemi uygulanmaktadır. Bu yapıldıktan sonra uzun sürede az suda karıştırmadan kapak kapalı olarak ve kısa sürede az suda karıştırmadan kapalı tencerede pişirilmektedir. Makarna haşlanıp suyu dökülerek, pilav daha çok yağda kavrulurken pişirilmektedir. Kadınların 2/3'si de kente geldikten sonra yiyecek hazırlama ve pişirme uygulamalarında değişiklik yapmışlardır.

Nakip ve Yaraş (1999), Kayseri'de 325 aile üzerinde yürüttükleri araştırmada ailenin satın alma kararlarında çalışma durumuna göre kadının rolünü incelemişlerdir. Gıda maddeleri satın alımlarında, kadının çalışma durumuna göre fark olmadığı belirlenmiştir. Gıda maddesi satın alırken ürünün fiyatının değerlendirilmesiyle ilgili kararlar kadının çalıştığı ailelerde kadın ve erkek birlikte, kadının çalışmadığı ailelerde ise genellikle erkek tarafından alınmaktadır. Gıda maddesi satın alırken, ürünün kalitesi değerlendirilirken, çalışan çalışmayan kadınların rolleri arasında fark olmadığı bulunmuştur. Ürün markası değerlendirmesine ilişkin kararlar hem çalışan hem de çalışmayan kadının olduğu ailelerde kadın ve erkek tarafından birlikte alınmaktadır. Gıda maddeleri alımlarında kadının çalışma durumuna göre satın alma sonrası değerlendirme aşamasındaki rolü bakımından aritmetik ortalamalar arasında istatistiksel olarak fark olmadığı bulunmuştur.

Ortaboşan (1999)'ın, Ankara'da gecekondü bölgelerinde yaşayan 250 ev kadınının ekonomik kaynakları yönetimi, tüketici davranışları ve tüketim biçimlerini (plan ve piyasa araştırması yapmak, ödeme biçimleri, etiket, ambalaj ve reklamlarla ilgili düşünceleri), tüketici hak ve sorumluluklarını bilme durumlarını, örgütlenmeye yönelik tutumlarını saptamak amacıyla yaptığı araştırmada, kadınların % 40'ının yiyecek maddelerini satın almadan önce plan yaptıkları, % 36.4'ünün gıda maddelerini satın almadan önce piyasa araştırması yaptıkları belirlenmiştir. Kadınların piyasa araştırması yapma nedenlerinin sırasıyla bütçeye uygunluk, kalite saptama, piyasadaki marka ve çeşitleri karşılaştırma, taksit imkanlarını araştırmak olduğu saptanmıştır. Araştırma kapsamına alınan kadınların % 31.2'sinin gıda maddesi ambalajı üzerindeki hazırlanış tariflerini, % 15.6'sının üretim ve son kullanma tarihini, % 9.6'sının ambalaj üzerindeki yazıları her yönüyle okuduklarını, % 43.6'sının ise ambalaj üzerindeki yazıların ilgisini çekmediği bulunmuştur. Kadınların % 49.6'sının gıda maddelerine yönelik reklamlardan etkilendikleri, % 41.2'sinin alış veriş daha çok bakkaldan yaptığı belirlenmiştir.

Sağlam vd (1999), Ankara ilinde üç büyük alışveriş merkezinde alış veriş yapan 126 erkek, 124 kadın toplam 300 kişiye anket uygulayarak, besin alışverişine ilişkin, tutum ve davranışlarını saptamışlardır. Tüketicilerin % 72.0'si 21-39 yaşları arasında, % 58.9'u orta öğrenim, % 27.7'si üniversite mezunlardır. Araştırmaya katılan tüketicilerin % 88.0'inin nakit para ile alışveriş yaptıkları, % 47.7'sinin alışveriş öncesi liste hazırladıkları belirlenmiştir. Alışveriş yapılan yerin seçimini etkileyen etmenlerin başında çeşit fazlalığının geldiği (% 95.3), yiyecek maddesi satın alırken dikkat edilen hususların başında ise fiyat ve sağlığa uygunluğun (% 92.0) geldiği bulunmuştur. Araştırma sonucunda tüketicilerin % 72.0'si yiyecek ambalajı üzerindeki yazıları okuduklarını, % 28.0'i ise okumadıklarını belirtmişlerdir.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Araştırma Bölgesi ve Örneklemenin Seçimi

Araştırma bölgesi Ankara il merkezidir. Araştırmanın evrenini, Ankara'da yaşayan, çalışan ve çalışmayan evli kadınlar oluşturmaktadır. Örneklemenin çalışan kesimini, Ankara'da izin alınan bakanlıkların merkez teşkilatlarında çalışan evli kadınlar oluşturmaktadır. "Milli Eğitim Bakanlığı", "Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı" ve "Kültür Bakanlığı"nın personel listeleri elde edilmiş ve bu listelerden rastgele örneklem yöntemi ile 150 çalışan kadın (her bakanlıktan 3x50 kişi) araştırma kapsamına alınmıştır. Daha sonra çalışan kadınların oturduğu semtler ve öğrenim durumları dikkate alınarak 150 ev kadını araştırmaya dahil edilmiştir. Eşit olasılıklı rastgele örneklem yöntemi kullanılarak seçilen 150 çalışan, 150 çalışmayan toplam 300 kadın araştırmanın örneklemine oluşturmuştur.

3.2. Veri Toplama Yöntemi

Araştırma verileri anket formu ile karşılıklı görüşme yöntemi kullanılarak toplanmıştır.

3.2.1. Anket formunun hazırlanması

Araştırma materyalinin toplanmasında Ek-1'deki anket formu kullanılmıştır. Anket formu kadınlar tarafından anlaşılabilir şekilde bu konu ile ilgili kaynaklar ve daha önce yapılmış bazı araştırmalardan yararlanılarak hazırlanmıştır. Anket formunda yer alan soruların anlaşılabilirliği 20 kadın üzerinde test edilmiş ve gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Anket formu; kadınlara ve ailelerine ilişkin genel bilgiler, kadınların yiyecek satın alma davranışları, kadınların yiyecek hazırlama uygulamalarını içeren üç bölümden meydana gelmiştir.

Birinci bölüm, kadınların ve eşlerinin yaşları, öğrenim durumları, evlilik süresi, ailedeki birey sayısı, çocuk sayısı, ailenin aylık geliri, ailede beslenmeye ayrılan paraya ilişkin soruları kapsamaktadır. Ayrıca kadınların vücut ağırlığı (kg) ve boy uzunluğu (cm) ölçümleri alınmış, vücut ağırlıkları Beden Kitle İndeksine (BKİ) göre değerlendirilmiştir. Buna göre $BKİ=(kg/m^2)$: "18.5 ve altı" zayıf, "18.6-24.9 arası" normal, "25.0-29.9 arası" fazla kilolu, "30.0-39.9 arası" şişman, olarak değerlendirilmiştir (Baysal 1999b).

İkinci bölümde; kadınların yiyecek alışverişine çıktıkları kişiler, haftada kaç kere yiyecek alışverişi yaptıkları, haftanın hangi gün ve saatinde alışveriş yaptıkları, alışverişe çıkmadan liste hazırlama durumları, alışveriş yapılan

yerin seçimini etkileyen etmenler, yiyecek satın alırken kararı etkileyen faktörler, yiyeceklerin satın alındığı yerler, yiyecekleri satın alırken dikkat edilen faktörler, yiyecek ambalajı üzerindeki yazıların okunma durumu ve reklamlardan etkilenme durumu ile ilgili bilgileri kapsayan satın alma davranışları yer almıştır.

Üçüncü bölümde ise; evlerde bulunan mutfak araç-gereçler, yemek pişirilen tencereler, menü planı yapma, genellikle evde pişirilen yemek tipleri, yiyecekleri hazırlama ve pişirme uygulamaları incelenmiştir.

3.2.2. Anket formunun uygulanması

Gerekli izinler alındıktan sonra, anket formu araştırmacı tarafından ilk önce 150 çalışan kadına uygulanmıştır. Daha sonra, çalışan kadınların oturdukları semtler ve öğrenim durumları dikkate alınarak araştırma kapsamına alınan 150 çalışmayan kadına anket uygulaması sürdürülerek kadın sayısı 300'e tamamlanmıştır. Araştırma verileri 01 Ocak 2000-30 Haziran 2000 tarihleri arasında toplanmıştır. Anket formunun her bir kadına uygulanması yaklaşık olarak 30 dakika zaman almıştır.

3.3. Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırma sonucunda elde edilen veriler SPSS 10 for Windows (Statistical Package for the Social Science) paket yazılımından yararlanılarak değerlendirilmiştir. Her soruya ilişkin mutlak ve yüzde değerleri gösteren çizelgeler hazırlanmış; yaş, çocuk sayısı, evlilik süresi, birey sayısı, gelir gibi nicel verilerin aritmetik ortalamaları ($X \pm Sx$) hesaplanmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde Khi-kare (X^2) analizi kullanılmıştır. Birden fazla seçenek yanıtladıkları sorulara ilişkin yüzde değerler her bir seçenek için "N" sayısı dikkate alınarak hesaplanmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular; "Kadınlara ve Ailelerine Ait Genel Bilgiler", "Kadınların Yiyecek Satın Alma Davranışları", "Kadınların Yiyecek Hazırlama Uygulamaları" başlıkları altında verilmiş ve tartışmaları yapılmıştır.

4.1. Araştırmaya Alınan Kadınlara ve Ailelerine Ait Genel Bilgiler

Bu bölüm, araştırmaya alınan kadınların ve eşlerinin yaşları, kadınların beden kitle indeksleri, kadınların ve eşlerinin öğrenim durumları, evlilik süreleri, ailedeki birey ve çocuk sayısı, oturulan evin mülkiyet durumu, aylık gelirleri ve aylık gelirlerinden beslenmeleri için ayırdıkları para miktarı konularını içermektedir.

4.1.1. Kadınların yaşları

Araştırma kapsamına alınan kadınların yaş gruplarına göre dağılımları Çizelge 4.1'de verilmiştir.

Çizelge 4.1. Çalışma durumuna göre kadınların yaşları

Yaş	Çalışan		Çalışmayan		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
22-26	15	10.0	12	8.0	27	9.0
27-31	38	25.3	29	19.4	67	22.3
32-36	33	22.0	41	27.3	74	24.7
37-41	44	29.3	28	18.7	72	24.0
42-46	16	10.7	20	13.3	36	12.0
47+	4	2.7	20	13.3	24	8.0
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=17.074$		SD=5		P<0.01	

Çizelge 4.1'den de görüldüğü gibi, araştırma kapsamına alınan kadınların % 24.7'si 32-36, % 24.0'ü 37-41, % 22.3'ü 27-31 yaş gruplarındadır. Kadınlar ortalama 35.97 ± 0.44 yaşındadırlar. Çizelge çalışma durumuna göre incelendiğinde, çalışan kadınların % 29.3'ü 37-41, çalışmayan kadınların % 27.3'ü 32-36 yaş grubunda yer almaktadırlar. Çalışan kadınlarda % 25.3, çalışmayanlarda ise % 19.4 oranla 27-31 yaş grubundaki kadınlar ikinci sırayı almıştır. Yaşları 47 ya da daha fazla olan kadınların oranı (% 13.3) çalışmayanlarda daha yüksektir. Çalışma durumu ile kadınların yaşı arasındaki ilişki istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($P < 0.01$). Ortalama

yaş çalışan kadınlarda 34.79 ± 0.51 , çalışmayan kadınlarda ise 37.15 ± 0.70 'dir.

4.1.2. Kadınların eşlerinin yaşları

Çalışma durumuna göre kadınların eşlerinin yaşları Çizelge 4.2'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.2. Çalışma durumuna göre kadınların eşlerinin yaşları

Yaşlar \ Çalışma Durumu	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
22-26	1	0.7	3	2.0	4	1.3
27-31	27	18.0	14	9.3	41	13.7
32-36	30	20.0	34	22.7	64	21.3
37-41	47	31.3	41	27.3	88	29.3
42-46	27	18.0	24	16.0	51	17.0
47+	18	12.0	34	22.7	52	17.4
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=10.881$		SD=5		P>0.05	

Çizelge 4.2'ye genel olarak bakıldığında zaman eşlerin % 29.3'ü 37-41, % 21.3'ü 32-36, % 17.4'ü 47 ve üzeri, % 17.0'si 42-46, % 13.7'si 27-31, % 1.3'ü 22-26 yaşındadır. Eşlerin ortalama yaşı 39.74 ± 0.44 'dür. Çalışma durumu gözönüne alındığında da, 37-41 yaşındaki eşlerin en yüksek oranı aldığı görülmektedir (çalışan % 31.3, çalışmayan % 27.3). Çalışanlarda ikinci sırada 32-36 yaşlarındaki eşler yer alırken, çalışmayanlarda ikinci sırayı aynı oranla (% 22.7) 32-36 ve 47 ve üzeri yaşlardaki eşler almıştır. Eşlerin ortalama yaşları çalışan kadınlarda 38.57 ± 0.60 , çalışmayanlarda 40.90 ± 0.71 olarak bulunmuştur.

4.1.3. Kadınların beden kitle indeksleri

Beden kitle indeksi (BKİ) yetişkinlerde, vücudun boy-ağırlık dengesi, zayıflık, yetersiz beslenme ve obeziteyi sınıflama için bir ölçüt olarak kullanılmaktadır. Beden kitle indeksi kadının ağırlığı ile boyu arasındaki ilişkiyi gösterir (Yolsal vd 1998).

Kadınların beden kitle indekslerine göre dağılımları Çizelge 4.3'de olduğu gibidir.

Çizelge 4.3. Çalışma durumuna göre kadınların beden kitle indeksleri

Çalışma Durumu Beden Kitle İndeksi	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Zayıf	5	3.3	1	0.7	6	2.0
Normal	99	66.0	67	44.7	166	55.3
Hafif Şişman	39	26.0	68	45.3	107	35.7
Şişman	7	4.7	14	9.3	21	7.0
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=19.028$		SD=3		P<0.01	

Çizelgeden de görüldüğü gibi kadınların vücut ağırlıkları beden kitle indeksine göre değerlendirildiği zaman, çalışanların % 66.0'sının, çalışmayanların % 44.7'sinin normal, çalışanların % 26.0'sının, çalışmayanların ise % 45.3'ünün hafif şişman oldukları görülmektedir. Şişman ve zayıf olan kadınların oranları ise sırasıyla çalışanlarda % 4.7, %3.3, çalışmayanlarda % 9.3, % 0.7'dir. Ortalama Beden Kitle İndeksi çalışanlarda 23.68 ± 0.265 çalışmayanlarda 25.14 ± 0.314 'dir. Yapılan khi-kare analizi sonucunda kadınların beden kitle indeksine göre vücut ağırlıklarının çalışma durumuna bağlı olarak değiştiği saptanmıştır ($P < 0.01$). Daha çok oturarak sürdürülen yaşam tipinde ve fiziksel aktivite harcaması az olan mesleklerde şişmanlık daha çok görülmektedir. Sağlam (1989)'ın yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre de, ev hanımı olan kadınlarda şişman olanların oranı çalışanlardan daha yüksek bulunmuştur.

4.1.4. Kadınların öğrenim durumları

Çizelge 4.4'de çalışma durumuna göre kadınların öğrenim durumlarının dağılımı görülmektedir.

Çizelge 4.4. Çalışma durumuna göre kadınların öğrenim durumları

Öğrenim Durumu	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Okur-yazar	2	1.3	2	1.3	4	1.3
İlkokul	19	12.7	26	17.3	45	15.0
Ortaokul	23	15.4	22	14.7	45	15.0
Lise	60	40.0	57	38.0	117	39.0
Yüksekokul	46	30.6	43	28.7	89	29.7
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0

Kadınların öğrenim durumları genel örneklem üzerinden değerlendirildiğinde % 39.0'u lise, % 29.7'si yüksekokul, % 15'i ilkokul, % 15'i ortaokul mezunudur.

4.1.5. Kadınların eşlerinin öğrenim durumları

Kadınların eşlerinin öğrenim durumlarına ilişkin veriler Çizelge 4.5'dedir.

Çizelge 4.5. Çalışma durumuna göre kadınların eşlerinin öğrenim durumları

Öğrenim Durumu	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
İlkokul	9	6.0	21	14.0	30	10.0
Ortaokul	16	10.6	24	16.0	40	13.3
Lise	64	42.7	55	36.7	119	39.7
Yüksekokul	61	40.7	50	33.3	111	37.0
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0

Çizelge 4.5'in incelenmesinden de görüleceği gibi, kadınların eşlerinin % 39.7'si lise, % 37.0'si yüksekokul, % 13.3'ü ortaokul, % 10.0'u ilkokul mezunudur. Kadınların çalışma durumu dikkate alındığında ise, eşleri lise (% 42.7) ve yüksekokul (% 40.7) mezunu olan çalışan kadınların oranı, çalışmayanlardan (sırasıyla % 36.7, % 33.3) yüksektir.

4.1.6. Kadınların evlilik süreleri

Araştırma kapsamına alınan kadınların evlilik sürelerinin çalışma durumlarına göre dağılımları Çizelge 4.6'da gösterilmiştir.

Genel örnekleme kadınların % 16.3'ü 13-15, % 14.0'ü 1-3, % 13.7'si 25 ve daha fazla, % 12.7'si 4-6 yıldır evlidir. Ortalama evlilik süresi ise 13.66 ± 0.52 yıldır.

Çizelge 4.6 incelendiğinde çalışan kadınların % 17.3'ünün 1-3 yıldır, % 16.7'sinin 10-12 yıldır, % 6.0'sının 25 yıl ve üzeri, % 2.0'sinin 22-24 yıldır; çalışmayan kadınların ise % 21.3'ü 25 yıl ve üzeri, % 20.7'si 13-15 yıldır, % 6.0'sının 7-9 yıldır evli olduğu görülmektedir. Çalışma durumu ile evlilik süresi arasındaki ilişki istatistiksel açıdan önemli bulunmuştur ($P < 0.01$). Çalışan kadınların ortalama evlilik süresi 11.56 ± 0.61 yıl, çalışmayan kadınların ortalama evlilik süresi 15.75 ± 0.81 yıldır. Çalışan kadınların genellikle daha geç evlenmeleri bu durum üzerinde etkili olabilir.

Çizelge 4.6. Çalışma durumuna göre kadınların evlilik süreleri

Evlilik süresi \ Çalışma Durumu	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1-3	26	17.3	16	10.7	42	14.0
4-6	20	13.3	18	12.0	38	12.7
7-9	15	10.0	9	6.0	24	8.0
10-12	25	16.7	12	8.0	37	12.3
13-15	18	12.0	31	20.7	49	16.3
16-18	23	15.3	12	8.0	35	11.7
19-21	11	7.4	13	8.6	24	8.0
22-24	3	2.0	7	4.7	10	3.3
25+	9	6.0	32	21.3	41	13.7
TOPLAM	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=30.129$		SD=8		P<0.01	

4.1.7. Kadınların ailelerindeki birey sayısı

Kadınların ailelerindeki birey sayısı Çizelge 4.7'de olduğu gibidir.

Çizelge 4.7. Çalışma durumuna göre kadınların ailelerindeki birey sayısı

Ailedeki Birey Sayısı \ Çalışma Durumu	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
2 Kişi	33	22.0	27	18.0	60	20.0
3-4 Kişi	98	65.3	93	62.0	191	63.7
5-6 Kişi	16	10.7	26	17.3	42	14.0
7 Kişi ve üstü	3	2.0	4	2.7	7	2.3
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=3.255$		SD=3		P>0.05	

Çizelge 4.7 incelendiğinde de görüleceği gibi genel örnekleme % 63.7 oranındaki kadının ailesindeki birey sayısı 3-4 kişidir. Ailesinde iki kişi bulunan kadınların oranı % 20.0, 5-6 kişi bulunan kadınların oranı ise % 14.0'dür. Ortalama birey sayısı 3.54 ± 0.068 'dir. Çalışma durumuna göre ailedeki birey sayısına bakıldığında da, sonuçlar genel örnekleme benzer olup, en yüksek oranı ailesinde 3-4 kişi bulunan kadınlar almıştır (çalışan: % 65.3, çalışmayan: % 62.0). Bu oranı, yine 2 kişilik ve 5-6 kişilik aileler izlemekle birlikte, iki kişilik ailelerin oranı çalışan kadınlarda (% 22.0), 5-6 kişilik ailelerin oranı da çalışmayanlarda (% 17.3) çalışanlardan (% 10.7)

daha yüksektir. Ailedeki ortalama birey sayısı, çalışan kadınlarda 3.45 ± 0.095 , çalışmayan kadınlarda 3.63 ± 0.097 'dir.

4.1.8. Kadınların çocuk sayısı

Araştırma kapsamına alınan kadınların çocuk sayısı Çizelge 4.8'de verilmiştir.

