

AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ VE TÜKETİM

Prof. Dr. Şuayıp Özdemir
Prof. Dr. Ömer Torlak
Prof. Dr. Celalettin Vatandaş

İSTANBUL, MAYIS 2016

AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ VE TÜKETİM

PROF. DR. ŞUAYIP ÖZDEMİR - PROF. DR. ÖMER TORLAK - PROF. DR. CELALETTİN VATANDAŞ

SEKAM Yayınları: 4
ISBN: 978-605-66137-2-2

Birinci Baskı: Mayıs 2016

Grafik Tasarım

PROJESANAT

Tanıtım ve Organizyon

0 212 640 20 90

Baskı

AKIL FİKİR YAYINLARI VE DİJİTAL MATBAASI
Alemdar Mah. Alayköşkü Cad. Küçük Sok. No:6/3 Fatih\İstanbul

© SEKAM Yayınları, 2016

Bu yayının tüm hakları saklıdır. Yayının hiçbir bölümü SEKAM (Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Tic. ve Paz. Ltd. Şti.)'nin izni olmaksızın, elektronik veya mekanik ortamda (fotokopi, kayıt veya bilgi depolama vb.) çoğaltılamaz.

Bu çalışma TÜBİTAK tarafından (107k494 referans numarasıyla) desteklenmiştir.



İskenderpaşa Mah. Yeşil Tekke Sok. No:4 34091 Fatih - İSTANBUL

Tel: 0 212 635 42 52 Fax: 0 212 534 88 88

www.sekam.org.tr • iletisim@sekam.org.tr

İÇİNDEKİLER

TAKDİM	7
ÖNSÖZ	9
ÖZET	10
BİRİNCİ BÖLÜM	
GİRİŞ	13
İKİNCİ BÖLÜM	
SOSYAL BİR KURUM OLARAK AİLE	23
AİLE KURUMUNUN İŞLEVLERİ	29
AİLEYİ TANIMALAMADA KULLANILAN ÖLÇEKLER	37
Geleneksel (Büyük) aile	37
Çekirdek aile	38
OECD Eşdeğer Hane Büyüklüğü	40
Hanehalkı	41
AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ	43
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	
TÜRKİYE'DE AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİNİN	
BELİRLENMESİNE YÖNELİK NİTEL ARAŞTIRMA	53
ARAŞTIRMADA UYGULANAN YÖNTEM	55
AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİ VE TEMEL ÖZELLİKLERİ	57
1. Çocuksuz Evliler	57
2. İlk Çocuk Okul Öncesi Dönemde	58
3. En Büyük Çocuğu İlköğretim Çağında	62
4. Yetişkin Çocuklu Aileler (En Büyük Çocuğu Ergenlik Çağında	
veya Daha Büyük Olan Aileler)	63
5. Başbaşa Kalma Yılları	70
6. Yalnız Kalma Yılları	71

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİ, AİLELERİN TEMEL VE

TÜKETİM ÖZELLİKLERİ: NİCEL ARAŞTIRMA	75
ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEM	75
ÖRNEKLEM	76
ANALİZ YÖNTEMİ	78
1.YENİ EVLİ ÇOCUKSUZ DÖNEM	79
Ailenin Genel Özellikleri	79
Kurucuların Özellikleri	82
Diğer Aile üyeleri	85
Aile Gündemi	86
Gelir Özellikleri.....	87
Tüketim alışkanlıkları	89
2.EN BÜYÜK ÇOCUK OKUL ÖNCESİ ÇAĞDA	99
Aile Özellikleri	97
Kurucuların özellikleri	101
Diğer Üyeler.....	103
Ev özellikleri	105
Aile Gündemi	106
Gelir Özellikleri.....	106
Tüketim alışkanlıkları	108
3.EN BÜYÜK ÇOCUK İLKÖĞRETİM ÇAĞINDA	117
Aile Özellikleri	118
Kurucuların Özellikleri	119
Ev Özellikleri.....	122
Aile Gündemi	124
Ailenin Gelir Özellikleri	125
Tüketim Davranışları.....	128
4. YETİŞKİN ÇOCUĞU OLAN AİLELER	139
Aile Özellikleri	139
Kurucuların özellikleri	141
Çocuklar	143
Diğer aile üyeleri	146
Ev Özellikleri.....	147
Aile Gündemi	147
Gelir özellikleri	149
Tüketim alışkanlıkları	151