Çizelge 4.8. Çalışma durumuna göre kadınların çocuk sayısı

Çocuk Sayısı \ Çalışma Durumu	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
0	3	2.0	-	-	3	1.0
1	37	24.7	29	19.3	66	22.0
2	96	64.0	83	55.3	179	59.7
3	14	9.3	38	25.4	52	17.3
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=15.991$		$SD=3$		$P<0.01$	

Çizelge 4.8 incelendiği zaman kadınların % 59.7'sinin iki, % 22.00'sinin bir, % 17.3'ünün üç çocuğu olduğu görülmektedir. Ailelerin sahip olduğu ortalama çocuk sayısı 1.93 ± 0.038 'dir. Çizelgeden de görüldüğü gibi çocuğu olmayan çalışan kadın oranı % 2.0 olup, % 24.7'sinin bir çocuğu, % 64.0'ünün iki çocuğu, % 9.3'ünün üç çocuğu bulunmaktadır. Çalışmayan kadınların % 19.3'ünün bir çocuğu, % 55.3'ünün iki çocuğu, % 25.4'ünün üç çocuğu bulunmaktadır. Kadınların ailelerindeki çocuk sayısı çalışma durumuna bağlı olarak önemli ölçüde değişmektedir. Bu durum istatistiki açıdan önemli bulunmuştur ($P<0.01$). Çalışan kadınların ortalama çocuk sayısı 1.82 ± 0.049 , çalışmayan kadınların ortalama çocuk sayısı 2.06 ± 0.055 'dir.

4.1.9. Oturulan evin mülkiyet durumu

Araştırma kapsamına alınan kadınların oturdukları evlerin kendi ailelerine ait olup olmadığı sorulmuş, alınan yanıtlar Çizelge 4.9'da gösterilmiştir.

Genel örneklemede kadınların % 58.0'inin evleri kendilerine aittir. Kirada oturanların oranı % 30.3, lojmanda oturanların oranı % 7.7, ebeveynlerinin evinde oturanların oranı % 4.0'dür. Çizelge 4.10 çalışma durumuna göre incelendiğinde, en yüksek oranı yine kendi evlerinde oturanlar almakla birlikte, çalışmayan kadınlarda bu oranın % 69.3, çalışanlarda ise % 46.7 olduğu görülmektedir. Kirada oturanların oranı çalışan kadınlarda (% 42.0), çalışmayanların (% 18.7) iki katından fazladır. Khi-kare analizi ile evlerin

mülkiyet durumunun çalışma durumuna bağlı olarak değiştiği ve istatistik olarak önemli olduğu bulunmuştur ($P<0.01$).

Çizelge 4.9. Çalışma durumuna göre oturlan evin mülkiyet durumu

Çalışma Durumu	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Oturdukları Ev						
Kendilerinin	70	46.7	104	69.3	174	58.0
Kira	63	42.0	28	18.7	91	30.3
Lojman	12	8.0	11	7.3	23	7.7
Ebeveynlerin	5	3.3	7	4.7	12	4.0
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=20.82$		SD=3		P<0.01	

4.1.10. Kadınların ailelerinin ortalama aylık gelir miktarı

Araştırma kapsamına alınan kadınların aylık gelirlerinin ne kadar olduğu Çizelge 4.10'da verilmiştir.

Çizelge 4.10. Çalışma durumuna göre kadınların ailelerinin aylık geliri

Çalışma Durumu	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Ortalama Aylık Gelir						
300 ve altı	28	18.7	51	34.0	79	26.3
301 – 600	94	62.7	70	46.7	164	54.7
601 – 900	20	13.3	15	10.0	35	11.7
901 ve +	8	5.3	14	9.3	22	7.3
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=12.559$		SD=3		P<0.01	

Çizelge 4.10'da görüldüğü gibi genel örneklemede ailelerin % 54.7'sinin aylık geliri 301-600 milyon TL., % 26.3'ünün 300 milyon TL. ve daha az, % 11.7'sinin 601-900 milyon TL., % 7.3'ünün ise 901 milyon TL. ve daha fazladır. Ailelerin ortalama aylık geliri 493.10 ± 16.05 'dir. Çalışma durumu dikkate alındığında ailelerinin aylık geliri 301-600 milyon TL. olan çalışan kadınların oranı % 62.7, çalışmayan kadınların oranı % 46.7; 601-900 milyon TL. olan çalışanların oranı % 13.3, çalışmayanların oranı % 10.0'dur. Aylık gelirleri 300 milyon TL. ve daha az olanların ve 901 TL. ve daha fazla olanların oranı (% 34.0) çalışmayanlarda daha yüksektir (% 9.3). Kadınların ailelerinin toplam aylık geliri çalışma durumuna bağlı olarak önemli ölçüde değişmektedir. Bu durum istatistiksel olarak da önemlidir ($P<0.01$). Çalışan

kadınların ailelerinde ortalama aylık gelir 501.87±17.42 TL., çalışmayanlarda 484.33±27.00 TL'dir.

4.1.11. Kadınların ailelerinde aylık gelirden beslenme için ayrılan para miktarı

Araştırma kapsamına alınan kadınların "Aylık gelirinizin ne kadarını beslenmenize (yiyecek harcamalarına) ayırıyorsunuz?" sorusuna verdikleri yanıtlar Çizelge 4.11'de verilmiştir.

Çizelge 4.11. Çalışma durumuna göre aylık gelirden beslenmeye ayrılan para oranı

Çalışma Durumu Beslenmeye Ayrılan Para Oranı	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Dörtte birinden az	6	4.0	5	3.3	11	3.7
Dörtte biri	68	45.3	71	47.3	139	46.3
Yarısı	49	32.7	47	31.3	96	32.0
Dörtte üçü	12	8.0	11	7.4	23	7.7
Üçte biri	15	10.0	16	10.7	31	10.3
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	X ² =0.273		SD=4		P>0.05	

Çizelge 4.11'e genel olarak bakıldığında ailelerin % 46.3'ünün aylık gelirlerinin dörtte birini, % 32.0'sinin yarısını, % 10.3'ünün üçte birini beslenmeleri için ayırdıkları görülmektedir.

Çizelge çalışma durumuna göre incelendiğinde de aylık gelirin beslenmeye ayrılan oranı genel örnekleme benzerdir. Çalışan kadınların % 45.3'ünün, çalışmayanların % 47.3'ünün ailelerinde aylık gelirin dörtte biri, çalışanların % 32.7'sinde, çalışmayanların % 31.3'ünde yarısı beslenmeleri için ayrılmaktadır.

4.2. Kadınların Yiyecek Satın Alma Davranışları

Bu bölümde kadınların yiyecek alışverişinde ne tür ödeme yaptıkları, yiyecek alışverişine en çok kiminle çıktıkları, bir haftada kaç kere alışveriş yaptıkları, haftanın hangi günü ve saatinde çıktıkları, yiyecek alışverişine çıkmadan önce liste hazırlayıp hazırlamadıkları, alışverişe çıkarken tok ve yorgun olmamaya dikkat etme durumları, alışveriş yaptıkları yerin seçimini etkileyen etmenler, yiyecek maddeleri satın alırken kararlarını etkileyen faktörler, yiyecekleri nereden satın aldıkları ve satın alırken nelere dikkat ettikleri, ambalaj üzerindeki yazıları okuma durumları, bozuk çıkan yiyecek

maddeleri ile ilgili tutumları ve yiyecek reklamlarından etkilenip etkilenmeme durumları incelenmiştir.

4.2.1. Kadınların yiyecek alışverişinde kullandıkları ödeme tipi

Çizelge 4.12'de çalışma durumuna göre kadınların yiyecek alışverişinde kullandıkları ödeme tipleri görülmektedir.

Çizelge 4.12. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek alışverişinde kullandıkları ödeme tipi

Çalışma Durumu / Ödeme tipi	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Peşin	69	46.0	94	62.7	163	54.3
Kredili	4	2.7	2	1.3	6	2.0
Kredi Kartı	69	46.0	49	32.7	118	39.3
Peşin + Kredi kartı	8	5.3	5	3.3	13	4.4
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	X ² = 8.583		SD=3		P<0.05	

Çizelge 4.12'ye genel olarak bakıldığında kadınların % 54.3'ü yiyecek alışverişini peşin, % 39.3'ü kredi kartı, % 2.0'si kredili (taksitli) olarak yapmaktadır. Çizelge çalışma statusüne göre değerlendirildiğinde, yiyecek alışverişini peşin yapanların oranının çalışmayanlarda (% 62.7), çalışanlara (% 46.0) kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir. Yapılan khi-kare analizi ile kadının çalışma statusü ile yiyecek alışverişinde yaptıkları ödeme tipi arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak önemli olduğu saptanmıştır (P<0.05).

4.2.2. Kadınların yiyecek alışverişine en çok kiminle çıktıkları

Araştırma kapsamındaki kadınların "yiyecek alışverişine en çok kiminle çıkarsınız?" sorusuna verdikleri cevaplar Çizelge 4.13'de verilmiştir.

Çizelge 4.13 incelendiğinde, yiyecek alışverişine daha çok eşlerle çıktığı görülmektedir (% 62.7). Çalışan kadınların % 67.3'ü, çalışmayan kadınların % 58.0'i yiyecek alışverişini daha çok eşleriyle yapmayı tercih etmektedirler. Çalışan kadınların % 16.0'sı, çalışmayan kadınların % 23.3'ü yiyecek alışverişine yalnız çıkmaktadırlar. Çalışma durumu ile yiyecek alışverişine çıkılan kişi arasında önemli bir ilişki olduğu istatistiksel analizle belirlenmiştir (P<0.05). Bayraktar (1995)'in yaptığı çalışmada da yiyecek alışverişini eşyle yapan çalışan kadınların oranı çalışmayanlardan daha yüksek olarak bulunmuştur. Bizim çalışmamızdan farklı olarak alışverişe yalnız çıkmayı tercih eden kadınların daha çok olduğu saptanmıştır.

Çizelge 4.13. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek alışverişine çıktıkları kişiler

Çalışma Durumu Alışverişe Çıktılan Kişi	Çalışan		Çalışmayan		Toplam		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Yalnız	24	16.0	35	23.3	59	19.7	
Eşi ile	101	67.3	87	58.0	188	62.7	
Çocukları ile	13	8.7	23	15.3	36	12.0	
Diğer aile üyeleri ile	12	8.0	5	3.4	17	5.6	
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0	
		X ² = 8.754		SD=3		P<0.05	

4.2.3. Kadınların bir haftada kaç kez yiyecek alışverişi yaptıkları

Kadınların yiyecek alışverişi için bir haftada kaç kez alışverişe çıktıkları Çizelge 4.14'de verilmiştir.

Çizelge 4.14'e genel olarak bakıldığında kadınların % 42.0'sinin yiyecek alışverişine ne zaman çıkacaklarının belli olmadığı görülmektedir. Haftada bir kere yiyecek alışverişine çıktığını belirten kadınların oranı % 32.0, haftada iki kere çıkanların oranı % 17.3'tür.

Çizelge 4.14. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek alışverişi için bir haftada kaç kere alışverişe çıktıkları

Çalışma Durumu Kaç Kez Alışverişe Çıktığı	Çalışan		Çalışmayan		Toplam		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Hiç	17	11.3	9	6.0	26	8.7	
Bir kez	46	30.7	50	33.3	96	32.0	
İki kez	28	18.7	24	16.0	52	17.3	
Belli değil	59	39.3	67	44.7	126	42.0	
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0	
		X ² = 3.444		SD=3		P>0.05	

Kadınların çalışma durumuna göre Çizelge 4.14 incelendiğinde; çalışmayan kadınların % 44.7'sinin, çalışanların % 39.3'ünün yiyecek alışverişine ne zaman çıkacaklarının belli olmadığı; haftada bir kere yiyecek alışverişi yapanların oranının çalışmayanlarda % 33.3, çalışanlarda % 30.7; haftada iki kere alışverişe çıkanların aynı sıra ile % 16.0 ve % 18.7 olduğu bulunmuştur. Yapılan X² analizi sonucunda kadınların bir haftada yiyecek alışverişine

çıkma sıklıklarının çalışma durumuna bağlı olarak değişmediği saptanmıştır ($P>0.05$).

Güley (1992) yaptığı araştırmada, çalışmayan kadınların, çalışan kadınlara oranla daha sık alışverişe çıktıklarını, çalışan kadınların çoğunluğunun haftada iki kere, çalışmayan kadınların çoğunluğunun ise haftada üç kere yiyecek alışverişine çıktıkları sonucuna varmıştır.

4.2.4. Kadınların yiyecek alışverişine çıktıkları gün ve zamanlar

Araştırma kapsamına alınan kadınların yiyecek satın aldıkları gün ve zamanlar Çizelge 4.15 ve 4.16'da verilmiştir.

Çizelge 4.15'e genel olarak bakıldığı zaman, kadınların % 43.0'ünün hafta sonu, % 21.7'sinin hafta içi alışverişe çıktıkları görülmektedir. Alışverişe ne zaman çıkacağı belli olmaz diyen kadınların oranı % 35.3'dür. Çalışma durumuna göre çizelge incelendiğinde, çalışanların % 48.7'si hafta sonu, % 20.0'si hafta içi; çalışmayanların % 37.3'ü hafta sonu, % 23.3'ü hafta içi alışveriş yapmaktadırlar. Alışverişi hafta içi veya hafta sonu yapacağı belli olmayan kadınların oranı çalışanlarda % 31.3, çalışmayanlarda ise % 39.4'dür. Kadının çalışma durumu ile yiyecek alışverişi yapma günü arasında önemli bir ilişki olmadığı bulunmuştur ($P>0.05$).

Çizelge 4.15. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek alışverişi yaptıkları günler

Çalışma Durumu Alışveriş Yapılan Günler	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Hafta içi	30	20.0	35	23.3	65	21.7
Hafta sonu	73	48.7	56	37.3	129	43.0
Belli Olmaz	47	31.3	59	39.4	106	35.3
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2= 3.98$		SD=2		$P>0.05$	

Kadınların gün içinde ne zaman alışverişe çıktıkları Çizelge 4.16'da olduğu gibidir.

Genel kapsamda kadınların % 42.0'si gün içinde alışveriş yaptıkları belli bir zamanın olmadığını belirtmiş olup, % 27.7'si öğleden sonra, % 18.3'ü akşam % 8.3'ü öğle ve % 3.7'si sabah alışveriş yapmaktadırlar (Çizelge 4.17). Çizelge çalışma durumuna göre değiştirildiğinde; belli bir zamanı olmadığını söyleyen kadınların oranı hemen hemen aynıdır (çalışan % 42.7, çalışmayan % 41.4). Öğleden sonra alışveriş yapan çalışmayan kadınların

oranı (% 34.0) çalışanlardan (% 21.3); akşam saatlerinde alışveriş yapanların oranı ise çalışanlarda (% 23.3) çalışmayanlardan (% 13.3) daha yüksektir. Kadınların çalışma durumu ile yiyecek alışverişi yapılan zaman arasında önemli bir ilişki olduğu bulunmuştur ($P<0.05$).

Çizelge 4.16. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek alışverişi yaptıkları zamanlar

Çalışma Durumu \ Zamanlar	Çalışan		Çalışmayan		Toplam		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Sabah	3	2.0	8	5.3	11	3.7	
Öğle	16	10.7	9	6.0	25	8.3	
Öğleden sonra	32	21.3	51	34.0	83	27.7	
Akşam	35	23.3	20	13.3	55	18.3	
Belli bir zamanı yok	64	42.7	62	41.4	126	42.0	
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0	
		X ² = 12.705		SD=4		P<0.05	

4.2.5. Kadınların yiyecek alışverişine çıkmadan önce liste hazırlama durumları

Yiyecek harcamaları aile büyüklüğüne, gelire, yiyecek tipi ve miktarına, kadının eğitim ve çalışma durumuna bağlı olarak değişebilir. Yiyecek alışverişinden önce detaylı bir alışveriş listesi hazırlanması daha kolay ve çabuk alışveriş yapmayı sağlayacağı gibi gereksiz alışveriş yapmayı da önler (Ünsal ve Terzioğlu 1988).

Kadınlara yiyecek alışverişine çıkmadan önce liste hazırlayıp hazırlamadıkları sorulmuş ve sonuçlar mutlak ve yüzde değerlerle Çizelge 4.17'de verilmiştir.

Çizelge 4.17'ye genel olarak bakıldığında, kadınların % 60.7'sinin alacaklarını önceden aklında belirlediği fakat alışveriş sırasında eklemeler yaptıkları, % 29.6'sının ise alacaklarının tamamını liste halinde hazırladığı görülmektedir.

Alacaklarını aklında belirleyip, alışveriş sırasında ekleme yapanların çalışan ve çalışmayan kadınlarda % 60.7 oranında olduğu, alacaklarının tamamını liste halinde hazırlayanların ise çalışanlarda (% 32.6) çalışmayanlardan (% 26.7) daha yüksek olduğu bulunmuştur. Yapılan istatistiksel analiz sonucunda yiyecek alışverişine çıkmadan önce liste hazırlamanın çalışma durumuna bağlı olmadığı belirlenmiştir ($P>0.05$).

Çizelge 4.17. Çalışma durumuna göre kadınların alışverişe çıkmadan önce liste hazırlama durumları

Çalışma Durumu Liste Hazırlama Durumu	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Alacaklarının tamamını liste halinde yazanlar	49	32.6	40	26.7	89	29.6
Alacaklarını aklında belirleyenler fakat alışveriş sırasında ekleme yapanlar	91	60.7	91	60.7	182	60.7
Alacaklarına dükkana girdiğinde karar verenler	10	6.7	19	12.6	29	9.7
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
$X^2= 3.705$ $SD=3$ $P>0.05$						

Güley (1992)'in yaptığı çalışmada, çalışan kadınların % 89.0'unun, çalışmayan kadınların ise % 99.5'nin alışverişe çıkmadan önce liste hazırladığı saptanmıştır. Ortabostan (1999) yiyecek alışverişini için daima liste yapanların oranını % 40.0, Sağlam vd (1999) ise % 47.7 olarak belirlemişlerdir.

4.2.6. Kadınların yiyecek alışverişine çıkarken tok olmaya ve yorgun olmamaya dikkat edip etmeme durumları

Kadınlara "yiyecek alışverişine çıkarken karnınızın tok olmasına ve yorgun olmamaya dikkat eder misiniz?" sorusu sorulmuş ve cevapları Çizelge 4.18'de verilmiştir.

Çizelge 4.18 incelendiğinde çalışan kadınların % 37.3'nün, çalışmayan kadınların % 46.0'sının alışverişe çıkarken tok olmaya ve yorgun olmamaya dikkat ettikleri, çalışan kadınların ve çalışmayan kadınların % 38.0'nin alışverişe çıkarken tok olmaya ve yorgun olmamaya dikkat etmedikleri, çalışan kadınların % 24.7'sinin, çalışmayan kadınların ise % 16.0'sının bazen dikkat ettikleri görülmektedir. Yiyecek alışverişine çıkarken tok olma ve yorgun olmama durumu ile çalışıp çalışmama arasındaki fark önemsiz bulunmuştur ($P>0.05$).

Çizelge 4.18. Kadınların yiyecek alışverişine çıkarken tok ve yorgun olup olmama durumlarına göre dağılımları

Alışverişe Çıkarken Tok Olmaya ve Yorgun Olmama Dikkat Etme Durumu	Çalışma Durumu		Çalışmayan		Toplam	
	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Dikkat eder	56	37.3	69	46.0	125	41.7
Dikkat etmez	57	38.0	57	38.0	114	38.0
Bazen dikkat eder, bazen dikkat etmez	37	24.7	24	16.0	61	20.3
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	X ² = 4.12		SD=2		P>0.05	

4.2.7. Kadınların yiyecek alışverişini aynı yerden yapma durumları

Kadınların yiyecek alışverişini sürekli aynı yerden yapıp yapmadıkları Çizelge 4.19'da görülmektedir.

Çizelge 4.19. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek alışverişini devamlı aynı yerden yapma durumları

Devamlı Aynı Satış Yerinden Alışveriş Yapıp Yapmama Durumu	Çalışma Durumu		Çalışmayan		Toplam	
	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	90	60.0	90	60.0	180	60.0
Hayır	60	40.0	60	40.0	120	40.0
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0

Çizelge 4.19 incelendiğinde çalışan kadınların ve çalışmayan kadınların eşit oranda (% 60.0) aynı satış yerinden alışveriş yaptıkları, yine çalışan kadınların ve çalışmayan kadınların eşit oranda (% 40.0) aynı satış yerinden alışveriş yapmadıkları görülmektedir.

4.2.8. Kadınların alışveriş yaptığı yerlerin seçimini etkileyen etmenler

Araştırma kapsamındaki kadınlara yiyecek alışverişini yaptığı yerin seçiminde etkili olan etmenler sorulmuş sonuçları Çizelge 4.20'de verilmiştir.