5. ÇOCUKLAR EVDEN AYRILMIŞ EŞLER BAŞBAŞA KALMIŞ	157
Ailenin genel özellikleri.....	157
Kurucuların Özellikleri	159
Çocuklar	160
Aile Gündemi	162
Ev Özellikleri.....	163
Ailenin Geliri	164
Tüketim Alışkanlıkları	166
6.EŞ ÖLMÜŞ, YALNIZ KALINMIŞ (YALNIZ KALMA YILLARI)	173
Aile Özellikleri	173
Kurucuların özellikleri	176
Çocuklar	178
Diğer Aile Üyeleri	180
Ev özellikleri	180
Aile Gündemi	181
Gelir Özellikleri.....	182
Tüketim alışkanlıkları	183

BEŞİNCİ BÖLÜM

AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİNİN AİLE ÖZELLİKLERİ ve TÜKETİM ÖZELLİKLERİ BAKIMINDAN KARŞILAŞTIRILMASI	191
AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİNE GÖRE KURUCULARIN TEMEL ÖZELLİKLERİ.....	193
AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİNE GÖRE GELİR VE EV ÖZELLİKLERİ	199
AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ BOYUNCA AİLE YAŞAM DÖNEMLERİNİN YAPILAN HARCAMALAR BAKIMINDAN KARŞILAŞTIRILMASI	205
AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİNE GÖRE SATIN ALMA KARARINDA ETKİLİ KİŞİLER	223
AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİNE GÖRE SATIN ALMA KRİTERLERİ	237

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇLAR VE ÖNERİLER	259
KAYNAKLAR	269
EKLER	275



TAKDİM

Millet olarak, ÷lke olarak genelde dert yanmakta, yaşadığımız meseleler için hep başkalarını suçlamaktayız. Oysa asıl yapmamız gereken iş, kültür ve medeniyetimizi; tepkisellikten ve antitez olmaktan çıkarmak, kendi tezlerini ve projelerini üretmesini sağlamak, insanlığın gündemine kendi tezlerini sokmak, insanlığı huzura kavuşturacak çözümler sunmak olmalıdır. Bunu için sağlam, güvenilir bilgi ve belgeye ve bunlara dayanarak üretilen projelere İhtiyaç vardır. Sosyal Ekonomik ve Kültürel Araştırmalar Merkezi(**SEKAM**), saha araştırmaları, alan araştırmaları, vaka analizleri ve teorik derinlikli ilmi araştırmalar yaparak, bu görevi yerine getirmeye çalışmaktadır.

SEKAM, Ülkemizin, Kültür ve Medeniyet havzamızın ve insanlığın temel sorunlarını; bağımsız bir bakışla tespit edip fotoğrafını çekmeyi ilke edinmiştir. Bağımsız bir yaklaşımla tespit edilen sorunlara, kendi kültür ve medeniyetimizin temel değerleri, ana frekansları, esas alınarak çözüm önerilerinde bulunmaktadır. Ancak bu, araştırmanın dışında ve uzantısında mutlaka yapılması gereken ayrı bir çalışma olarak ele alınmaktadır. Çözümler, kendi kültür ve medeniyetimiz açısından elde edilmeye çalışılırken, tüm insanlığın birikiminden yararlanmak da esas alınmıştır. Böylelikle, günü kurtaran anlık çözümler yerine, kalıcı, uzun vadeli çözümler üretilebilecek ve politikalar belirlenebilecektir.

Türkiye'nin günü birlik çözüm arayışlarından kurtulması gerektiğine inanmaktayız. Günü birlik çözüm arayışlarının, bu ÷lkeyi her seferinde getirdiği nokta bellidir. O nedenle zor, meşakkatli ve bedel isteyen çözümler için, halkın katkısı, fedakârlığı istenmelidir. Halkın aktif desteği olmadan, siyasetin, tek başına sorunları çözüme kavuşturması mümkün değildir.