Çizelge 4.20. Çalışma durumuna göre kadınların alışveriş yaptığı yerlerin seçimini etkileyen etmenler

Çalışma Durumu Etmenler	Çalışan				Çalışmayan				Toplam				İstatistik
	Etkiler		Etkilemez		Etkiler		Etkilemez		Etkiler		Etkilemez		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Yakın Olması	103	68.7	47	31.3	111	74.0	39	26.0	214	71.3	86	28.7	X ² =1.043 SD=1 P>0.05
Tanınmış Olması	82	54.7	68	45.3	76	50.7	74	49.3	158	52.7	142	47.3	X ² =0.481 SD=1 P>0.05
Ucuz Olması	111	74.0	39	26.0	109	72.7	41	27.3	220	73.3	80	26.7	X ² =0.68 SD=1 P>0.05
Ödeme Kolaylığı	86	57.3	64	42.7	114	76.0	36	24.0	200	66.7	100	33.3	X ² =11.760 SD=1 P<0.05
Çeşit Fazlalığı	127	84.7	23	15.3	137	91.3	13	8.7	264	88.0	36	12.0	X ² =3.157 SD=1 P>0.05
Alışılan Yer Olması	83	55.3	67	44.7	99	66.0	51	34.0	182	60.7	118	39.3	X ² =3.576 SD=1 P>0.05
Tanıdık Önerileri	53	35.3	97	64.7	84	56.0	66	44.0	137	45.7	163	54.3	X ² =12.910 SD=1 P<0.05
Temiz Olması	140	93.3	10	6.7	142	94.7	8	5.3	282	94.0	18	6.0	X ² =0.236 SD=1 P>0.05
Satış Elemanlarının Olumlu Davranışları	117	78.0	33	22.0	134	89.3	16	10.7	251	83.7	49	16.3	X ² =7.049 SD=1 P<0.05

Genel örnekleme alışveriş yapılan yerlerin seçimini etkileyen etmenler arasında temizlik ilk sırada yer alırken (% 94.0), onu çeşit fazlalığı (% 88.0), satış elemanlarının olumlu davranışları (% 83.7), ucuz olması (% 73.3) yakın olması (% 71.3), ödeme kolaylığı (% 66.7), alışkanlık (% 60.7) izlemektedir (Çizelge 4.21). Kadınların çalışma durumu göz önüne alındığında da sıralama benzerdir. Alışveriş yapılan yerin seçiminde ödeme kolaylığı, tanıdıkların önerileri ve satış elemanlarının olumlu davranışlarının etkili olması çalışma durumuna bağlı olarak değişmektedir. Bu durum istatistiksel açıdan da önemli bulunmuştur (P<0.05).

Ünsal ve Terzioğlu (1988)'nin yaptıkları çalışmada fiyatların uygun olması (% 27.9) ilk sırada yer almış bunu malların kalitesi ve çeşitliliği (% 22.3),

mağazanın bulunduğu yer (% 13.2) izlemiştir. Sağlam vd (1999)'in Ankara'da büyük alışveriş merkezlerinde yaptıkları çalışmada alışveriş yapılan yerin seçimini etkileyen etmenlerden ilk üç sırayı çeşit fazlalığı (% 95.3), ucuz olması (87.3), yakın olması ve satış elemanlarının olumlu davranışları (% 75.7) almış olup, bizim sonuçlarımız ile paralellik göstermektedir.

4.2.9. Yiyecek maddeleri satın alırken kadınların kararını etkileyen faktörler

Araştırma kapsamına alınan kadınlara "*yiyecek maddeleri satın alırken kararlarını etkileyen faktörlerin neler olduğu*" sorulmuş cevapları mutlak ve yüzde değerlerle Çizelge 4.21'de verilmiştir.

Çizelge 4.21'den de görüldüğü gibi hem genel örnekleme hem de çalışma durumuna göre yiyecek satın almada etkili olan en önemli faktör yiyecek maddesinin aile üyelerinin sağlık durumuna uygunluğudur (% 96.0). Çalışan grup da, bunu son kullanma tarihi (% 91.3), yiyecek maddesinin besleyici özelliği (% 86.0), fiyatı ve bütçeye uygunluğu (% 86.0), kadınların tercihleri (% 80.7), tüm aile üyelerinin tercihleri (% 75.3), eşin tercihleri (% 70.7), çocukların tercihleri (% 69.3) izlemektedir. Çalışmayan grupta ise kadınların kendi tercihleri (% 92.0) ikinci sırada, yer almış olup, onu son kullanma tarihi, fiyatı (% 91.3), yiyeceğin besleyiciliği (% 90.7), tüm aile üyelerinin tercihleri (% 84.7), kolay bulunması (% 78.0), eşin tercihleri (% 77.3) takip etmektedir. Kadınların yiyecek satın alırken en az etkilendikleri faktör ambalajın güzel olmasıdır (çalışan % 20.7, çalışmayan % 33.3).

Yapılan X^2 analizi sonucunda kadınların yiyecek satın alırken; kendi tercihleri ($P<0.01$), aile üyelerinin tercihleri, yiyecek ambalajının güzel olması, yiyeceğin markası ve yiyeceğin kolay bulunması faktörlerinden ($P<0.05$) etkilenmelerinin çalışma durumuna bağlı olarak değiştiği ve bunun istatistik olarak önemli olduğu saptanmıştır.

Çizelge 4.21. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek satın alırken kararlarını etkileyen faktörler

Yiyecek Satın Alırken Kararı Etkileyen Faktörler	Çalışma Durumu		Çalışan				Çalışmayan				Toplam				İstatistik
	Etkiler		Etkilemez		Etkiler		Etkilemez		Etkiler		Etkilemez				
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%			
Eşinin tercihleri	106	70.7	44	29.3	116	77.3	34	22.7	222	74.0	78	26.0	$\chi^2=1.733$ SD=1 P>0.05		
Yiyecek maddesinin besleyici özelliği	129	86.0	21	14.0	136	90.7	14	9.3	265	88.3	35	11.7	$\chi^2=1.585$ SD=1 P>0.05		
Kendi tercihleri	121	80.7	29	19.3	138	92.0	12	8.0	259	86.3	41	13.7	$\chi^2=8.165$ SD=1 P<0.01		
Yiyecek maddesinin fiyatı ve bütçeye uygunluğu	129	86.0	21	14.0	137	91.3	13	8.7	266	88.7	34	11.3	$\chi^2=2.123$ SD=1 P>0.05		
Çocukların tercihleri	104	69.3	46	30.7	111	74.0	39	20.0	215	71.7	85	28.3	$\chi^2=0.804$ SD=1 P>0.05		
Tüm aile üyelerinin tercihleri	113	75.3	37	24.7	127	84.7	23	15.3	240	80.0	60	20.0	$\chi^2=4.083$ SD=1 P<0.05		
Yiyecek maddesinin aile üyelerinin sağlık durumuna uygunluğu	144	96.0	6	4.0	144	96.0	6	4.0	288	96.0	12	4.0			
Besin maddesinin doyuruculuğu	97	64.7	53	35.3	112	74.7	38	25.3	209	69.7	91	30.3	$\chi^2=3.549$ SD=1 P>0.05		
Hazırlama ve pişirmede sağladığı kolaylık ve çabukluk	89	59.3	61	40.7	88	58.7	62	41.3	177	59.0	123	41.0	$\chi^2=0.014$ SD=1 P>0.05		
Son kullanma tarihi	137	91.3	13	8.7	137	91.3	13	8.7	274	91.3	26	9.7			
Ambalajının güzel olması	31	20.7	119	79.3	50	33.3	100	66.7	81	27.0	219	73.0	$\chi^2=6.105$ SD=1 P<0.05		
Markası	70	46.7	80	53.3	103	68.7	47	31.3	173	57.7	127	42.3	$\chi^2=14.870$ SD=1 P<0.01		
Kullanıcıların tavsiyesi	88	58.7	62	41.3	98	65.3	52	34.7	186	62.0	114	38.0	$\chi^2=1.415$ SD=1 P>0.05		
Kolay bulunması	101	67.3	49	32.7	117	78.0	33	22.0	218	72.7	82	27.3	$\chi^2=4.296$ SD=1 P<0.05		

Çete (1989)'nin yaptığı çalışmada gıdanın besin değeri, aile üyelerinin sağlık durumuna uygunluğu ve maliyetin seçimde en önemli etken olduğu ortaya konmuştur. Bizim sonuçlarımızla Çete'nin sonuçları birbirine yakındır.

4.2.10. Yiyecek satın alınan yerler

Ülkemizde hızlı nüfus artışı, kentleşme hareketleri ve bunların yanısıra gıda maddeleri dağıtımında çeşitli ürünlerin üreticiden tüketiciye geçiş safhalarını içeren dağıtım kanallarının uzun ve araçlarının çok olması, maliyet artışına neden olmakta, tüketicilere yüksek fiyatlar yüklenmekte, iyi kalitede mal ve hizmet bulabilmekten yoksun kalmaktadırlar (Nazik 1994). Ülkemizde 1980'li yıllardan itibaren serbest piyasa ekonomisine geçiş ile birlikte perakendecilik sektöründe hızlı bir değişim yaşanmaktadır. Euromonitor'un "*Retail Trade International*" verilerine göre; ülkemizde perakendecilik sektörünün Gayri Safi Milli Hasıla içindeki payı % 20 düzeyindedir ve perakendecilik sektöründe 1997 yılı itibari ile süper ve hipermarketlerin payı % 17'ye ulaşmıştır. Süpermarketler en az 400 metre kare satış alanına sahip olan ve temel olarak çabuk bozulabilir gıda maddeleri dahil olmak üzere, bakkaliye maddeleri ve toplam satışlarının en fazla 1/3'ü kadar gıda dışı maddeler satan self servis ve bölümlü self servis mağazaları olarak tanımlanmaktadır. Hipermarketler ise temel olarak self servis yönetimine göre çalışan çok çeşitli gıda dışı ürünleri düşük fiyatlarla satan, en az 2500 metrekarelik bir satış alanı ve geniş otoparkı olan bölümlü self servis mağazalardır (Tek ve Ünüsan 1999). Rekabet ortamının gelişmesi nedeniyle tüketicilerin alışverişlerinde süper ve hipermarketleri tercih etmeleri bu mağazaların öncelikli alışveriş edilen perakendeci işletmeler konumuna gelmelerini sağlamıştır.

Kadınların çeşitli yiyecekleri satın aldıkları yerler Çizelge 4.22-4.27'de çalışma durumu değişkeni gözönüne alınarak verilmiştir.

Çizelge 4.22'de süt-yoğurt-peynir satın alınan yerler gösterilmiştir.

Çizelgeden de anlaşılacağı üzere süt satın alınan yerler içinde en yüksek oranı hem genel örneklemede (% 36.7) hem de çalışanlarda (% 32.7) ve çalışmayanlarda (% 40.7) süpermarketler almıştır. Onu, bakkal (çalışan % 26.7, çalışmayan % 21.3, genel % 24.0), hipermarket (çalışan % 21.3, çalışmayan % 20.7, genel % 21.0) ve sokak sütçüsü izlemektedir.

Araştırma kapsamına alınan kadınlara yoğurdu daha çok nereden satın aldıkları sorulmuş ve % 45.7'sinin süpermarketten, % 22.4'ünün hipermarketten, % 15.3'ünün bakkaldan satın aldığı, % 15.3'ünün ise kendi yaptığı belirlenmiştir. Çalışma durumu dikkate alındığında da en yüksek

oranı süpermarketten yoğurt satın alanların aldığı (çalışan % 44.7, çalışmayan % 46.7) saptanmıştır.

Çizelge 4.22. Çalışma durumuna göre kadınların süt-yoğurt-peynir satın aldıkları yerler

Çalışma Durumu		Satın Alınan Yer							Toplam
		Bakkal	Süper-market	Hiper-market	Seyyar satıcı	Kantin	Kendi yapar		
Süt	Çalışan	Sayı 40	49	32	26	3	-	150	
		% 26.7	32.7	21.3	17.3	2.0	-	100.0	
	Çalışmayan	Sayı 32	61	31	21	5	-	150	
		% 21.3	40.7	20.7	14.0	3.3	-	100.0	
	Toplam	Sayı 72	110	63	47	8	-	300	
		% 24.0	36.7	21.0	15.7	2.6	-	100.0	
		X ² = 3.246			SD=4		P>0.05		
Yoğurt	Çalışan	Sayı 22	67	34	2	-	25	150	
		% 14.7	44.7	22.7	1.3	-	16.6	100.0	
	Çalışmayan	Sayı 24	70	33	2	-	21	150	
		% 16.0	46.7	22.0	1.3	-	14.0	100.0	
	Toplam	Sayı 46	137	67	4	-	46	300	
		% 15.3	45.7	22.4	1.3	-	15.3	100.0	
		X ² = 0.105			SD=3		P>0.05		
Peynir	Çalışan	Sayı 6	97	46	-	1	-	150	
		% 4.0	64.6	30.7	-	0.7	-	100.0	
	Çalışmayan	Sayı 11	100	37	-	2	-	150	
		% 7.3	66.7	24.7	-	1.3	-	100.0	
	Toplam	Sayı 17	197	83	-	3	-	300	
		% 5.7	65.6	27.7	-	1.0	-	100.0	
		X ² = 2.826			SD=3		P>0.05		

Genel örnekleme kadınların çoğunluğu (% 65.6) peynir satın almak için süpermarketleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 4.22). Çalışan ve çalışmayan kadınlarda bu oranlar % 64.6 ve % 66.7'dir. Peynir satın almak için hipermarketleri tercih edenlerin oranı çalışanlarda % 30.7, çalışmayanlarda % 24.7; bakkalı tercih edenlerin oranı çalışanlarda % 4.0, çalışmayanlarda % 7.3 olarak belirlenmiştir.

Çizelge 4.23. Çalışma durumuna göre kadınların et ve et ürünlerini satın aldıkları yerler

Satin Alınan Yer		Satin Alınan Yer		Kasap	Süper- market	Hiper- market	Pazar Seyyar Satıcı	Balıkçı	Kantin	Tüket- mez	Toplam
		Çalışma Durumu	Satin Alınan Yer								
Kırmızı et	Çalışan	Sayı	48	64	36	-	-	-	2	150	
		%	32.0	42.7	24.0	-	-	-	1.3	100.0	
	Çalışmayan	Sayı	73	43	31	-	-	3	-	150	
		%	48.7	28.7	20.6	-	-	2.0	-	100.0	
Toplam		Sayı	121	107	67	-	-	3	2	300	
		%	40.3	35.7	22.3	-	-	1.0	0.7	100.0	
		$X^2= 14.660$		$SD=4$		$P<0.01$					
Tavuk	Çalışan	Sayı	30	80	39	-	-	1	-	150	
		%	20.0	53.3	26.0	-	-	0.7	-	100.0	
	Çalışmayan	Sayı	57	56	32	4	-	1	-	150	
		%	38.0	37.3	21.3	2.7	-	0.7	-	100.0	
Toplam		Sayı	87	136	71	4	-	2	-	300	
		%	29.0	45.3	23.7	1.3	-	0.7	-	100.0	
		$X^2= 17.305$		$SD=4$		$P<0.01$					
Balık	Çalışan	Sayı	-	37	23	15	71	-	4	150	
		%	-	24.7	15.3	10.0	47.3	-	2.7	100.0	
	Çalışmayan	Sayı	-	36	30	30	52	-	2	150	
		%	-	24.0	20.0	20.0	34.7	-	1.3	100.0	
Toplam		Sayı	-	73	53	45	123	-	6	300	
		%	-	24.3	17.7	15.0	41.0	-	2.0	100.0	
		$X^2= 9.540$		$SD=4$		$P<0.05$					
Sucuk	Çalışan	Sayı	2	97	48	-	-	-	3	150	
		%	1.3	64.7	32.0	-	-	-	2.0	100.0	
	Çalışmayan	Sayı	1	100	41	-	-	2	6	150	
		%	0.7	66.7	27.3	-	-	1.3	4.0	100.0	
Toplam		Sayı	3	197	89	-	-	2	9	300	
		%	1.0	65.7	29.6	-	-	0.7	3.0	100.0	
		$X^2= 3.930$		$SD=4$		$P>0.05$					
Salam-Sosis	Çalışan	Sayı	1	93	44	-	-	-	12	150	
		%	0.7	62.0	29.3	-	-	-	8.0	100.0	
	Çalışmayan	Sayı	-	92	42	-	-	1	15	150	
		%	-	61.3	28.0	-	-	0.7	10.0	100.0	
Toplam		Sayı	1	185	86	-	-	1	27	300	
		%	0.3	61.7	28.7	-	-	0.3	9.0	100.0	

Kadınların et ve et ürünleri satın aldıkları yerler çalışma durumu değişkeni gözönüne alınarak Çizelge 4.23'de verilmiştir.

Çizelgeden de görüldüğü gibi genel örneklemede kadınların % 40.3'ü kırmızı et satın almak için kasapı tercih etmektedirler. Çalışmayan grupta da kırmızı et satın alınan yerler arasında kasap en yüksek oranı almış olmasına rağmen (% 48.7) çalışanlarda süpermarketler (% 42.7) ilk sırada yer almıştır. Hipermarketlerin, hem çalışanlarda (% 24.0) hem de çalışmayanlarda

(% 20.6) kırmızı et satın alınan yerler arasında üçüncü tercih olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamına alınan kadınların kırmızı et satın aldıkları yerlerin çalışma durumuna bağlı olarak değiştiği ve istatistiksel olarak önemli olduğu khi-kare analizi ile belirlenmiştir ($P<0.01$).

Araştırma kapsamına alınan kadınların yarıya yakını (% 45.3) tavuğu süpermarketten, % 29.0'u kasaptan, % 23.7'si hipermarketten satın aldıklarını belirtmişlerdir. Çalışan kadınların yarıdan fazlası (% 53.3) süpermarketten, % 20.0'si kasaptan; çalışmayan kadınların % 38.0'i kasaptan, % 37.3'ü süpermarketten tavuk almaktadır. Hipermarketlerden tavuk satın alan çalışan kadınların oranı % 26.0, çalışmayan kadınların oranı ise % 21.3 olarak belirlenmiştir. Çalışma durumu ile tavuk satın alınan yerler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak önemli olduğu belirlenmiştir ($P<0.01$).

Balık satın alınan yerler Çizelge 4.23'den incelendiğinde; genel örnekleme kadınların % 41.0'inin balığı balıkçıdan satın aldığı görülmektedir. Çalışan ve çalışmayan kadınlarda balığı balıkçıdan satın alan kadınların oranı sırası ile % 47.3 ve % 34.7'dir. Balığı süpermarketten satın alanlar çalışanlarda (% 24.7) ve çalışmayanlarda (% 24.0) hemen hemen eşit orandadırlar. Yapılan khi-kare analizi sonucunda, kadınların balık satın aldıkları yerlerin çalışma durumuna göre önemli ölçüde değiştiği saptanmıştır ($P<0.05$).

Çizelge 4.23'den görüldüğü gibi sucuk ve salam-sosis satın alınan yerler içinde de ilk sırayı süpermarketler (sırasıyla % 65.7, % 61.7), ikinci sırayı hipermarketler almıştır (% 29.6, % 28.7). Çalışma durumu dikkate alındığında da genel örnekleme benzer sonuçlar elde edildiği görülmektedir.

Kadınların sebze-meyve ile patates-soğan satın aldıkları yerler Çizelge 4.24'de olduğu gibidir.

Çizelge 4.24'den görüldüğü gibi sebze-meyve satın alınan yerler arasında ilk sırayı pazar (% 53.0), ikinci sırayı süpermarketler almıştır (% 22.3). Çalışma durumu dikkate alındığında da genel örneklem ile benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır.

Patates-kuru soğan satın alınan yerler Çizelge 4.24'den incelendiğinde, sebze-meyve satın alınan yerlerle paralellik göstermektedir. Genel örneklem dikkate alındığında ilk sırayı pazarın (% 52.7), ikinci sırayı süpermarketlerin (% 19.7) aldığı görülmektedir. Çalışma durumuna göre Çizelgeye bakıldığında, çalışanların (% 53.3) ve çalışmayanların (% 52.0) yarıdan fazlasının patates-soğanı pazardan aldıkları izlenmektedir.

Çizelge 4.24. Çalışma durumuna göre kadınların sebze-meyve, patates-soğan satın aldıkları yerler

			Pazar	Süper- market	Hiper- market	Manav	Seyyar Satıcı	Toplam
Sebze-Meyve	Çalışan	Sayı	79	37	21	12	1	150
		%	52.6	24.7	14.0	8.0	0.7	100.0
	Çalışmayan	Sayı	80	30	26	13	1	150
		%	53.3	20.0	17.3	8.7	0.7	100.0
Toplam	Sayı	159	67	47	25	2	300	
	%	53.0	22.3	15.7	8.3	0.7	100.0	
			X ² =1.310		SD=4	P>0.05		
Patates-Soğan	Çalışan	Sayı	80	30	19	7	14	150
		%	53.3	20.0	12.7	4.7	9.3	100.0
	Çalışmayan	Sayı	78	29	24	10	9	150
		%	52.0	19.3	16.0	6.7	6.0	100.0
Toplam	Sayı	158	59	43	17	23	300	
	%	52.7	19.7	14.3	5.6	7.7	100.0	
			X ² =2.240		SD=4	P>0.05		

Kadınların kurubaklagil ve bazı tahılları (pirinç, bulgur, makarna) satın aldıkları yerler Çizelge 4.25'de olduğu gibidir.