Toplumsal yapının çekirdeği olan aile, insanlık tarihinin başlangıcından beri var olagelmiş bir kurumdur. Aile kurumu, yoğun ve şiddetli olumsuz etkiler karşısında bazen kısmen değişmiş, bazen bir oranda da olsa dönüşmüş; ama hep var olmuştur. Tarihsel süreçte karşılaştığı en köklü toplumsal değişmeler karşısında bile iç direncinden bir şey kaybetmemiş; şekil ve işlev farklılaşmalarına rağmen var olmaya

devam etmiştir. Böylece, aile, toplum hayatında vazgeçilemeyen ve muadili bulunmayan bir toplumsal sistemi/birimi temsil etmiştir.

Toplumun temelini oluşturan aile, her zaman ve her toplumda bir erkek ve bir kadının evlenme anlaşmalarıyla/kararlarıyla başlamıştır. Bu beraberlik öncelikle ailenin fizyolojik işlevini yerine getirmesine imkân sağlamaktadır. Ailenin yerine getirdiği fizyolojik işleve ilaveten, *psikolojik tatmin, kültür aktarımı, koruyuculuk, toplumsallaştırma, ekonomik dayanışma ve eğitim* işlevleri, herhangi bir öncelik sırası olmaksızın, aile ortamında ve aile tarafından yerine getirilmektedir.

Bir erkek ile kadının evlenmeleriyle oluşan aile, farklı ve uzun evrelerden geçerek varlığını sürdürür. İlk yıllarda, sadece iki kişinin birlikteliği biçiminde başlayan süreç yapısal olarak çocuk(lar)ın katılımıyla büyür, çocuk(lar)ın gelişim evreleriyle farklı aşamalara sahip olur. Eşlerin çalışma yaşamları ve emeklilikleri de, ailenin işlevinde farklılaşmalara ve dolayısıyla yaşanan sorunların ve tüketim davranışlarının değişmesini sağlayan diğer bazı önemli faktörler olarak anlam kazanır. İki kişiyle başlayan, yeni üyelerle (çocuk(lar)) büyüyen aile, sonunda eşlerden birisinin ölümü ile sona erer.

Tüm bu süreçte önem kazanan iki konudan/özelliğten birisi, ailenin yapısal ve işlevsel değişme evrelerinin hangi durumlarda/aşamalarda başladığı ve ne kadar sürdüğüyle ilgilidir. İkincisi ise her evrenin özelliklerinin neler olduğuyula ilgilidir.

Bu araştırma bu konuları ve özellikle de ikinci konu bağlamında tüketim davranışlarını ele almaktadır. Bu haliyle de Türkiye’de hemen hiç araştırılmamış bir konuyla ilgili bilimsel bir çalışmanın ürünü olarak anlam kazanmaktadır. Böyle değerli ve anlamlı bir çalışmayı yapmış olan kıymetli bilim adamları, **Prof. Dr. Şuayıp Özdemir, Prof. Dr. Ömer Torlak ve Prof Dr. Celalettin Vatandaş’a teşekkür eder başarılarının devamını dileriz.**

Aile konusunda yaptığı kapsamlı araştırmalarıyla ve akademik faaliyetleriyle, Aile yapımızın yapısal ve işlevsel durumunu tespit etme yönünde önemli çalışma ve çabalara imza atmış olan **SEKAM, Aile Yaşam Döngüsü ve Tüketim** çalışmasıyla da son derece orijinal ve önemli bir konuyu gündeme taşımış olmaktadır. **SEKAM**, bu araştırma ile, aile kurumumuzun durum ve sorunlarını daha doğru ve ayrıntılı bilme yönündeki çabalara ve aile politikalarına katkı sağlayacağı inancındadır.

Prof. Dr. Burhanettin CAN
SEKAM Yönetim Kurulu Başkanı

ÖNSÖZ

Bu çalışma, araştırmacıların yaklaşık 3 yıllık çalışmalarının bir ürüdür. Önce literatür taraması yapılmış, sonra planlandığı gibi mülakatlar yapılarak daha önce ülkemizde bir alan çalışması ile belirlenmiş olmayan Aile Yaşam Döngüsü dönemlerinin sayısı ve temel özellikleri tespit edilmiştir. Bundan sonra genelleştirilebilecek bilgilere sahip olmak amacıyla anket formu yardımıyla Türkiye genelinden yaklaşık 3000 aileye ait veriler toplanmış ve analiz edilmiştir. Araştırmada Türkiye’de yaşayan aileler için dönemler arasındaki önemli farklılıklar, farklılıkların yönü ve kaynakları hakkında mümkün olduğunca detaylı analizler yapılmıştır.