Çizelgeden de anlaşılacağı üzere, kurubaklagil satın alınan yerler içinde en yüksek oranı hem genel örneklemede (% 58.7) hem de çalışanlarda (% 60.0) ve çalışmayanlarda (% 57.3) süpermarketler almıştır. Onu, hipermarket (% 30.0) izlemektedir.

Araştırma kapsamına alınan kadınlara makarnayı daha çok nereden satın aldıkları sorulmuş ve % 64.7'sinin süpermarketten, % 30.7'sinin hipermarketten satın aldığı belirlenmiştir. Çalışma durumu dikkate alındığında da; en yüksek oranı süpermarketten makarna satın alanların aldığı (çalışan % 66.7, çalışmayan % 62.7) saptanmıştır. Çalışan grupta makarnayı bakkaldan satın alana rastlanmazken, çalışmayan grupta bu oran % 9.3 olarak belirlenmiş olup, makarna satın alınan yerler arasındaki farkın istatistiksel olarak önemli olduğu saptanmıştır (P<0.01).

Çizelge 4.25. Çalışma durumuna göre kadınların kurubaklagil ve pirinç, bulgur, makarna satın aldıkları yerler

			Bakkal	Süper- market	Hiper- market	Pazar- Seyyar	Hal	Memleket- ten gelir	Toplam
Kurubaklagil	Çalışan	Sayı	1	90	45	6	8	-	150
		%	0.7	60.0	30.0	4.0	5.3	-	100.0
	Çalışmayan	Sayı	2	86	45	10	7	-	150
		%	1.3	57.3	30.0	6.7	4.7	-	100.0
Toplam	Sayı	3	176	90	16	15	-	300	
	%	1.0	58.7	30.0	5.3	5.0	-	100.0	
			X ² =1.491 SD=4		P>0.05				
Makarna	Çalışan	Sayı	-	100	50	-	-	-	150
		%	-	66.7	33.3	-	-	-	100.0
	Çalışmayan	Sayı	14	94	42	-	-	-	150
		%	9.3	62.7	28.0	-	-	-	100.0
Toplam	Sayı	14	194	92	-	-	-	300	
	%	4.6	64.7	30.7	-	-	-	100.0	
			X ² =14.881 SD=2		P<0.01				
Pirinç	Çalışan	Sayı	-	88	46	10	6	-	150
		%	-	58.7	30.6	6.7	4.0	-	100.0
	Çalışmayan	Sayı	5	95	42	4	4	-	150
		%	3.3	63.3	28.0	2.7	2.7	-	100.0
Toplam	Sayı	5	183	88	14	10	-	300	
	%	1.7	61.0	29.3	4.7	3.3	-	100.0	
			X ² =8.421 SD=4		P>0.05				
Bulgur	Çalışan	Sayı	1	88	45	6	-	10	150
		%	0.7	58.7	30.0	4.0	-	6.6	100.0
	Çalışmayan	Sayı	5	92	41	5	-	7	150
		%	3.3	61.4	27.3	3.3	-	4.7	100.0
Toplam	Sayı	6	180	86	11	-	17	300	
	%	2.0	60.0	28.7	3.6	-	5.7	100.0	
			X ² =3.562 SD=4		P>0.05				

Genel örnekleme kadınların çoğunluğu (% 61.0) pirinç satın alırken süpermarketleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 4.25). Çalışan ve çalışmayan kadınlarda bu oranlar % 58.7 ve % 63.3'dür. Pirinç satın almak için hipermarketleri tercih edenlerin oranı çalışanlarda % 30.6, çalışmayanlarda % 28.0, seyyar satıcı ve pazarı tercih edenlerin oranı çalışanlarda % 6.7, çalışmayanlarda % 2.7 olarak belirlenmiştir.

Araştırma kapsamına alınan kadınların % 60.0'ı bulguru süpermarketten, % 28.7'si hipermarketten satın aldıklarını, % 5.7'si memleketten geldiğini belirtmişlerdir. Çalışma durumu dikkate alındığında da genel örneklem ile benzer sonuçlar elde edildiği görülmektedir.

Çizelge 4.26'da araştırma kapsamına alınan kadınların yağ ve zeytin satın aldıkları yerler verilmiştir.

Çizelge 4.26. Çalışma durumuna göre kadınların yağ ve zeytin satın aldıkları yerler

		Bakkal	Süper- market	Hiper- market	Pazar Seyyar	Köyden gelir	Kantin	Tüketil- mez	Toplam	
Sıvı yağ	Çalışan	Sayı	4	101	44	-	-	1	-	150
		%	2.7	67.3	29.3	-	-	0.7	-	100.0
	Çalışmayan	Sayı	6	98	44	-	-	2	-	150
		%	4.0	65.4	29.3	-	-	1.3	-	100.0
Toplam	Sayı	10	199	88	-	-	3	-	300	
	%	3.3	66.4	29.3	-	-	1.0	-	100.0	
		X ² =0.442		SD=2	P>0.05					
Margarin	Çalışan	Sayı	2	97	44	-	-	1	6	150
		%	1.3	64.7	29.3	-	-	0.7	4.0	100.0
	Çalışmayan	Sayı	10	93	39	-	-	1	7	150
		%	6.7	62.0	26.0	-	-	0.7	4.6	100.0
Toplam	Sayı	12	190	83	-	-	2	13	300	
	%	4.0	63.3	27.7	-	-	0.7	4.3	100.0	
		X ² =5.796		SD=4	P>0.05					
Tereyağ	Çalışan	Sayı	-	96	38	2	6	-	8	150
		%	-	64.0	25.4	1.3	4.0	-	5.3	100.0
	Çalışmayan	Sayı	4	86	39	4	7	-	10	150
		%	2.7	57.3	26.0	2.7	4.6	-	6.7	100.0
Toplam	Sayı	4	182	77	6	13	-	18	300	
	%	1.3	60.7	25.6	2.0	4.4	-	6.0	100.0	
		X ² =5.528		SD=5	P>0.05					
Zeytin	Çalışan	Sayı	-	101	46	1	-	2	-	150
		%	-	67.3	30.7	0.7	-	1.3	-	100.0
	Çalışmayan	Sayı	3	101	42	1	-	3	-	150
		%	2.0	67.3	28.0	0.7	-	2.0	-	100.0
Toplam	Sayı	3	202	88	2	-	5	-	300	
	%	1.0	67.3	29.3	0.7	-	1.7	-	100.0	
		X ² =3.382		SD=4	P>0.05					

Çizelge 4.26 incelendiğinde genel örnekleme kadınların % 66.4'ünün sıvı yağ satın almak için süpermarketleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Çalışan ve çalışmayan kadınlarda bu oran % 67.3 ve % 65.4'tür. Sıvı yağı hipermarketten satın alanların oranı çalışanlarda ve çalışmayanlarda % 29.3 olarak belirlenmiştir.

Genel kapsamda kadınların çoğunluğu (% 63.3) margarini süpermarketten satın almaktadır. Çalışan ve çalışmayan kadınlarda da margarin satın alınan yerler arasında ilk sırayı süpermarketler almıştır (% 64.7, % 62.0). Margarini hipermarketten satın aldıklarını belirtenlerin oranı çalışanlarda % 29.3, çalışmayanlarda % 26.0'dır. Evlerinde margarin tüketilmeyen kadınların oranı çalışanlarda % 4.0, çalışmayanlarda % 4.7 olarak belirlenmiştir.

Araştırma kapsamına alınan kadınlara tereyağını, daha çok nereden aldıkları sorulmuş ve % 60.7'sinin süpermarketten, % 25.6'sının hipermarketten satın

aldığı bulunmuştur (Çizelge 4.26). Kadınların % 6.0'sı evlerinde tereyağ tüketilmediğini belirtmişlerdir. Çalışma durumu dikkate alındığında da tereyağını süpermarketten alanların en yüksek (çalışan % 64.0 çalışmayan % 57.3) oranda olduğu saptanmıştır. Bunu, hipermarketler izlemektedir (Çalışan % 25.4, çalışmayan % 26).

Çizelge 4.26'dan da anlaşılacağı üzere araştırma kapsamına alınan kadınların % 67.3'ü zeytini süpermarketten, % 29.3'ü hipermarketten satın aldıklarını belirtmişlerdir. Çalışma durumu dikkate alındığında da genel örneklem ile benzer sonuçlar elde edildiği görülmektedir.

Çizelge 4.27'den kadınların yumurta satın aldıkları yerler genel olarak incelendiğinde, kadınların % 57.7'sinin yumurtayı süpermarketten, % 25.7'sinin hipermarketten, % 11.7'sinin bakkaldan satın aldıkları görülmektedir. Çizelge çalışma durumuna göre incelendiğinde de yumurtayı süpermarketten satın alanların oranı yüksek olup (çalışan % 56.0, çalışmayan % 59.3), hipermarket (% 26.0, % 25.3) ve bakkaldan (% 12.7, % 10.7) satın alanlar ikinci ve üçüncü sırada yer almıştır.

Çizelge 4.27. Çalışma durumuna göre kadınların yumurta satın aldıkları yerler

		Bakkal	Süper- market	Hiper- market	Pazar Seyyar	Kantin	Toplam
Yumurta	Çalışan	Sayı 19	84	39	4	4	150
		% 12.7	56.0	26.0	2.6	2.7	100.0
	Çalışmayan	Sayı 16	89	38.0	4	3	150
		% 10.7	59.3	25.3	2.7	2.0	100.0
	Toplam	Sayı 35	173	77	8	7	300
		% 11.7	57.7	25.7	2.6	2.3	100.0
		X ² =0.557		SD=4		P>0.05	

4.2.11. Kadınların yiyecek satın alırken dikkat ettikleri faktörler

Araştırma kapsamına alınan kadınların bazı yiyecekleri satın alırken dikkat ettikleri faktörler Çizelge 4.28'de gösterilmiştir.

Çizelge 4.28. Çalışma durumuna göre kadınların bazı yiyecekleri satın alırken dikkat ettikleri faktörler (%)

Çalışma Durumu		Faktörler											
		Üretim ve son kullanma tarihi	TSE damgası	Marka	Fiyat	Tazelik	Lezzet	Renk	Temizlik	Ambalaj büyüklüğü	Görünüm	Dikkat etmez	Tüketilmez
Süt	Çalışan	87.3	32.0	39.3	30.0	48.7	28.7	3.3	46.0	3.3	10.0	0.7	-
	Çalışmayan	80.7	38.7	42.7	32.7	44.7	18.0	3.3	34.7	2.7	6.7	-	-
Yoğurt	Çalışan	81.3	28.7	37.3	28.0	46.0	34.7	3.3	40.0	6.0	9.3	-	-
	Çalışmayan	78.7	36.7	46.0	31.3	35.3	22.7	2.0	33.3	4.0	6.0	1.3	-
Peynir	Çalışan	52	20.0	32.7	40.7	46.7	70.0	7.3	43.3	4.0	20.7	-	-
	Çalışmayan	54.0	28.0	37.3	38.0	45.3	61.3	7.3	36.0	2.7	11.3	0.7	-
Kırmızı et	Çalışan	25.3	12.7	9.3	34.7	58.0	32.7	18.0	46.0	2.0	41.3	1.3	1.3
	Çalışmayan	27.3	21.3	9.3	34.0	54.0	22.0	24.7	45.3	2.0	48.0	0.7	-
Tavuk	Çalışan	54.0	17.3	32.7	36.7	60.0	32.0	16.0	44.0	3.3	38.0	0.7	-
	Çalışmayan	54.7	21.3	28.7	32.7	54.7	22.7	20.0	41.3	2.7	38.0	0.7	-
Balık	Çalışan	10.0	4.0	2.0	34.7	74.7	32.0	16.7	38.0	-	44.7	-	2.7
	Çalışmayan	12.0	6.0	6.0	30.0	84.7	20.7	21.3	38.0	-	46.7	0.7	1.3
Sucuk	Çalışan	63.3	28.7	50.7	42.7	30.0	32.7	10.0	32.0	3.3	19.3	-	2.0
	Çalışmayan	64.7	31.3	58.7	38.7	34.0	22.7	5.3	30.7	2.0	14.0	-	4.0
Sosis salam	Çalışan	60.7	28.0	46.0	38.7	31.3	30.7	8.7	27.3	4.0	16.7	-	8.0
	Çalışmayan	62.7	30.0	55.3	34.0	30.7	20.0	5.3	26.7	4.0	12.7	-	10.0
Yumurta	Çalışan	21.3	9.3	6.0	27.3	69.3	10.0	10.0	36.7	4.0	36.0	2.0	-
	Çalışmayan	22.0	9.3	7.3	28.7	66.7	12.7	15.3	47.3	1.3	42.0	0.7	-
Kurubaklagiller	Çalışan	35.3	14.0	26.7	39.3	22.7	22.0	7.3	42.7	4.0	40.0	1.3	-
	Çalışmayan	32.7	12.0	23.3	33.3	24.0	17.3	6.0	40.0	1.3	44.0	1.3	-

Çizelge 4.28. (Devam) Çalışma durumuna göre kadınların bazı yiyecekleri satın alırken dikkat ettikleri faktörler (%)

Faktörler		Çalışma Durumu											
		Üretim ve son kullanma tarihi	TSE damgası	Marka	Fiyat	Tazelik	Lezzet	Renk	Temizlik	Ambalaj büyüklüğü	Görünüm	Dikkat etmez	Tüketilmez
Pirinç	Çalışan	34.0	16.0	30.0	39.3	20.7	20.7	7.3	36.0	3.3	40.0	2.7	-
	Çalışmayan	38.7	20.7	36.7	34.7	20.0	18.7	7.3	42.0	2.7	43.3	0.7	-
Bulgur	Çalışan	30.0	15.3	26.7	34.7	20.0	18.0	6.0	44.0	3.3	37.3	4.0	-
	Çalışmayan	34.0	19.3	34.0	32.0	18.0	17.3	6.0	42.0	2.0	39.3	0.7	-
Makama	Çalışan	48.0	22.0	51.3	40.7	16.7	22.7	6.0	23.3	4.7	22.7	2.7	-
	Çalışmayan	56.7	24.7	64.0	34.0	19.3	15.3	4.0	22.7	3.3	16.7	0.7	-
Sebzemeçve	Çalışan	-	-	-	36.0	84.0	26.0	11.3	38.0	-	46.0	0.7	-
	Çalışmayan	-	-	-	30.7	67.7	17.3	12.0	44.7	-	51.3	-	-
Patatessoğan	Çalışan	-	-	-	38.0	60.0	23.3	19.3	20.0	1.3	49.3	1.3	-
	Çalışmayan	-	-	-	30.7	46.7	13.3	24.0	23.3	0.7	52.0	1.3	-
Sıvıyağ	Çalışan	51.3	29.3	54.7	40.7	15.3	18.7	10.7	24.7	16.0	12.7	1.3	-
	Çalışmayan	54.7	27.3	58.7	39.3	22.0	16.7	6.7	22.7	29.3	8.7	-	-
Margarin	Çalışan	54.0	24.0	56.7	35.3	16.0	18.0	2.7	17.3	6.0	7.3	1.3	4.0
	Çalışmayan	58.0	23.3	58.7	36.0	20.0	17.3	2.7	20.7	9.3	6.7	-	4.7
Tereyağ	Çalışan	58.0	24.7	44.7	40.0	28.0	28.7	10.0	21.3	8.0	12.0	1.3	5.3
	Çalışmayan	54.7	22.0	53.3	31.3	26.7	19.3	6.7	21.3	10.0	10.0	-	6.7
Zeytin	Çalışan	22.7	10.7	20.7	39.3	36.0	75.3	8.7	38.0	2.0	36.7	-	-
	Çalışmayan	22.7	16.0	22.0	36.7	29.3	69.3	10.0	28.7	3.3	28.7	-	-

Çizelge 4.28'in incelenmesinden görüldüğü gibi süt (çalışan % 87.3, çalışmayan % 80.7), yoğurt (% 81.3, % 78.7), sucuk (% 63.3, % 64.7), salam-sosis (% 60.7, % 62.7) ve tereyağında (% 58.0, % 54.7) üretim ve son kullanma tarihi kadınların en yüksek oranda dikkat ettikleri faktörlerdir. En yüksek oranda tazeliğine dikkat edilen yiyecekler et (% 58.0, % 54.0), tavuk

(% 60.0, % 54.7), balık (% 74.7, % 84.7), yumurta (% 69.3, % 66.7) ve sebze-meyve (% 84.0, % 67.7)'dir. Peynir (% 70.0, % 61.3) ve zeytinde (% 75.3, % 69.3) kadınların yarısından çoğu lezzete önem verdiklerini belirtmişlerdir. Kurubaklagil (% 42.7, % 40.0), pirinç (% 36.0, % 42.0) ve bulgur (% 44.0, % 42.0)'da temizlik satın alırken dikkat edilen faktörler arasında ilk sırayı almıştır. Makarna (% 51.3, % 64.0), sıvı yağ (% 54.7, 58.7) ve margarin (% 56.7, % 58.7) satın alırken dikkat edilen faktörler içinde en yüksek oranı markanın aldığı belirlemiştir.

4.2.12. Kadınların yiyecek ambalajı üzerindeki yazıları okuma durumları

Üretim ve tüketim zincirindeki en önemli araçlardan biri olan ambalaj, sağlıklı tüketimin ve yaşam düzeyinin bir göstergesidir (Özgen ve Ufuk 1997). Ambalajlama, gıda maddelerinin içinde tutma, koruma ve bilgi verme amacıyla ambalaj materyali kullanılarak sarılmalarını ve/veya kaplara yerleştirilmelerini; etiket, gıda maddesini tanıtıcı her türlü yazılı veya basılı bilgi, marka, damga ve işaretleri içeren ve gıda ile birlikte sunulan veya ambalajında basılı bulunan tanıtım bildirimini ifade eder (Anonim 1997). Yiyeceklerin ambalajlanması ve etiketlenmesi doğrudan doğruya insan sağlığı ile ilgili olduğu için büyük önem taşımaktadır.

Çizelge 4.29'da araştırmaya katılan kadınların besin ambalajları üzerindeki yazıları okuma durumlarına göre dağılımları verilmiştir.

Çizelge 4.29. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek ambalajı üzerindeki yazıları okuma durumları

Yiyecek ambalajı okuma durumu	Çalışan		Çalışmayan		Toplam		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Okurum	139	92.7	140	93.3	279	93.0	
Okumam	11	7.3	10	6.7	21	7.0	
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0	
		$X^2= 0.51$		SD=1		P>0.05	

Çizelge 4.29'dan da görüldüğü gibi genel örnekleme kadınların % 93.0'ü yiyecek ambalajı üzerindeki yazıları okumakta, % 7.0'si ise okumamaktadır.

Çalışma durumuna göre, çizelge incelendiğinde bulguların hemen hemen aynı olduğu görülmekte olup, yazıları okuyanların oranı çalışan kadınlarda

% 92.7, çalışmayanlarda % 93.3'tür. Ambalaj üzerindeki yazıları okuma durumunun çalışma ile bağlantılı olmadığı yapılan istatistiksel analizle de bulunmuştur ($P>0.05$).

Çelik ve Ünver (1994) yiyecek ambalajı üzerindeki yazıları okuyanların oranını % 91.6; Michthel et al (1994) % 89.0; Hasipek ve Özçelik (1997) % 92.6, Sağlam vd (1999) % 72.0 olarak belirlemiş olup, bizim bulgularımızla benzerlik göstermektedir.

Yiyecek ambalajı üzerindeki yazıları okuduklarını ifade eden kadınların (279 kişi) hangi bilgileri okudukları Çizelge 4.30'da gösterilmiştir.

Çizelge 4.30. Çalışma durumuna göre kadınları yiyecek ambalajı üzerinde neleri okudukları

Çalışma Durumu Ambalajda Nelerin Okunduğu	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Her yönüyle okurum	79	56.8	95	67.9	174	62.4
Sadece üretim ve son kullanma tarihini okurum	54	38.8	34	24.3	88	31.5
Sadece hazırlama tarifini okurum	3	2.2	5	3.6	8	2.9
Besin değerini ve içeriğini okurum	3	2.2	6	4.2	9	3.2
Toplam	139	100.0	140	100.0	279	100.0
	$X^2= 8.013$		SD=4		P>0.05	

Çizelge 4.30'dan da görüldüğü gibi genel örnekleme ambalaj üzerindeki yazıları her zaman her yönüyle okuyanların oranı % 62.4, sadece üretim ve son kullanma tarihini okuyanların oranı % 31.5, hazırlanmış tarifini okuyanların oranı % 2.9, besin değerini ve içeriğini okuyanların oranı % 3.2'dir.

Çalışma durumu dikkate alındığında ambalaj üzerindeki yazıların hepsini okuyanların oranı çalışmayanlarda (% 67.9) çalışanlardan (% 56.8), sadece üretim ve son kullanma tarihini okuyanlar ise çalışanlarda (% 38.8), çalışmayanlardan (% 24.3) yüksektir. Sadece hazırlama tarifini okuyanlar (çalışan % 2.2, çalışmayan % 3.6) ile besin değeri ve içeriğini okuyanların (çalışan % 2.2, çalışmayan % 4.2) oranları düşüktür.

Çelik ve Ünver (1994)'in Ankara'da yaptığı çalışmada yiyecek ambalajı üzerindeki yazıları her yönüyle okuyanların oranı bizim çalışmamız bulgularına yakın olmakla birlikte (% 49.8), çalışanların oranının (% 53.6), çalışmayanlardan yüksek olması (% 45.5) nedeniyle farklılık göstermiştir.

4.2.13. Satın alınan yiyecek maddesinin bozuk çıkma durumu

Araştırmaya katılan kadınlara “şimdiye kadar aldığınız herhangi bir yiyecek bozuk çıktı mı?” diye sorulmuş, alınan cevaplar mutlak ve yüzde değerlerle Çizelge 4.31’de verilmiştir.

Çizelge 4.31. Çalışma durumuna göre kadınların satın aldıkları yiyecek maddelerinin bozuk çıkma durumu

Çalışma Durumu \ Yiyecek	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Bozuk çıktı	56	37.3	63	42.0	119	39.7
Bozuk çıkmadı	94	62.7	87	58.0	181	60.3
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	X ² =0.682		SD=1		P>0.05	

Çizelge 4.31’den de görüldüğü gibi genel örneklemede şimdiye kadar “satın aldığım yiyecek maddelerinden bozuk çıkan olmadı” diyen kadın oranı % 60.3; bozuk çıktı diyenlerin oranı ise % 39.7’dir.

Çalışma durumu dikkate alındığında, bozuk çıkan yiyeceğe rastlayanların oranı çalışanlarda % 37.3, çalışmayanlarda % 42.0 olarak belirlenmiştir.

Bozuk çıkan yiyeceklerle ilgili olarak kadınların davranışları Çizelge 4.32’de olduğu gibidir.

Kadınların % 70.6’sının yiyeceklerin bozuk çıkması halinde aldıkları yere iade ettikleri, % 19.3’ünün hiç bir şey yapmadığı, % 7.6’sının bir kuruluşa bildirdiği belirlenmiştir.

Çalışma durumu değişkenine göre Çizelge 4.32 incelendiğinde, çalışan kadınların % 73.2’sinin, çalışmayan kadınların % 68.3’ünün bozuk çıkan yiyeceği iade ettikleri, çalışanların % 16.1’inin, çalışmayanların % 22.2’sinin hiç bir şey yapmadığı, çalışanların % 7.1’inin çalışmayanların % 7.9’unun bir kuruluşa bildirdiği belirlenmiştir.

Bu çalışmada, bozuk çıkan yiyeceğe rastlayan kadın oranı (% 39.7), Çelik ve Ünver’in (1994) çalışmalarında elde edilen sonuçtan (% 70.9) oldukça düşük bulunmuştur. Bu sonuç, hem üreticilerin, hem nakliyecilerin hem de

ürünleri raflara yerleştiren market sahiplerinin, gıda maddelerinin son kullanma tarihlerine daha duyarlı olmalarından kaynaklanmış olabilir. Yine bu çalışmada, bozuk çıkan ürün karşısında hiçbir şey yapmadıklarını belirten kadın oranı % 19.3 iken, Çelik ve Ünver (1994) çalışmalarında bu oranı % 67.5 olarak belirlemişlerdir. Araştırmamız sonuçlarından bozuk çıkan ürünü iade eden ve bu durumu yetkili kuruluşa bildiren kadınların oranı yüksek bulunmuştur. Bu veriler, tüketicilerin bozuk bir ürün satın aldıklarında, bunu yetkili bir kuruluşa bildirenlerin oranında çok büyük bir artış olmasa da iade edecek kadar bilinçlendiklerinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Çizelge 4.32. Çalışma durumuna göre kadınların bozuk çıkan yiyeceklerle ilgili davranışları

Çalışma Durumu Bozuk Yiyecek Maddesine Karşı Davranış	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Hiçbir şey yapmadım	9	16.1	14	22.2	23	19.3
Bir kuruluşa bildirdim	4	7.1	5	7.9	9	7.6
İade ettim	41	73.2	43	68.3	84	70.6
Ne yapacağımı bilemedim	2	3.6	1	1.6	3	2.5
Toplam	56	100.0	63	100.0	119	100.0
	$X^2=1.171$		SD=3		P>0.05	

4.2.14. Kadınların yiyecek reklamlarından etkilenme durumu

Tüketicilerin besin seçiminde rol oynayan etmenlerden biri de yapılan reklamlardır. Reklam, malı topluma tanıtmak ve talep yaratmak veya ürünleri, hizmetleri ve fikirleri tanıtmak ve sürümlerini artırmak için, çeşitli araçlarla alıcılara yöneltilmiş şahsi olmayan bir haberleşme aracıdır (Çelik ve Ünver 1991).

Araştırma kapsamına alınan "radyo, televizyon, gazete vb'de yayınlanan reklamlardan etkilenir misiniz?" diye sorulmuş, alınan cevaplar Çizelge 4.33'de verilmiştir.

Çizelge 4.33'e genel olarak bakıldığında kadınların % 15.6'sının yiyecek reklamlarından etkilendiği, % 41.7'sinin bazen etkilendiği, % 42.7'sinin ise etkilenmediği görülmektedir. Çalışma durumu dikkate alınarak çizelge incelendiği zaman, çalışan kadınlarda yiyecek reklamlarından bazen etkilenenlerin oranı % 43.3, etkilenmeyenlerin oranı % 39.4, etkilenenlerin oranı ise % 17.3'dür. Çalışmayanlarda ise aynı oranlar sırasıyla % 40.0,

% 46.0 ve % 14.0'dür. Reklamlardan etkilenme durumu ile iki grup arasındaki farkın önemli olmadığı yapılan X^2 analizi ile bulunmuştur ($P>0.05$).

Çizelge 4.33. Çalışma durumuna göre kadınların yiyecek reklamlarından etkilenme durumları

Çalışma Durumu Reklamlardan Etkilenme	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Etkilenir	26	17.3	21	14.0	47	15.6
Bazen etkilenir	65	43.3	60	40.0	125	41.7
Etkilenmez	59	39.4	69	46.0	128	42.7
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2= 1.513$		SD=2		P>0.05	

Yiyecek reklamlarından etkilendiklerini veya bazen etkilendiklerini söyleyen kadınların (çalışan= 91, çalışmayan= 81) etkilenip satın aldıkları yiyecekler Çizelge 4.34'de görülmektedir.

Çizelge 4.34. Çalışma durumuna göre kadınların reklamlarından etkilenip satın aldıkları yiyecekler

Çalışma durumu Yiyecekler	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Süt	8	8.8	11	13.6	19	11.0
Yoğurt	15	16.5	28	34.6	43	25.0
Yağ	21	23.1	14	17.3	35	20.3
Sucuk-sosis-salam	12	13.2	9	11.1	21	12.2
Cips	14	15.4	7	8.6	20	11.6
Kek-bisküvi	4	4.4	9	11.1	13	7.6
Çikolata-gofret	9	9.9	8	9.9	17	9.9
Makarna	7	7.7	2	2.5	9	5.2
Meyve suyu-kola	5	5.5	2	2.5	7	4.1
Peynir	4	4.4	1	1.2	5	2.9
Donmuş gıda	5	5.5	-	-	5	2.9
Et-tavuk balık	6	6.6	3	3.7	9	5.2
Hazır çorba	5	5.5	4	4.9	9	5.2
Salça-ketçap	3	3.7	5	5.5	8	4.6

Çizelgeden görüldüğü gibi reklamından etkilenilerek satın alınan yiyecekler içinde en yüksek oranı yoğurt (% 25.0) almıştır. İkinci sırada yağ (% 20.3), üçüncü sırada sucuk-salam-sosis (% 12.2), dördüncü sırada cips (% 11.6) ve beşinci sırada süt (% 11.0) yer almıştır. Çizelge 4.34 çalışma durumuna göre değerlendirildiği zaman; çalışmayanlarda en yüksek oranı yine yoğurt almış (% 34.6), onu yağ (% 17.3) ve süt (%13.6) izlemiştir. Çalışanlarda ise reklamlarından etkilenip satın alınan yiyecekler içinde ilk sırayı yağ (% 23.1), yoğurt (% 16.5) ve cips (% 15.4)'in aldığı belirlenmiştir.

4.3. Kadınların Yiyecek Hazırlama Uygulamaları

Bu bölümde; kadınların evlerinde bulunan araç gereçler yemek pişirmede kullandıkları kap türleri, menü planı yapıp yapmadıkları ve menü planlarken pişirecekleri yemekleri kimin belirlediği; yemekleri kaç günlük hazırladıkları, yemek hazırlamaya ne kadar zaman ayırdıkları ve genellikle ne tür yemek pişirdikleri, hazır gıda tüketme ve hazır gıda üzerindeki hazırlama ve pişirme tariflerine uyma durumları, donmuş yiyecek pişirmek için hangi yolu izledikleri, yemeklere ne tür yağ kullandıkları, sebze hazırlama ve pişirme uygulamaları, makarna pişirme yöntemleri, kurubaklagil pişirme yöntemleri, sütlü tatlı pişirmede şeker ilave etme zamanı, yayın organlarındaki beslenme konularına ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

4.3.1. Kadınların evlerinde bulunan mutfak araç gereçleri

Araştırmaya alınan kadınların evlerinde bulunan bazı mutfak araç gereçleri mutlak ve % değerlerle Çizelge 4.35'de verilmiştir.

Çizelge 4.35'den de görüldüğü gibi, fırın (% 97.3), tost makinası (% 87.7), meyve sıkacağı (% 85.0), mutfak robotu (% 81.7), bulaşık makinası (% 72.3) mutfaklarda en çok bulunan araç-gereçlerdir. En az bulunanların ise sırası ile; tüplü grill (% 13.3), mikrodalga fırın (% 27.0), et kıyma makinası (% 28.0) olduğu belirlenmiştir.

Çalışma durumu gözönüne alındığında da araç gereçlerin evlerde bulunma oranları genel örnekleme aynı sıralamayı izlemekte olup; çalışma durumu ile fritöz ve ekmek kızartma makinasının evlerde bulunması arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki olduğu bulunmuştur ($P<0.05$).

Çizelge 4.35. Çalışma durumuna göre kadınların evlerinde bulunan bazı mutfak araç gereçleri

Çalışma Durumu Araç Gereçler	Çalışan						Çalışmayan						Toplam						İstatistik
	Var		Yok		Toplam		Var		Yok		Toplam		Var		Yok		Toplam		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Mikrodalga Fırın	33	22.0	117	78.0	150	100.0	48	32.0	102	68.0	150	100.0	81	27.0	219	73.0	300	100.0	$X^2=3.805$ SD=1 P>0.05
Bulaşık Makinası	111	74.0	39	26.0	150	100.0	106	70.7	44	29.3	150	100.0	217	72.3	83	27.7	300	100.0	$X^2=0.476$ SD=1 P>0.05
Tost Makinası	131	87.3	19	12.7	150	100.0	132	88.0	18	12.0	150	100.0	263	87.7	37	12.3	300	100.0	$X^2=0.31$ SD=1 P>0.05
Fritöz	66	44.0	84	56.0	150	100.0	94	62.7	56	37.3	150	100.0	160	53.3	140	46.7	300	100.0	$X^2=10.500$ SD=1 P<0.05
EkmeK Kızartma Makinası	59	39.3	91	60.7	150	100.0	76	50.7	74	49.3	150	100.0	135	45.0	165	55.0	300	100.0	$X^2=3.892$ SD=1 P<0.05
Elektrikli Izgara	82	54.7	68	45.3	150	100.0	88	58.7	62	41.3	150	100.0	170	56.7	130	43.3	300	100.0	$X^2=0.489$ SD=1 P>0.05
Meyve Sıkacağı	124	82.7	26	17.3	150	100.0	131	87.3	19	12.7	150	100.0	255	85.0	45	15.0	300	100.0	$X^2=1.281$ SD=1 P>0.05
Et Kıyma Makinası	43	28.7	107	71.3	150	100.0	41	27.3	109	72.7	150	100.0	84	28.0	216	72.0	300	100.0	$X^2=0.066$ SD=1 P>0.05
Fırın	146	97.3	4	2.7	150	100.0	146	97.3	4	2.7	150	100.0	292	97.3	8	2.7	300	100.0	-
Mutfak Robotu	123	82.0	27	18.0	150	100.0	122	81.3	28	18.7	150	100.0	245	81.7	55	18.3	300	100.0	$X^2=0.022$ SD=1 P>0.05
Tüplü Grill	18	12.0	132	88.0	150	100.0	22	14.7	128	85.3	150	100.0	40	13.3	260	86.7	300	100.0	$X^2=0.462$ SD=1 P>0.05

4.3.2. Kadınların yemek pişirmede kullandıkları tencere türleri

Yetersiz ve dengesiz beslenmenin yanısıra besinlerin kirlenmesi, besinlere katılan gıda katkı maddeleri, besin ambalajlanması, pişirilmesi ve saklanması kullanılan malzemelerin kalitesi ve cinsi de insan sağlığı üzerinde önemli rol oynamaktadır (Akçiçek vd 1989).

Araştırma kapsamına alınan kadınların yemek pişirirken kullandıkları tencere çeşitleri Çizelge 4.36'da verilmiştir. Çizelge genel örneklem üzerinden değerlendirildiğinde sürekli kullanılan tencereler içinde en yüksek oranı % 92.7 ile çelik tencere almış, onu % 46.0 oranı ile teflon tencere, % 32 ile düdüklü tencere izlemiştir. Kadınlar tarafından "hiç kullanmayız" denilen tencerelerde en yüksek oranı ise bakır (% 94.0), alüminyum (% 87.3), toprak tencerenin (% 63.7) aldığı görülmektedir. Çizelge çalışma durumuna göre incelendiğinde de sıralamaların aynı olduğu bulunmuştur. Malatyahoğlu (1991) Erzincan ilinde yaptığı bir çalışmada en çok alüminyum tencerenin kullanıldığını, çelik tencerenin ikinci, bakır tencerenin ise üçüncü sırada yer aldığını belirlemiştir. En sağlıklı pişirme aracının çelik tencere olduğu düşünülürse, araştırmamızda elde edilen sonuç sevindiricidir.

Çizelge 4.36. Çalışma durumuna göre kadınların yemek pişirdikleri tencere türleri

Tencere	Çelik		Teflon		Düdüklü		Cam		Emaye		Toprak		Bakır		Alüminyum		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Çalışan	Her zaman	135	90.0	66	44.0	46	30.7	17	11.3	10	6.7	7	4.7	2	1.3	2	1.3
	Arasıra	13	8.7	68	45.3	84	56.0	61	40.7	38	25.3	48	32.0	8	5.3	18	12.0
	Hiç	2	1.3	16	10.7	20	13.3	72	48.0	102	68.0	95	63.3	140	93.4	130	86.7
	Toplam	150	100.0	150	100.0	150	100.0	150	100.0	150	100.0	150	100.0	150	100.0	150	100.0
Çalışmayan	Her zaman	143	95.4	72	48.0	50	33.3	18	12.0	4	2.7	3	2.0	2	1.3	1	0.7
	Arasıra	5	3.3	71	47.3	88	58.7	63	42.0	32	21.3	51	34.0	6	4.0	17	11.3
	Hiç	2	1.3	7	4.7	12	8.0	69	46.0	114	76.0	96	64.0	142	94.7	132	88.0
	Toplam	150	100.0	150	100.0	150	100.0	150	100.0	150	100.0	150	100.0	150	100.0	150	100.0
Toplam	Her zaman	278	92.7	138	46.0	96	32.0	35	11.7	14	4.7	10	3.3	4	1.3	3	1.0
	Arasıra	18	6.0	139	46.3	172	57.3	124	41.3	70	23.3	99	33.0	14	4.7	35	11.7
	Hiç	4	1.3	23	7.7	32	10.7	141	47.0	216	72.0	191	63.7	282	94.0	262	87.3
	Toplam	300	100.0	300	100.0	300	100.0	300	100.0	300	100.0	300	100.0	300	100.0	300	100.0

4.3.3. Kadınların menü planı yapma durumları

Araştırmaya alınan kadınların günlük menü planı yapma durumları mutlak ve % değerlerle Çizelge 4.37'de verilmiştir.

Çizelge 4.37. Çalışma durumuna göre kadınların menü planı yapma durumları

Çalışma Durumu / Menü Planı Yapma Durumu	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Menü Planı Yapar	66	44.0	87	58.0	153	51.0
Menü Planı Yapmaz	37	24.7	41	27.3	78	26.0
Menü Planı Bazen Yapar	47	31.3	22	14.7	69	23.0
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	X ² =6.434		SD=1		P<0.05	

Genel örneklemede kadınların menü planı yapıp yapmadıkları incelendiğinde % 51.0'inin daima menü planı yaptıkları, % 26.0'sının yapmadıkları, % 23.0'ünün ise bazen menü planladıkları saptanmıştır.

Çalışma durumu gözönüne alındığında, çalışan kadınların % 44.0'ünün, çalışmayanların % 58.0'inin daima, çalışanların % 31.3'ünün, çalışmayanların ise % 14.7'sinin bazen menü planı yaptıkları görülmektedir. Yapılan khi-kare analizi sonucunda kadınların menü planı yapma durumunun çalışma statüsüne bağlı olarak değiştiği saptanmıştır (P<0.05).

Kadınların ailelerinde pişecek yemeğin kim tarafından belirlendiğine ilişkin veriler Çizelge 4.38'dedir.

Çizelge 4.38'den de anlaşılacağı gibi, genel örneklemede ailelerde % 36.7 oranla pişecek yemek kadının daima kendisinin % 25.0 oranla daha çok kendisinin belirlediği bulunmuştur. Hangi yemeğin pişeceğine ailece karar verenlerin oranı % 18.3, eşi ve kendisi karar verenlerin oranı % 13.0 olup, eş ve çocukların hangi yemeğin pişeceğine karar verme oranları sırası ile % 3.0 ve % 2.0'dir.

Çalışma durumu gözönüne alındığında da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Pişecek yemeğe her zaman ve çoğunlukla kadınların kendilerinin karar verme durumu çalışanlarda % 67.3, çalışmayanlarda % 56.0 olarak belirlenmiştir. Ailece yemek çeşidine karar verenler çalışmayanlarda (% 24.0), çalışanlardan (% 12.7) daha yüksektir. Kadının çalışma durumu ile

pişecek yemeğe karar verenler arasında önemli bir ilişki olmadığı bulunmuştur ($P>0.05$).

Çizelge 4.38. Çalışma durumuna göre kadınların ailelerinde pişecek yemeği belirleyenler

Menü Planını Kimin Belirlediği	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Daima kadın	53	35.3	57	38.0	110	36.7
Daha çok eşi	4	2.7	5	3.3	9	3.0
Daha çok kadın	48	32.0	27	18.0	75	25.0
Eşi ve kendisi	20	13.3	19	12.7	39	13.0
Çocuklar	3	2.0	3	2.0	6	2.0
Bütün aile hep beraber	19	12.7	36	24.0	55	18.3
Annesi ve kendisi	3	2.0	3	2.0	6	2.0
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=11.417$		$SD=6$		$P>0.05$	

4.3.4. Kadınların yemekleri kaç günlük hazırladıkları

Kadınlara yemekleri kaç gün için hazırladıkları sorulmuş ve alınan cevaplar çalışma durumuna bağlı olarak Çizelge 4.39'da verilmiştir.

Çizelge 4.39'dan da anlaşılacağı gibi kadınların çoğunluğu yemekleri günlük (% 81.7) pişirmektedirler. Yemeklerini 2 günde bir pişirenler % 14.3, haftada bir pişirenler % 3.0, üç günde bir pişirenler % 1.0 oranındadır. Demirel (1997)'in yaptığı çalışmada da kadınların % 76.45'inin günlük yemek yaptığı, günlük pişirmeyenlerin çoğunluğunun iki günde bir pişirdikleri belirlenmiştir.

Yemeklerini günlük pişiren kadınların oranının çalışmayanlarda (% 87.3), çalışanlardan (% 76.0) daha yüksek; iki günde bir yemek pişiren çalışanların oranının % 18.0, çalışmayanların oranının % 10.7, haftada bir pişiren çalışanların oranının % 4.0, çalışmayanların oranının % 2.0 olduğu çizelgeden görülmektedir.

Çizelge 4.39. Çalışma durumuna göre kadınların yemekleri kaç günlük hazırladıkları

Çalışma Durumu / Yemekleri Günlük Hazırlama Durumu	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Günlük	114	76.0	131	87.3	245	81.7
2 Günde bir	27	18.0	16	10.7	43	14.3
3 Günde bir	3	2.0	-	-	3	1.0
Haftada bir	6	4.0	3	2.0	9	3.0
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=7.994$		SD=3		P<0.05	

Kadınların hergün yemek hazırlamaya ne kadar zaman ayırdıklarına ilişkin veriler Çizelge 4.40'da olduğu gibidir.

Çizelge 4.40. Çalışma durumuna göre kadınların yemek hazırlamak için harcadıkları süre

Çalışma Durumu / Yemek Hazırlamaya Ayırılan Zaman	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Yarım saatten az	4	2.7	3	2.0	7	2.3
Yarım-bir saat	39	26.0	29	19.3	68	22.7
1-2 saat	93	62.0	90	60.0	183	61.0
2 Saatten çok	14	9.3	28	18.7	42	14.0
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=6.329$		SD=3		P>0.05	

Çizelge 4.40 genel kapsam içerisinde incelendiğinde kadınların % 61.0'i yemek hazırlamaya günde 1-2 saat, % 22.7'si yarım-bir saat, % 14.0'ü 2 saatten çok zaman ayırmaktadır. Çalışma durumu gözönüne alındığında; çalışan kadınların % 62.0'sinin, çalışmayan kadınların ise % 60.0'mın yemek hazırlamak için günde 1-2 saat, çalışanların % 26.0'sının, çalışmayanların % 19.3'ünün yarım-bir saat, çalışanların % 9.3'ünün, çalışmayanların % 18.7'sinin iki saatten fazla zaman harcadıkları görülmektedir. Çalışma durumu ile günde yemek hazırlamaya ayrılan süre arasındaki ilişki istatistiksel açıdan önemsiz bulunmuştur (P>0.05).

4.3.5. Kadınların pişirdikleri yemek türleri

Günümüzde çalışan kadınların sayısı arttıkça; eve, yemek yapmaya, boş zamanlara ayrılan zaman azalmış, bunların sonucunda hazır ve yarı hazır yiyecek üretimi ve tüketimi artmıştır (Capps et al 1985, Demirel 1997).

Araştırma kapsamındaki kadınların evde genellikle ne tür yiyecekler pişirdikleri Çizelge 4.41'de olduğu gibidir.

Çizelge 4.41. Çalışma durumuna göre kadınların evde pişirdikleri yemek türleri

Çalışma Durumu \ Yemek Türleri	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
El Emeği Gerektiren Yemekler	58	38.7	104	69.3	162	54.0
Dondurulmuş veya Diğer Hazır Yemekler	6	4.0	7	4.7	13	4.3
Hazırlaması Kolay Kısa Zaman Alan Yemekler	73	48.7	36	24.0	109	36.3
El Emeği Gerektiren Yemekler ve Hazırlanması Kolay Yemekler	13	8.6	3	2.0	16	5.4
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=31.948$		SD=3		P<0.01	

Çizelge 4.41'den de görüldüğü gibi genel örneklemede kadınların % 54.0'ü el emeği gerektiren yemekleri tercih ederken, % 36.3'ü hazırlaması kolay ve kısa zaman alan yemekleri tercih etmektedirler. Çalışma durumu dikkate alınarak kadınların evde pişirdikleri yemek türlerine bakıldığında, çalışan kadınların % 48.7'sinin hazırlanması kolay ve kısa zaman alan yemekleri, çalışmayan kadınların ise % 69.3 gibi çoğunluğunun el emeği gerektiren yemekleri pişirdikleri görülmektedir. Çalışma durumuna göre kadınların evlerinde hazırlamayı tercih ettikleri yemek türü değişmektedir. Bu durum istatistiksel olarak da önemli bulunmuştur ($P<0.01$).

Capps et al (1985), Amerika Birleşik Devletlerinde yaptıkları çalışmada, ailelerin % 35.3'ünün hazır yiyecekleri, % 32.6'sının basit hazır yiyecekleri, % 27.4'ünün karmaşık hazır yiyecekleri ve % 4.6'sının evde hazırlanan yiyecekleri tercih ettiğini belirlemişlerdir.

Güley (1992) yaptığı çalışmada, çalışan kadınların % 72'sinin hazırlaması kolay kısa zaman alan yiyecek türlerini tercih ederken, çalışmayan

kadınların % 89.5'inin el emeği gerektiren yiyecekler tercih ettiğini ortaya çıkarmıştır.

4.3.6. Kadınların hazır yiyecek kullanma durumları

Araştırma kapsamına alınan kadınların hazır çorba, dondurulmuş gıda, konserve, puding, hazır kek-pasta gibi bazı hazır-yarı hazır yiyecekleri kullanma durumlarına ilişkin veriler çalışma durumuna göre Çizelge 4.42'de olduğu gibidir.

Çizelgeden de görüldüğü gibi kadınların en fazla kullandıkları hazır besin % 72.7 oranla puding'dir. Kek-pasta kullananların oranı % 54.0, konserve kullananların oranı % 47.0; hazır çorba kullananların oranı % 42.0 ve dondurulmuş gıda kullananların oranı % 39.7'dir.

Çalışma durumuna göre çizelge incelendiğinde konserve ve hazır kek-pasta kullananların oranının çalışan kadınlarda (% 48.7, % 63.3); dondurulmuş gıda, hazır çorba ve puding kullananların oranının ise çalışmayanlarda (% 44.7, % 45.3 ve % 73.3) daha yüksek olduğu görülmektedir. Hazır kek-pasta kullanma ile çalışma durumu arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak önemli olduğu saptanmıştır ($P<0.01$).

Çete (1989)'nin çalışan ve çalışmayan kadınlar üzerinde yaptığı bir araştırmada konserve, hazır çorba, hazır puding gibi bazı ambalajlı gıda ürünlerinin özellikle çalışan hanımlar tarafından daha çok tercih edildiği belirlenmiş olup, bu çalışma sonuçları ile kısmen benzerlik göstermektedir.

Çizelge 4.42. Kadınların çalışma durumuna göre bazı hazır yiyecekleri kullanma durumları

Çalışma Durumu Hazır Yiyecek Kullanma Durumu	Çalışan						Çalışmayan						Toplam						İstatistik
	Kullanır		Kullanmaz		Toplam		Kullanır		Kullanmaz		Toplam		Kullanır		Kullanmaz		Toplam		
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Hazır Çorba	58	38.7	92	61.3	150	100.0	68	45.3	82	54.7	150	100.0	126	42.0	174	58.0	300	100.0	$X^2=1.368$ SD=1 P>0.05
Dondurulmuş Gıda	52	34.7	98	65.3	150	100.0	67	44.7	83	55.3	150	100.0	119	39.7	181	60.3	300	100.0	$X^2=3.124$ SD=1 P>0.05
Konserve	73	48.7	77	51.3	150	100.0	68	45.3	82	54.7	150	100.0	141	47.0	159	53.0	300	100.0	$X^2=0.355$ SD=1 P>0.05
Puding	108	72.0	42	28.0	150	100.0	110	73.3	40	26.7	150	100.0	218	72.7	82	27.3	300	100.0	$X^2=0.67$ SD=1 P>0.05
Hazır Kek Pasta	95	63.3	55	36.7	150	100.0	67	44.7	83	55.3	150	100.0	162	54.0	138	46.0	300	100.0	$X^2=10.521$ SD=1 P<0.01

Araştırma kapsamına alınan kadınlara hazır yiyecekler üzerindeki tariflere uyup uymadıkları sorulmuş verilen cevaplar Çizelge 4.43'de mutlak ve % değerler halinde verilmiştir.

Çizelge 4.43. Çalışma durumuna göre kadınların hazır yiyecekler üzerindeki hazırlama ve pişirme tariflerine uyma durumları

Çalışma Durumu Hazırlama ve Pişirme Tarifine Uyma Durumu	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Tariflere Uyar	119	79.3	126	84.0	245	81.7
Tariflere Uymaz	31	20.7	24	16.0	55	18.3
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	X ² =1.091		SD=1		P>0.05	

Çizelge 4.43 genel olarak incelendiğinde araştırmaya katılan kadınların % 81.7'sinin hazır yiyecekler üzerindeki hazırlama ve pişirme tariflerine uydukları, % 18.3'ünün uymadıkları görülmektedir. Çizelge 4.43 çalışma durumuna göre incelendiğinde, çalışan kadınların % 79.3'ü, çalışmayan kadınların ise % 84.0'ü hazır yiyecekler üzerindeki hazırlama ve pişirme tariflerine uyduklarını belirtmişlerdir. Çalışma durumu ile hazır yiyeceklerdeki hazırlama ve pişirme tariflerine uyma arasındaki farkın istatistiksel olarak önemli olmadığı bulunmuştur (P>0.05).

4.3.7. Kadınların sebze hazırlama uygulamaları

Hazırlama ve pişirme sırasında en fazla besin ögesi kaybına uğrayan yiyecek grubu sebzelerdir. Bu nedenle sebzeler önce yıkanır, daha sonra ayıklanır ve doğranır. Doğranmış sebzeler fazla bekletilmez, aksi takdirde hava teması ile vitamin kaybı da artmaktadır (Sürücüoğlu ve Balgamış 1987).

Araştırmaya alınan kadınların sebzeleri pişirmeden önce uyguladıkları işlem ile ilgili soruya verdikleri cevapların mutlak ve % değerleri Çizelge 4.44'de verilmiştir.

Çizelge 4.44 genel kapsamda incelendiğinde kadınların yarısından fazlasının (% 54.4) sebzeleri ayıklayıp-yıkayıp-doğradıkları, % 25.3'ünün yıkayıp-ayıklayıp-doğradıkları, % 19.3'ünün ayıklayıp-doğrayıp-yıkadıkları görülmektedir.

Çizelge 4.44. Çalışma durumuna göre kadınların sebze hazırlama yöntemleri

Çalışma Durumu Sebze hazırlama Yöntemleri	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Ayıklar, doğrar, yıkar	36	24.0	22	14.7	58	19.3
Yıkar, ayıklar, doğrar	31	20.7	45	30.0	76	25.3
Ayıklar, yıkar, doğrar	83	55.3	80	53.3	163	54.4
Dikkat etmez	-	-	3	2.0	3	1.0
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	X ² =9.013		SD=3		P<0.05	

Sebzeleri hazırlarken uygulanması gereken işlem olan yıkama-ayıklama-doğrama işlemini yapan kadınların % 25.3 gibi düşük bir oranda olması üzücüdür. Yapılan çeşitli araştırmalar da doğru uygulamayı yapan kadınların oranının % 23.8-% 37.3 gibi düşük oranlarda olduğunu göstermiştir (Hasipek ve Örmeci 1988, Malatyaloğlu 1991, Sevenay 1996, Demirel 1997, Ersoy ve Ersoy 1999). Suda eriyen bazı vitaminlerin yetersizlik nedenlerinden biri de yeşil yapraklı sebzelere uygulanan yanlış hazırlama işlemleridir. Bu yanlış uygulamaların giderilmesi sorunun çözümüne yardımcı olabilir. Sürücüoğlu ve Balgemiş (1987) yaptıkları bir çalışmada beslenme eğitimi alan kadınların % 88.24'ünün, beslenme eğitimi almayan kadınların ise % 38.71'inin sebzelere yıkayıp-ayıklayıp-doğradıklarını belirlemişler ve beslenme eğitiminin önemini vurgulamışlardır.

Çalışma durumu dikkate alındığında sebzeleri ayıklayıp-yıkayıp-doğrayanların oranı çalışan kadınlarda % 55.3 çalışmayan kadınlarda % 53.3'dür. Yıkayıp-ayıklayıp-doğrama işlemlerini yapanlar incelendiğinde çalışan kadınlarda % 20.7, çalışmayan kadınlarda % 30.0 oranında olduğu görülmektedir. Çalışan kadınların % 24.0'ünün, çalışmayan kadınların % 14.7'sinin sebzeleri hazırlarken ayıklayıp doğrayıp yıkadıkları belirlenmiştir.

Sebzelere uygulanan hazırlama işlemlerinin çalışma durumuna bağlı olarak değiştiği ve bunun istatistik olarak da önemli olduğu bulunmuştur (P<0.05).

4.3.8. Kadınların sebze pişirme uygulamaları

Yiyecekleri pişirmede amaç lezzetini artırmak, hazmedilmelerini kolaylaştırmak bu arada kendilerine özgü renk, koku, tat ve besin değerlerini kaybetmemelerini sağlamaktır. Pişirmek için besinlere uygulanan işlemler, besleyici değerlerini artırır veya azaltabilir (Kutluay 1980). Pişirme

sırasında en fazla kayba uğrayan grup ise sebzelerdir. Sebzeler az suda ve kısa sürede pişirilmelidir. Pişirme süresinin uzaması sebzelerde lezzet ve besin değeri kaybına yol açmaktadır (Sevenay 1996). Doğranan sebzeler pişirilmek istendiğinde kaynar suya atılmalıdır. Böylece C vitamini kaybına yol açan askorbik asit oksidaz enzimi yok edilir. Sebzeler hiçbir zaman soğuk su ile pişirilmeye başlanmamalıdır (Kutluay 1980).

Kadınların sebze pişirme uygulamalarına ilişkin veriler Çizelge 4.45'de verilmiştir.

Çizelge 4.45. Çalışma durumuna göre kadınların sebze pişirme uygulamaları

Çalışma Durumu	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Uygulamalar						
Haşlar, suyunu dökerek	10	6.7	11	7.3	21	7.0
Haşlar, suyunu dökmeden	20	13.3	28	18.7	48	16.0
Haşlamadan direkt	116	77.3	109	72.7	225	75.0
Kavurarak	4	2.7	2	1.3	6	2.0
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=2.265$		SD=3		P>0.05	

Çizelge 4.45 genel olarak incelendiğinde kadınların % 7.0'sinin sebzeleri haşlayıp suyunu dökerek, % 16.0'sının suyunu dökmeden ve % 75.0'inin sebzeleri haşlamadan direkt pişirdikleri görülmektedir. Aynı çizelgeye çalışma durumuna göre baktığımızda çalışan kadınların % 77.3'ü sebzeleri haşlamadan direkt, %13.3'ü haşlayıp suyunu dökmeden, % 6.7'si haşlayıp suyunu dökerek pişirmektedir. Çalışmayan kadınların ise % 72.7'si sebzeleri haşlamadan direkt, % 18.7'si haşlayıp suyunu dökmeden, % 7.3'ü haşlayıp suyunu dökerek pişirmektedirler. Çalışma durumu ile sebze pişirme uygulamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan önemsiz bulunmuştur (P>0.05).

Yaptığımız araştırmada sebzelerin haşlama suyunu döken kadınların sayısının az olması sevindiricidir. Çünkü C vitamini ve B grubu vitaminlerde suda eridiğinden pişirme suyuna geçmekte ve sebzelerin pişirme sularının dökülmesiyle besin değerinde önemli kayıplara neden olmaktadır.

Sürücüoğlu (1986) işe yaptığı çalışmasında, deneklerin sadece % 9.30'unun sebzeleri haşlamadan pişirdiklerini % 48.84'ünün haşlama suyunu döktüklerini % 41.86'sının ise haşlama suyunu dökmediklerini saptamıştır.

Sevenay ve Hasipek (1997)'in çalışma sonuçları bizim çalışmamız sonuçları ile benzer olup, deneklerin % 6.15'inin sebzelerin haşlama suyunu döktükleri, % 18.08'inin dökmedikleri, % 75.77'sinin sebzeleri haşlamadan pişirdiklerini saptanmıştır.

4.3.9. Kadınların makarna pişirme yöntemleri

Günlük diyetin temel besini olan ve değişik şekillerde tüketilen tahıllar hem enerji kaynağıdır, hem de vitamin bakımından zengindirler. Tiamin suda eriyen ve sıcaklığı hassas olan vitaminlerden biri olduğu için uygulanan pişirme yöntemi bu vitaminin korunmasında etkilidir.

Kadınların "Makarnayı nasıl pişirirsiniz?" sorusuna verdikleri cevaplar mutlak ve yüzde değerlerle Çizelge 4.46'da gösterilmiştir.

Çizelge 4.46. Çalışma durumuna göre kadınların makarna pişirme yöntemleri

Yöntemler	Çalışma Durumu		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Suda haşlayıp, suyunu dökerek pişirme	87	58.0	91	60.7	178	59.3
Az suda, suyunu çektirerek pişirme	62	41.3	59	39.3	121	40.4
Her iki yöntemi de uygular	1	0.7	-	-	1	0.3
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=1.164$		SD=2		P>0.05	

Çizelge 4.46 genel kapsam içinde incelendiğinde kadınların %59.3'ünün makarnanın haşlama suyunu döktükleri, % 40.4'ünün dökmedikleri, % 0.3'ünün her iki yöntemi de uyguladıkları görülmektedir.

Çalışma durumuna göre Çizelge 4.46 değerlendirildiğinde; çalışan kadınların % 58.0'i makarnayı haşlayıp suyunu dökerek, % 41.3'ü az suda haşlayıp suyunu çektirerek; çalışmayan kadınların ise % 60.7'si makarnayı haşlayıp suyunu dökerek, % 39.3'ü az suda haşlayıp suyunu çektirerek pişirdiklerini belirtmişlerdir. Çalışma durumuna göre makarna pişirme yöntemi arasındaki fark istatistiksel açıdan önemsiz bulunmuştur (P>0.05).

Sürücüoğlu (1986) Ankara ilinde çalışan evli kadınlar üzerinde yaptığı araştırmada deneklerin % 60.0'mın; Hasipek ve Örmeci (1988) Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi idari personel kadrosunda çalışan evli kadınlar üzerinde yaptıkları araştırmada % 60.0'mın; Malatyaloğlu (1991) Erzincan ilinde yaptığı çalışmada deneklerin % 66.7'sinin; Sevenay (1996) Kayseri

ilinde yaptığı araştırmada ise deneklerin % 52.53'ünün "makarnanın haşlama suyunu" döktüklerini saptamışlardır ve bu sonuçlar bizim sonuçlarımızla benzerlik göstermektedir.

Makarnanın haşlama suyu döküldüğü zaman pişme suyuna geçen tiamin kaybolmaktadır. Açkurt ve Wetherilt'in (1983) yaptıkları çalışmada suyu çektirilerek pişirilen makarnada besin öğelerinin korunması, suyu dökülerek pişirilen makarnaya göre önemli ölçüde yüksek bulunmuş, özellikle suyu çektirilmeden pişirilen örneklerde, suda eriyen vitaminleri ve mineral maddelerin büyük kısmının su ile atıldığı izlenmiştir.

4.3.10. Kadınların pilav (pirinç ve bulgur pilavı) pişirme yöntemleri

Araştırmaya alınan kadınların pirinç pilavı pişirme yöntemlerine ilişkin veriler Çizelge 4.47'de verilmiştir.

Çizelge 4.47. Çalışma durumuna göre kadınların pirinç pilavı pişirme yöntemleri

Yöntemler	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Suya salarak	13	8.7	7	4.7	20	6.7
Yağda kavurarak	53	35.3	56	37.3	109	36.3
Her iki şekilde	26	17.3	34	22.7	60	20.0
Islatma suyunu döküp kavurarak	58	38.7	53	35.3	111	37.0
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=3.174$		SD=3		P>0.05	

Çizelge 4.47 genel olarak incelendiğinde, kadınların % 37.0'sinin pirinç pilavı yaparken pirincin ıslatma suyunu döküp sonra yağda kavurdıkları, % 36.3'ünün yağda kavurup pişirdikleri, % 20.0'sinin bazen yağda kavurdıkları, bazen suya salarak pişirdikleri, % 6.7'sinin suya salarak pişirdikleri görülmektedir. Kadınların çalışma durumu dikkate alınarak pirinç pilavı pişirme yöntemine bakıldığında çalışan kadınların % 38.7'si ıslatma suyunu döküp, kavurarak, % 35.3'ü yağda kavurarak, % 17.3'ü bazen suya salarak bazen yağda kavurarak, % 8.7'si suya salarak pişirdiklerini belirtmişlerdir. Çalışmayan kadınların ise % 37.3'ü yağda kavurarak, % 35.3'ü ıslatma suyunu döküp kavurarak, % 22.7'si bazen kavurarak, bazen suya salarak, % 4.7'si suya salarak pişirdiklerini belirtmişlerdir. Çalışma durumu ile pirinç pilavı pişirme yöntemleri

arasındaki fark yapılan istatistiksel analiz sonucu önemsiz bulunmuştur ($P>0.05$).

Kadınların bulgur pilavı pişirme yöntemlerine ilişkin bulgular Çizelge 4.48'de verilmiştir.

Çizelge 4.48. Çalışma durumuna göre kadınların bulgur pilavı pişirme yöntemleri

Yöntemler	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Suya salarak	37	24.7	35	23.3	72	24.0
Yağda kavurarak	77	51.3	67	44.7	144	48.0
Her iki şekilde	21	14.0	31	20.7	52	17.3
Islatma suyunu döküp kavurarak	15	10.0	17	11.3	32	10.7
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=2.798$		SD=3		P>0.05	

Çizelge 4.48 genel olarak incelendiğinde, kadınların % 48.0'i bulgur pilavı pişirirken bulguru yağda kavurarak, % 24.0'ü suya salarak, % 17.3'ü her iki şekilde de, % 10.7'si suda ıslatıp, sonra yağda kavurarak pişirdikleri görülmektedir. Çizelge çalışma durumuna göre değerlendirildiğinde; çalışan kadınların bulgur pilavını % 51.3'ünün, çalışmayan kadınların % 44.7'sinin bulguru yağda kavurarak; çalışan kadınların % 24.7'sinin çalışmayan kadınların % 23.3'ünün suya salarak bulgur pilavını pişirmektedirler.

Çeşitli araştırmalarda; pirinç pilavı pişirirken pirinci yağda kavurarak pişiren kadınların oranı % 55.0 (Hasipek ve Örmeci 1988), % 49.3 (Malatyaloğlu 1991), % 44.4 (Sevenay 1996) olarak belirlenmiştir. Sevenay (1996)'ın yaptığı çalışmada bulgur pilavı pişirirken yağda kavuran kadınların oranı % 60.58'dir. Pirinç kavrulurken oluşan yüksek ısı nedeniyle B vitaminleri ve lizin harab olacağı, yağlarda molekül parçalanması nedeniyle zararlı maddeler oluşacağı için pilavın haşlama yöntemiyle pişirilmesi gerekmektedir (Yücecan 1989).

4.3.11. Kadınların kuru baklagil pişirme yöntemleri

Etten daha düşük kaliteli protein içermelerine karşın, proteinin miktar olarak yüksek olması, B₁₂ dışındaki, B grubu vitaminleri, kalsiyum, demir, çinko, magnezyum gibi minerallerden zengin olmaları nedeniyle kurubaklagillerin beslenmedeki önemi büyüktür (Baysal 1999a). Kurubaklagiller sindirimin kolaylaşması için uygun şekilde pişirilmelidirler.

Araştırma kapsamına alınan kadınların nohut pişirme yöntemlerine ilişkin veriler mutlak ve % değerlerle Çizelge 4.49'da verilmiştir.

Çizelge 4.49. Çalışma durumuna göre kadınların nohut pişirme yöntemleri

Yöntemler	Çalışma Durumu		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Suda ıslatır, haşlar, suyunu döker	88	58.7	96	64.0	184	61.3
Suda ıslatır, haşlar, suyunu dökmez	16	10.7	14	9.3	30	10.0
Suda ıslatır, suyunu döker, haşlamadan pişirir	41	27.3	33	22.0	74	24.7
Haşlamadan pişirir	2	1.3	4	2.7	6	2.0
Haşlar, suyunu dökmeden pişirir	3	2.0	3	2.0	6	2.0
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=2.013$		SD=4		P>0.05	

Çizelge 4.49 genel olarak incelendiğinde, kadınların % 61.3'ü nohutu pişirirken suda ıslatıp, haşlayıp suyunu dökerek; % 24.7'si suda ıslatıp suyunu döküp haşlamadan, % 10.0'u suda ıslatıp haşlayıp suyunu dökmeden pişirmektedirler. Çalışma durumu dikkate alındığında çalışan kadınların % 58.7'si, suda ıslatıp, haşlayıp suyunu dökerek, çalışanların % 27.3'ü, çalışmayanların % 22.0'si suda ıslatıp suyunu döküp haşlamadan, pişirmektedir. Gerek çalışanlarda gerekse çalışmayanlarda, nohutu ıslatıp haşlayıp suyu dökenlerin oranı yüksek bulunmuştur.

Araştırma kapsamına alınan kadınların kuru fasulye pişirme yöntemlerine ilişkin veriler Çizelge 4.50'de gösterilmiştir.

Genel kapsamda kadınların % 63.7'si kuru fasulyeyi pişirirken suda ıslatıp-haşlayıp suyunu dökerek, % 21.0'i suda ıslatıp suyunu döküp, haşlamadan, % 10.7'si suda ıslatıp haşlayıp suyunu dökmeden pişirmektedirler. Çalışma durumu dikkate alındığında çalışan kadınların % 63.3'ünün suda ıslatıp haşlayıp suyunu dökerek, % 22.7'sinin suda ıslatıp suyunu döküp haşlamadan, % 10.7'sinin suda ıslatıp haşlayıp suyunu dökmeden pişirdikleri görülmektedir. Çalışmayan kadınların ise % 64.0'ü suda ıslatıp haşlayıp suyunu dökerek, % 19.3'ü suda ıslatıp suyunu döküp haşlamadan kuru fasulye pişirdiklerini belirtmişlerdir. Çalışan ve çalışmayan kadınların her ikisinde de kuru fasulye pişirmede suda ıslatıp haşlayıp suyunu dökenlerin oranı yüksek bulunmuştur.

Çizelge 4.50. Çalışma durumuna göre kadınların kuru fasulye pişirme yöntemleri

Yöntemler	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Suda ıslatır, haşlar, suyunu döker	95	63.3	96	64.0	191	63.7
Suda ıslatır, haşlar, suyunu dökmez	16	10.7	16	10.7	32	10.7
Suda ıslatır, suyunu döker, haşlamadan pişirir	34	22.7	29	19.3	63	21.0
Haşlamadan pişirir	2	1.3	6	4.0	8	2.6
Haşlar, suyunu dökmeden pişirir	3	2.0	3	2.0	6	2.0
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=2.402$		SD=4		P>0.05	

Yapılan çeşitli araştırmalarda da kadınların kurubaklagillerin haşlama suyunu dökerek pişirdikleri belirlenmiştir (Sürücüoğlu 1986, Hasipek ve Örmeci 1988, Malatyaloğlu 1991, Ersoy ve Ersoy 1999).

Kurubaklagiller türüne bağlı olarak bünyelerinde tutabilecekleri kadar (yaklaşık kendi hacmi kadar) su ile ıslatılmalı, tripsin inhibitörlerini yok etmek, mineral ve B kompleks vitaminlerindeki kayıpları en aza indirmek için haşlama suları dökülmeden pişirilmelidir.

Araştırma kapsamına alınan kadınların mercimek pişirme yöntemlerini gösteren veriler Çizelge 4.51'de görülmektedir.

Çizelge 4.51 genel olarak incelendiğinde, kadınların % 32.3'ünün mercimeği pişirirken suda ıslatıp suyunu döküp haşlamadan; % 18.3'ünün suda ıslatıp haşlayıp suyunu dökmeden, % 17.4'ünün haşlamadan pişirdikleri belirlenmiştir. Çalışma durumu dikkate alındığında, mercimeği suda ıslatıp suyunu döküp haşlamadan pişiren çalışan kadınların oranı % 28.0, çalışmayan kadınların oranı % 36.7; haşlamadan pişiren kadınların oranı çalışanlarda % 22.7, çalışmayanlarda % 12.0; suda ıslatıp haşlayıp-suyunu dökmeden pişirenlerin oranı çalışanlarda % 16.0, çalışmayanlarda % 20.7'dir.

Çizelge 4.51. Çalışma durumuna göre kadınların mercimek pişirme yöntemleri

Yöntemler	Çalışma Durumu		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Suda ıslatır, haşlar, suyunu döker	23	15.3	26	17.3	49	16.3
Suda ıslatır, haşlar, suyunu dökmez	24	16.0	31	20.7	55	18.3
Suda ıslatır, suyunu döker, haşlamadan pişirir	42	28.0	55	36.7	97	32.3
Haşlamadan pişirir	34	22.7	18	12.0	52	17.4
Haşlar, suyunu dökmeden pişirir	27	18.0	20	13.3	47	15.7
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=8.782$		SD=4		P>0.05	

4.3.12. Kadınların sütlü tatlı pişirirken şeker ilave etme zamanı

Besin grupları içerisinde yer alan süt ve ürünleri ülkemizde yaygın olarak kullanılmaktadır. Süt içecek olarak tüketildiği gibi yoğurt, peynir, yağ gibi çeşitli yiyeceklerin yapımında da kullanılmaktadır. Ayrıca süt, tatlı, pasta, çorba yapımında da kullanılır. Süte uygulanan çeşitli ısı işlemleri sırasında, proteinlerinde ısıtma süresine bağlı olarak çeşitli kayıplar meydana gelmektedir. Özellikle sütle şekerin yüksek ısı derecesinde tutulması besin ögesi kaybını artırmaktadır. Bu yüzden sütle veya muhallebi pişirirken şeker inmeye yakın veya indirildikten sonra ilave edilmelidir (Baysal 1999a).

Araştırma kapsamına alınan kadınların sütlü tatlı pişirirken şeker ilave etme zamanları Çizelge 4.52'de verilmiştir.

Çizelge 4.52 genel olarak incelendiğinde, kadınların % 4.7'sinin sütlü tatlı pişirmediği görülmektedir. Kadınların % 49.0'unun doğru olan uygulamayı yaparak sütle veya muhallebi pişirirken şekerini indirmeye yakın ekledikleri; % 33.3'ünün süt kaynayınca, % 13.0'nün ise süt kaynamadan önce kattıkları görülmektedir. Aynı çizelge çalışma durumuna göre incelendiğinde, çalışan kadınların % 50.7'sinin sütle veya muhallebi pişirirken şekerini indirmeye yakın, % 29.3'ünün süt kaynayınca, % 15.3'ünün süt kaynamadan önce kattıkları görülmektedir. Çalışmayan kadınların ise % 47.3'ü sütle veya muhallebi pişirirken şekerini indirmeye yakın, % 37.3'ü süt kaynayınca, % 10.7'si süt kaynamadan önce eklemektedir. Sütlü tatlılara şeker ilave etme

zamanı ile çalışma durumu arasındaki fark istatistiksel olarak önemsiz bulunmuştur ($P>0.05$).

Çizelge 4.52. Çalışma durumuna göre kadınların sütlü tatlı pişirirken şeker ilave etme zamanları

Çalışma Durumu / Şeker ilave etme zamanı	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Pişirmez	7	4.7	7	4.7	14	4.7
Süt kaynamadan önce	23	15.3	16	10.7	39	13.0
Süt Kaynayınca	44	29.3	56	37.3	100	33.3
İndirmeye yakın	76	50.7	71	47.3	147	49.0
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=2.798$		SD=3		P>0.05	

Sürücüoğlu (1986) yaptığı araştırmada, deneklerin % 49.30'unun sütlü tatlı yaparken şekeri süt kaynamadan önce veya süt kaynayınca ilave ettiklerini ortaya çıkarmıştır.

Malatyaloğlu (1991), Hasipek ve Örmeci (1988), Sevenay (1996), yaptıkları çalışmalarda kadınların yarısından fazlasının sütlü tatlı yaparken şekeri indirmeye yakın kattıklarını belirlemişlerdir (sırasıyla % 53.33, % 70.0, % 72.09). Ersoy (1999)'un çalışma sonucu ise % 47.5 olup bizim çalışmamız sonucuna daha yakındır.

4.3.13. Kadınların radyo, televizyon, gazete v.b. gibi yayın organlarındaki beslenme konularına ilgi dereceleri

Araştırma kapsamına alınan kadınlara "radyo televizyon, gazete v.b. gibi yayın organlarındaki beslenme konularına ilginiz ne derecededir?" diye sorulmuş alınan yanıtlar Çizelge 4.53'de verilmiştir.

Çizelge 4.53 genel olarak incelendiğinde, kadınların % 53.3'ü yayın organlarındaki beslenme konularını arada sırada izlediklerini, % 21.7'si her zaman izlediklerini, %19.7'si az izlediklerini belirtmişlerdir. Çizelge çalışma durumuna göre incelendiğinde çalışan kadınların % 54.0'ünün, çalışmayanların % 52.7'sinin beslenme ile ilgili yazı veya programları arada sırada izledikleri; çalışanların % 20.0'sinin, çalışmayanların % 23.3'ünün her zaman izledikleri, çalışanların % 20.0'sinin, çalışmayanların % 19.3'ünün ise az izledikleri görülmektedir.

Çizelge 4.53. Çalışma durumuna göre kadınların radyo,televizyon-gazete vb. yayın organlarındaki beslenme konularına ilgi dereceleri

İlgi dereceleri	Çalışan		Çalışmayan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Hiç yok	5	3.3	6	4.0	11	3.7
Az	30	20.0	29	19.3	59	19.7
Arada sırada izler	81	54.0	79	52.7	160	53.3
Her zaman izler	30	20.0	35	23.3	65	21.7
Vakti olmadığı için izlemez	4	2.7	1	0.7	5	1.6
Toplam	150	100.0	150	100.0	300	100.0
	$X^2=2.798$		SD=3		P>0.05	

5. SONUÇLAR

- Bu araştırma, çalışan ve çalışmayan kadınların yiyecek satın alma ve hazırlama davranışlarını belirlemek amacıyla; 150 çalışan, 150 çalışmayan toplam 300 evli kadın üzerinde yürütülmüştür.
- Araştırma sonuçlarına göre çalışan kadınların ortalama yaşı 34.79 ± 0.51 yıl, çalışmayan kadınların ise 37.15 ± 0.70 yıldır.
- Kadınların % 39.0'u lise, % 29.7'si yüksekokul, % 15.0'i ortaokul, % 15.0'i ilkokul mezunudur.
- Beden Kitle İndeksine göre çalışan kadınların % 66.0'sı, çalışmayan kadınların % 44.7'si normal vücut ağırlığında; çalışan kadınların % 26.0'sı, çalışmayan kadınların % 45.3'ü hafif şişmandır. Vücut ağırlıklarının çalışma durumuna göre değiştiği saptanmıştır ($P < 0.01$).
- Yiyecek alışverişini yaparken ödeme peşin yapanların oranı çalışmayanlarda % 62.7, çalışanlarda % 46.0'dır. Yiyecek alışverişinde yapılan ödeme tipi ile çalışma durumu arasındaki fark önemli bulunmuştur ($P < 0.05$).
- Çalışan kadınların % 67.3'ünün, çalışmayan kadınların % 58.0'inin, yiyecek alışverişini daha çok eşleriyle yapmayı tercih ettikleri belirlenmiştir. Çalışma durumu ile yiyecek alışverişine çıkılan kişi arasında önemli bir ilişki olduğu istatistiksel analizle belirlenmiştir ($P < 0.05$).
- Çalışan kadınların yaklaşık yarısı (% 48.7) yiyecek alışverişini hafta sonları yapmayı tercih ettiği, çalışmayan kadınların ise büyük bölümünün (% 39.4) yiyecek alışverişi için belirli bir zamanının olmadığı saptanmıştır.
- Kadınların yiyecek satın alırken etkilendikleri en önemli faktörler; yiyeceğin aile üyelerinin sağlık durumuna uygunluğu (% 96.0) son kullanma tarihi (% 91.3), yiyecek maddesinin besleyici özelliği (% 88.3), fiyatı ve bütçeye uygunluğu (% 88.7)'dur.
- Kadınların, yarıya yakını balığı balıkçıdan (% 41.0), kırmızı eti kasaptan (% 40.3), kurubaklagilleri süpermarketten (% 58.7), sebze-meyveyi pazardan (% 53.0) almaktadırlar.
- Yiyecek ambalajı üzerindeki yazıları okuma oranı çalışmayan kadınlarda % 93.3, çalışan kadınlarda % 92.7 olarak bulunmuştur. Çalışmayan kadınların % 67.9'u, çalışan kadınların % 56.8'i yiyecek ambalajı üzerindeki yazıları her yönüyle okuduklarını belirtmişlerdir.

- Kadınların yemek pişirirken kullandıkları tencere çeşitlerinde en yüksek oranı % 92.7 ile çelik tencere almış, onu % 46.0 ile teflon tencere, % 32.0 ile düdüklü tencere izlemiştir.
- Yemeklerini günlük pişiren kadınların oranı çalışmayanlarda (% 87.3), çalışanlarda (% 76.0) daha yüksek bulunmuş olup, çalışan kadınların % 48.7'si hazırlanması kolay ve kısa zaman alan yemekleri, çalışmayan kadınların ise % 69.3 gibi çoğunluğunun el emeği gerektiren yemekleri pişirdikleri saptanmıştır.
- Çalışan kadınların % 20.7'sinin, çalışmayan kadınların % 30.0'unun, sebzeleri hazırlarken doğru yöntemi uyguladıkları (yıkama, ayıklama, doğrama) bulunmuştur.
- Kadınların % 75.0'i sebzeleri haşlamadan direkt pişirmekte; % 59.3'ü makamayı haşlama suyunu dökerek; % 37.0'si pirinç pilavını ısıtma suyunu döküp kavurarak, % 48.0'i bulgur pilavını yağda kavurarak; % 61.3'ü nohutun, % 63.7'si kuru fasulyenin haşlama suyunu dökerek pişirmektedir. Sütlü tatlı pişirirken şekeri indirmeye yakın ilave edenlerin oranı % 49.0 olarak bulunmuştur.

6. ÖNERİLER

Sağlıklı ve dengeli beslenme, ancak besleyici ve güvenilir besinlerle sağlanabilir.

- Yiyecek harcamaları ile ilgili plan yapma ve yiyecek harcamaları içinde hangi yiyecek için ne kadar para ayrılması konusunda kişiler eğitilmelidir.
- Alışverişe mutlaka, alışveriş listesi ile çıkılmalı, alınması planlanan besinlerin ve miktarların dışına çıkmamaya çalışılmalı, alışveriş yapmadan önce piyasa araştırması yapılmalı, alışveriş yapıldıktan sonra alınanların değerlendirilmesi yapılmalıdır. Aşırı harcama yapmamak için alışverişe yorgun ve aç çıkılmamalıdır.
- Satın alınan besinlerin kontrol edilmesi gereklidir. Besinin etiketi okunmalı, üretim ve son kullanma tarihlerine bakılmalı, son kullanma tarihi geçmiş besinler, ambalajı hasarlı besinler satın alınmamalıdır. Ambalajın sağlamlığına, TSE damgası olup olmadığına dikkat edilmelidir.
- Yiyecekleri hazırlama, pişirme ve saklama aşamalarında beslenme ilkelerine dikkat edilmezse, önemli derecede besin ögesi kayıpları meydana gelebileceği gibi yiyecekler insan sağlığını olumsuz yönde etkileyebilir. Bu nedenle mutfaktan sorumlu bireyler besinlerin "hazırlama, pişirme ve saklama" yöntemleri konusunda eğitilmelidir.
- Sağlıklı, yeterli ve dengeli bir beslenme için toplumdaki bireylerin beslenme bilgi düzeyi yükseltilmeli, bunun için de toplumun tüm gruplarına yönelik beslenme eğitim programları düzenlenmelidir. Bu konuda sivil toplum örgütlerinden de yararlanılmalıdır.
- Kadınların yiyecek satın alma davranışları ile yiyecek hazırlama-pişirme uygulamalarının daha iyi irdelenmesi açısından, yaş, öğrenim durumu, sosyo-ekonomik durum gibi faktörlerin de gözönüne alınarak daha geniş kapsamlı araştırmaların yapılması yararlı olacaktır.

KAYNAKLAR

- Açkurt, F. ve Wetherilt, H. 1983. Sağlıklı pişirme yöntemleri. TÜBİTAK Marmara Bilimsel ve Endüstriyel Araştırma Enstitüsü Beslenme ve Gıda Teknolojisi Bölümü, Yayın No: 120, Gebze.
- Akçiçek, E., Akçiçek, F. ve Başar, R. 1989. Besinlerin pişirilmesi ve saklanması için kullanılan malzemelerin insan sağlığına yapabileceği olumsuz etkiler. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 18: 87-99.
- Aktaş, N. 1987. Besinlerin hazırlanması ve pişirilmesi sırasında oluşan besin ögesi kayıpları. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları: 1018, Derlemeler :34, Ankara.
- Albayrak, M. 2000. Ankara ilinde gıda maddeleri paketlenme ve etiketlenme bilgileri hakkında tüketicilerin bilinç düzeyinin ölçülmesi, gıda maddeleri alım yerleri ve ambalaj tercihleri üzerine bir çalışma. Burcu Ofset Matbaacılık, Ankara.
- Altay, B. 1992. Kadınların yiyecekleri hazırlama, pişirme, saklama ve sunma konularındaki bilgi ve davranışları. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Bilim Uzmanlığı Tezi, Ankara.
- Anonim 1997. Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği. Dünya Yayınları Yasa Dizisi: 2, 198 s., İstanbul.
- Bayraktar, M. ve Erel, S. 1986. "Ailede Kadının Rolü" kavramının evli kadınlar ve erkekler açısından karşılaştırmalı analizi. *Ev Ekonomisi Dergisi*, 1(1): 3-8.
- Bayraktar, M. 1995. Kadının çalışma durumu ve tüketim davranışları. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayın No: 1406, Bilimsel Araştırma ve İncelemeler: 784, Ankara.
- Baysal, A. 1996. Sağlıklı beslenme ve akdeniz diyeti. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 25(1) :21-29.
- Baysal, A. 1999a. Beslenme. Hatipoğlu Yayınevi, 494 s., Ankara.
- Baysal, A. 1999b. Beden ağırlığının denetimi. *Diyet El Kitabı*, 3. Baskı, Hatipoğlu Yayınevi, s. 39-40, Ankara.
- Capps, O., Tedford, R.J. and Havlicek, J. 1985. Household demand for convenience and non convenience foods. *American Agricultural Economics Association*, 67(11): 862-865.

- Conner, M. T. 1993. Understanding determinants of food choice. Contributions from attitude research. *British Food Journal*, 95 (9): 27-31.
- Crocket, J.S., Potter, D. J., Wright, S. M. and Bacheller, A. 1992. Validation of a self reported shelf inventory to measure food purchase behavior. *Journal of the American Dietetic Association*, 92 (6): 694-697.
- Çalık, N. 1999. Ürün, tüketici ve satış noktası özelliklerinin satın alma yeri ve satın alma şekli üzerindeki etkilerinin araştırılması gıda maddeleri ile ilgili bir uygulama. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 4. Ulusal Pazarlama Kongresi, 18-20 Kasım Hatay. Aydoğdu Ofset, Ankara.*
- Çelebi, K., Kavas, A. ve Kavas, A. 1991. Besin etiketi tüketici algılaması tercihi ve içerik analizi. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 20: 209-219.
- Çelik, Ş. ve Ünver, B. 1991. Tüketicilerin gıda reklamlarıyla ilgili tutum ve davranışları. *Gıda*, 16(2): 145-150.
- Çelik, Ş. ve Ünver, B. 1994. Tüketicilerin gıda kontrolü ile ilgili uygulamaları, *Gıda*, 19(1): 73-79.
- Çete, M. F. 1989. Ailelerde gıda tüketim davranışını belirleyen ekonomik ve sosyal etmenler üzerine bir araştırma. *Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.*
- Demirel, Y. N. 1997. Antalya ili merkez ilçede farklı sosyo ekonomik düzeydeki kadınların yiyecek hazırlama, pişirme ve saklamaları üzerine bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.*
- Ernest, D. N., Wu, M., Frommer, P., Katz, Eileen., Matthews, O., Moskowitz, J., Pinsky, I. J., Pohl, S., Schreiber, B. G., Sondik, E., Tenney, J., Curtis, W. and Zifferblatt, S. 1986. Nutrition education at the point of purchase: The foods for health project evaluated. *Nutrition Education At Point Of Purchase*, 15: 60-73.
- Ersoy, G. 1993. Farklı sosyo ekonomik düzeydeki kadın tüketicilerin hazır yarı hazır besinleri tüketme durumları. *Ekonomide Ankara Dergisi*, 50: 31-39.
- Ersoy, Y. 1999. Kırdan kente göç etmiş ailelerde kadınların bazı beslenme uygulamaları üzerine bir araştırma. *Kooperatifçilik*, 125: 43-54.

- Ersoy, Y. ve Ersoy, A.F. 1999. Gecekondu ailelerinde kadınların yiyecek hazırlama ve pişirmeye ilişkin bazı uygulamaları üzerine bir araştırma. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3: 67-82.
- Ghandour, F. 1991. A cross national comparison of the new life-style determinants on women's food shopping behavior in The United States and İstanbul. Boğaziçi Üniversitesi, Bilim Uzmanlığı Tezi, İstanbul.
- Gönen, E., Bayraktar, M. ve Hablemitoğlu, Ş. 1992. Mikrodalgalı ve klasik elektrikli fırınların kullanımı hakkında bir araştırma. (Proje No: 88-55-00-01), Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Ev Ekonomisi Yüksekokulu Ev İdaresi ve Aile Ekonomisi Anabilim Dalı, Ankara.
- Güley, T. E. 1992. Çalışan ve çalışmayan kadınlarda yiyecek mamülü satın alma davranışı ve yemek yeme alışkanlıkları üzerine bir araştırma. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi, İstanbul.
- Hasipek, S. 1983. Ekonomik beslenme ilkeleri. *Gıda*, 8 (2): 87-90.
- Hasipek, S. ve Özçelik, A.Ö. 1997. Ailelerin besin tüketme alışkanlıkları. *Standard*, 36(424): 98-102.
- Hasipek, S., Örmeci, A.Ö. 1988. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi idari kadrosunda çalışan evli kadınların beslenme bilgi düzeyleri ile yiyecek hazırlama ve pişirme uygulamaları. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları: 1079, Bilimsel Araştırma ve İncelemeler: 582, Ankara.
- Konuk, G. 1991. Tüketici ünite olarak ailenin mal ve hizmetleri satın alma davranışları ve bunlara ilişkin sorunları. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Bilim Uzmanlığı Tezi, Ankara.
- Kutluay, T. 1980. Kurum Beslenmesi. M.E. Gençlik ve Spor Bakanlığı Yayınları: 808, Ders Kitabı Dizisi: 295, Ankara.
- Küçükkömürler, S. 1986. Gelir düzeyinin ve fiyatlardaki değişimin yiyecek satın alımına etkisi. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Malatyaloğlu, N. 1991. Erzincan ili merkez ilçesi köylerindeki evli kadınların beslenme bilgi düzeyleri ile yiyecek hazırlama, pişirme ve saklama uygulamaları üzerinde bir araştırma. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bilim Uzmanlığı Tezi, Ankara.

- Michel, P. M., Karslund, M. K., Finan, A. and Johnson, J. 1994. Food label reading habits of WIC clients. *Journal of Nutrition Education*, 26 (3): 146-148.
- Nakip, M. ve Yaraş, E. 1999. Ailenin satın alma kararlarında çalışma durumuna göre kadının rolü. 4. Ulusal Pazarlama kongresi 18-20 Kasım Hatay. Aydoğdu Ofset, Ankara.
- Nazik, H. 1994. Ailelerin gıda maddelerini satın alma davranışları ve gıda maddelerini satın almada bir alternatif olarak süpermarketler. *Standard*, 33(387): 35-39.
- Ortaboşan, Ş. 1999. Gecekondu bölgelerinde ev kadınlarına yönelik tüketici eğitimi programı kapsamının belirlenmesi üzerinde bir araştırma. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Ev Ekonomisi Ana bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Özgen, Ö. ve Ufuk, H. 1997. Tüketicilerin ambalaj tercihleri ve çevreci pazarlama ilkelerini algılamaları. *Standard*, 36(432): 114-124.
- Pekcan, G. 1999. Beslenme sorunlarının önlenmesi: besin, beslenme plan ve politikalarının önemi. Ankara İli Beslenme Alışkanlıkları ve Mutfak Kültürü, VEKAM Yayın No: 1, s. 129-134, Ankara.
- Pekcan, G. and Karaağaoğlu, N. 2000. State of Nutrition in Turkey. *Nutrition and Health*, 14: 41-52.
- Sağlam, F. 1989. Kadınlarda şişmanlığın görülme sıklığı ve şişmanlık oluşumunu etkileyen etmenler. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 18(2): 195-203.
- Sağlam, F., Gümüş, A. ve Dokcan, B. 1999. Tüketicilerin besin satın alımına ilişkin bilgi, tutum ve davranışları. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 28 (1): 39-46.
- Schucker, R.E., Levy, A.S., Tenney, J.E. ve Mathews, O. 1992. Nutrition shelf-labeling and consumer purchase behavior. *Journal of Nutrition Education*, 24: 75-81.
- Sevenay, N. 1996. Kayseri il merkezi kamu sektöründe çalışan kadınların beslenme alışkanlıkları, yiyecek hazırlama, pişirme yöntemleri ve beslenme bilgi düzeyleri üzerine bir araştırma. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Ev Ekonomisi (Beslenme) Anabilim Dalı, Ankara.

- Sevenay, N. ve Hasipek, S. 1997. Kayseri il merkezi kamu sektöründe çalışan kadınların yiyecek hazırlama ve pişirme uygulamaları üzerine bir araştırma. V. Halk Sağlığı Günleri Beslenme Sorunları ve Yasal Durum Bildiri Özet Kitabı, s. 8, Isparta.
- Sürücüoğlu, M. ve Balgamiş, F. 1987. Beslenme eğitiminin yiyecek hazırlama ve pişirme yöntemlerine etkisi. Beslenme ve Diyet Dergisi, 16: 39-50.
- Sürücüoğlu, M.S. 1986. Aile beslenmesinde kadının rolü. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Ev Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Tek, Ö.B. ve Ünüsan, Ç. 1999. Türkiye’de süper ve hipermarketlerin gelişimi ve artan rekabet ortamında satış gücü eğitimi ve tüketici tatmini açısından değerlendirilmesi araştırması. 4. Ulusal Pazarlama Kongresi. 21. Yüzyıl Eşiğinde Ulusal Pazarlama. Aydoğdu Ofset, s. 173-179, Ankara.
- Ünsal, A. ve Terzioğlu, G.R. 1988. Ailelerin beslenme idaresine ilişkin davranışları. GIDA, 13(6): 447-453.
- Wade, J., Milner, J. and Kronl, M. 1981. Evidence for a physiological regulation of food selection and nutrient intake in twins. The American Journal Of Clinical Nutrition, 34(2): 143-147.
- Wagner, L. J., Winett, A. R. and Rankin, W. J. 1992. Influences of supermarket intervention on the food choices of parents and their children. Society For Nutrition Education, 24 (6): 306-311.
- Yaman, M. 1988. Farklı sosyo-ekonomik bölgelerde yaşayan ailelerin hazır gıda tüketimlerinde reklamların etkisi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Yapıcı, A. ve Yener, M. 1986. Kırdan kente göç etmiş ailelerin yiyecek saklama uygulamasındaki değişimin aile ekonomisi açısından incelenmesi. Ev Ekonomisi Dergisi, 1(1): 9-12.
- Yolsal, N., Kıyan, A. ve Özden, Y. 1998. Beslenme durumunu değerlendirmede beden kitle indeksinin kullanımı. Beslenme ve Diyet Dergisi, 27(2): 43-48.
- Yücecan, S. 1989. Toplu beslenme yapılan kuruluşlarda yemek hazırlama ve pişirme yöntemleri ile standart tarife kullanımı ve kayıpların önlenmesi. Toplu Gıda Tüketimi Yapılan Kuruluşlarda İnsangücü

Verimliliğini Artırmaya Yönelik Beslenme Teknikleri. MPM Yayınları: 325, s. 248-264, Ankara.

Yücecan, S. 1991. Gıda tüketimi ve yeni yönelişler. Gıda Sanayii Kongresi, San Matbaası, s. 239-246, Ankara.

Yürüker, M. A. 1992. Çalışan ve çalışmayan kadınların kolayda mallara ilişkin tüketim alışkanlıkları ve satın alma davranışları arasındaki farklılıklar. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bilim Uzmanlığı Tezi, Ankara.

EKLER**EK-1****ÇALIŞAN VE ÇALIŞMAYAN KADINLARIN YİYECEK SATIN
ALMA-HAZIRLAMA DAVRANIŞLARI ÜZERİNDE BİR
ARAŞTIRMA****ANKET FORMU**

Anket No:

Tarih:

Çalışıyor Çalışmıyor

Adı ve Soyadı :

Çalıştığı bakanlık :

Boy uzunluğu : cm

Vücut ağırlığı : kg

I. GENELBİLGİLER

1. Kadının yaşı :

2. Eşinin yaşı :

3. Kadının öğrenim durumu :

4. Eşinin öğrenim durumu :

5. Kaç yıllık evlisiniz ? :

6. Çocuğunuz var mı ?

1. Hayır 2. tane

7. Şu anda evde kaç kişi yaşıyor ?

8. Oturduğunuz ev kendinizin mi?

1. Evet 2. Kira 3. Lojman 4. Diğer (belirtiniz)

9. Ailenizin aylık ortalama geliri ne kadardır? (maaş, kira, vb.) TL.

10. Aylık gelirin ne kadarını beslenmenize (yiyecek harcamalarına) ayırıyorsunuz?

1. Dörtte birinden az
2. Dörtte birini
3. Yarısını
4. Dörtte üçünü
5. Diğer (belirtiniz)

II. YİYECEK SATIN ALMA DAVRANIŞLARI

1. Yiyecek alışverişlerinizde ne tür ödeme kullanırsınız?

1. Peşin
2. Kredili
3. Kredi kartı ile
4. Diğer (belirtiniz)

2. Yiyecek alışverişine en çok kiminle çıkarsınız?

1. Yalnız
2. Eşimle beraber
3. Çocuklarımla beraber
4. Diğer (belirtiniz)

3. Evin yiyecek alışverişini karşılamak için haftada kaç kez alışverişe çıkıyorsunuz?

1. Hiç
2. Bir kere
3. İki kere
4. Sayısı belli değil
5. Diğer (belirtiniz)

4. Genellikle haftanın hangi günlerinde yiyecek alışverişine çıkarsınız?

1. Hafta içi
2. Hafta sonu
3. Belli bir günüm yoktur

5. Genellikle günün hangi saatlerinde yiyecek alışverişine çıkarsınız?

1. Sabah
2. Öğle
3. Öğleden sonra
4. Akşam
5. Belli bir saati yoktur

6. Yiyecek alışverişine gitmeden önce bir liste yapıyor musunuz?
1. Alacaklarımın tamamını bir liste halinde yazırım.
 2. Alacaklarım aklımda belirlenmiştir fakat alışveriş sırasında eklemeler yaparım
 3. Alacaklarıma dükkana girdiğimde karar veririm.
 4. Diğer (belirtiniz)
7. Yiyecek alışverişine çıkarken karmanızın tok olmasına ve yorgun olmamaya dikkat eder misiniz?
1. Evet
 2. Hayır
 3. Bazen
8. Devamlı aynı satış yerinden mi alışveriş yaparsınız?
1. Evet
 2. Hayır
9. Alışveriş yaptığımız yerlerin seçimini etkileyen etmenler nelerdir?

Etmenler	Etkiler	Etkilemez
Yakın olması		
Tanınmış olması		
Ucuz olması		
Ödeme kolaylığı		
Çeşit fazlalığı		
Alışılan yer olması		
Tanıdık önerileri		
Temiz olması		
Satış elemanlarının olumlu davranışları		

10. Aileniz için yiyecek maddeleri seçerken /satın alırken kararınızı etkileyen faktörler nelerdir?

Faktörler	Etkiler	Etkilemez
Eşimin tercihleri		
Yiyecek maddesinin besleyici özelliği		
Kendi tercihlerim		
Yiyecek maddesinin fiyatı ve bütçeye uygunluğu		
Çocukların tercihleri		
Tüm aile üyelerinin tercihleri		
Yiyecek maddesinin aile üyelerinin sağlık durumuna uygunluğu		
Besin maddesinin doyuruculuğu		
Hazırlama ve pişirmede sağladığı kolaylık ve çabukluk		
Son kullanma tarihi		
Ambalajının güzel olması		
Markası		
Kullananların tavsiyesi		
Kolay bulunuşu		
Diğer (belirtiniz)		

11. Aşağıdaki yiyecekleri genellikle nereden satın alırsınız ?

Yiyecekler	Tüketmez	Seyyar Satıcı	Bakkal	Manav	Pazar	Kasap	Süper Market	Hiper Market	Diğer (belirtiniz)
Süt									
Yoğurt									
Peynir									
Et									
Tavuk									
Balık									
Sucuk									
Sosis-Salam									
Yumurta									
Sıvı yağ									
Margarin									
Tereyağ									
Zeytin									
K. baklagil									
Makarna									
Pirinç									
Bulgur									
Sebze-meyve									
Patates-kurusoğan									

12. Satın aldığımız yiyeceğin ambalajının üzerindeki yazıları okur musunuz?

1. Evet

2. Hayır

15. Şimdiye kadar satın aldığınız yiyecek maddelerinden bozuk çıkan oldu mu?

1. Hayır
2. Evet

16. Bozuk çıkan yiyecek maddeleri ile ilgili davranışınız ne oldu?

1. Hiçbir şey yapmadım.
2. Bir kuruluşa bildirdim.
3. İade ettim.
4. Ne yapacağımı bilemedim.
5. Diğer (belirtiniz)

17. Televizyon, radyo, gazete vb. yayınlanan yiyecek reklamlarından etkileniyor musunuz?

1. Evet
2. Hayır
3. Bazen

18. 17. soruya cevap evet ya da bazen ise etkilenip satın aldığınız yiyecekler nelerdir?

III. YİYECEK HAZIRLAMA UYGULAMALARI

1. Aşağıdaki araç gereçlerden hangileri evinizde vardır?

Araç gereç	Var	Yok
Mikrodalga fırın		
Bulaşık makinesi		
Tost makinesi		
Fritöz		
Ekmek kızarma makinesi		
Izgara (elektrikli)		
Meyve sıkacağı		
Et kıyma makinesi		
Fırın		
Robot		
Gril (tüplü)		

2. Yemeklerinizi hangi tür tencerelerde pişiriyorsunuz?

Tencere	Her zaman	Ara sıra	Hiç
Bakır			
Alüminyum			
Çelik			
Teflon			
Emaye			
Cam			
Düdüklü tencere			
Toprak kap			
Diğer (belirtiniz)			

3. Menü planı yapar mısınız?

1. Evet 2.Hayır 3. Bazen

4. Menü planlarken pişirilecek yemeği kim belirler?

1. Daima ben
2. Daha çok eşim
3. Daha çok ben
4. Eşim ve ben
5. Çocuklar
6. Bütün aile hep beraber
7. Diğer (belirtiniz)

5. Yemekleri günlük mü hazırlarsınız ?

1. Evet 2.Hayır

6. 5. soruya cevabınız hayır ise kaç günde bir hazırlarsınız ?

1. İki günde bir
2. Üç günde bir
3. Dört günde bir
4. Diğer (belirtiniz)

7. Yemek hazırlamak günde ne kadar zamanınızı alır?

1. Yarım saatten az
2. Yarım – bir saat arası
3. Bir-iki saat arası
4. İki saatten fazla

8. Evde genellikle ne tip yemekler pişirirsiniz?

1. El emeği gerektiren özenli yemekler
2. Dondurulmuş veya diğer hazır yemekler
3. Hazırlanması kolay kısa zaman alan yemekler
4. Diğer (belirtiniz)

9. Aşağıdaki hazır yiyeceklerden hangilerini kullanırsınız?

Yiyecek	Kullanırım	Kullanmam
Hazır çorba		
Dondurulmuş gıda		
Konserve		
Puding		
Hazır kek pasta		
Diğer (belirtiniz)		

10. Hazır yiyeceklerin üzerindeki pişirme ve hazırlama tariflerine uyar mısınız?

1. Evet
2. Hayır

11. Sebzeleri pişirmeden önce aşağıdaki hazırlama işlemlerinden hangisini uygularsınız?

1. Ayıklar, doğrar,yıkırım
2. Yıkar, ayıklar, doğrarım.
3. Ayıklar, yıkar, doğrarım
4. Dikkat etmem
5. Diğer (belirtiniz)

12. Sebzeleri nasıl pişirirsiniz?

1. Haşlar suyunu döker, pişiririm
2. Haşlar suyunu dökmeden pişiririm
3. Haşlamada pişiririm
4. Diğer (belirtiniz)

13. Makarnayı nasıl pişirirsiniz?

1. Suda haşlar suyunu dökerim
2. Az suda pişirir suyunu çektirim
3. Diğer (belirtiniz)

14. Pilavı nasıl pişirirsiniz?

	Pirinç Pilavı	Bulgur Pilavı
Suya atarak		
Yağda kavurarak		
Her iki şekilde		
Islatır suyunu döker kavurarak pişiririm		
Diğer (belirtiniz)		

15. Kuru baklagilleri nasıl pişirirsiniz?

	Nohut	Fasulye	Mercimek
Suda ıslatır, haşlar, suyunu dökerim.			
Suda ıslatır, haşlar, suyunu dökmem			
Suda ıslatır, suyunu döker, haşlamadan pişiririm			
Haşlamadan pişiririm			
Haşlar suyunu dökmeden pişiririm			
Diğer (belirtiniz)			

16. Sütü tatlı yaparken (sütlaç, muhallebi v.b) şekeri ne zaman ilave edersiniz?

1. Pişirmem
2. Kaynamadan önce
3. Süt kaynayınca
4. İndirmeye yakın
5. Diğer (belirtiniz)

17. Radyo, T.V., v.b. yayın organlarındaki beslenme konularına ilginiz ne derecededir?

1. Hiç yok
2. Az
3. Arada sırada izlerim
4. Her zaman izlerim
5. Diğer (belirtiniz)

ISBN: 975-97933-2-6