Bu çalışmada projede adı geçen üç kişiden başka kendilerine teşekkür borçlu olduğumuz bir çok kişinin katkıları bulunmaktadır. Bu kişilerin başında 2,5 yıl boyunca gündeme geldiğinde açık fikirleriyle projeye destek olan değerli meslektaşlarımız Prof. Dr. İsa Sağbaş, Doç. Dr. Yusuf Karaca gelmektedir. Projenin resmi işleyişinde bize yardımcı olan üniversitemiz çalışanlarından Osman Akad ve Ayhan Boyacıoğlu’na da teşekkür ederiz. Ayrıca özellikle araştırma grubundaki “bayan çalışan” eksiğini kapatarak mülakatlarda yardımcı olan öğrencimiz şadıman Mere’ye; araştırma projesi boyunca bir çok değişik iş yaparak yükümüzü hafifleten öğrencimiz Ömer Kuzu’ya da teşekkür ederiz. Ayrıca anket verilerinin alandan sağlıklı şekilde ve zamanında toplanması gibi önemli bir katkı sağlayan AREA danışmanlık şirketine ve Müdürü Murat Karan beyefendiye katkılarından dolayı teşekkür ederiz.

Çalışmamızın diğer araştırmacılara ufuk açıcı olmasını ve bu bilgiyi kullanarak toplumsal fayda sağlayacak kişi ve kuruluşlar için hayırlı olmasını dileriz.

Mayıs 2016
Afyonkarahisar

Prof. Dr. şuayıp Özdemir
Prof. Dr. Ömer Torlak
Prof. Dr. Celalettin Vatandaş

ÖZET

Bu araştırma, Aile Yaşam Döngüsü'nün (AYD) dönemlerini ve dönemlerdeki tüketim davranışlarını belirlemeye çalışmaktadır. Bu amaçla hem mülakat hem de anket yöntemi ile araştırılmıştır. Sonuçlara göre AYD altı dönemden oluşmaktadır: 1- Yeni evli çocuksuz aile, 2-En büyük çocuğu okul öncesi çağda olan aileler, 3-En büyük çocuğu ilköğretim çağında olan aileler, 4- Yetişkin çocuğu olan aileler, 5-Eşlerin çocukları evden gönderdikten sonra başlayan başbaşa kalma yılları, 6-Kurucularından birisinin hayatta kaldığı dönem. AYD boyunca dönemlerin birbirinden farklılığı "aile yapısı, gelir özellikleri, harcama özellikleri, satınalma kararında etkili kişiler, satınalma kriterleri" bakımından analizler yapılarak karşılaştırılmıştır. Araştırma sonunda 6 aile yaşam döneminin tüketim kalıplarını farklılaştırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Aile Yaşam Döngüsü, Tüketim kalıpları

ABSTRACT

This study examines the stages of the Family Life Cycle (FLC) and determines to what extent consumption behaviors change according to these stages. Both interviews and questionnaire methods were carried out for this purpose. As a result it is found that Family Life Cycle consists of the following six periods: 1-New married and childless family, 2- families with the oldest children in the preschool, 3- families with the largest child in school age, 4 - families with the adult children, 5-spouses without children after sending the children from home, 6-One of founders of the family survived. Differences of periods has been analyzed and compared with the others by "family structure, income, and buying characteristics who is the more affective member in buying decision, which criteria are used to buying behavior along the FLC. As result of the study, consumption patterns are differentiated by 6 periods of FLC.

Keywords: Family Life Cycle, consumption patterns

1. BÖLÜM GİRİŞ



GİRİŞ

Birey, kimlik ve kişiliğinin temel özelliklerini, dolayısıyla bireysel yaşamın önemli yönlerinden birisi olan tüketime yönelik tutum ve davranışlarını büyük oranda aile içinde kazanmakta ve geliştirmektedir. Bebeklikle başlayan ve çocukluk, ergenlik, gençlik, olgunluk, yaşlılık, ihtiyarlık dönemleriyle devam eden bireysel gelişim aşamalarında, diğer çevresel faktörlerin yanında özellikle aile, bireyin tüketim davranışlarını etkilemekte, ailenin baskın olduğu tüketim tarzı bireyin yaşamının önemli bir özelliği olarak anlam kazanmaktadır. Zira bireysel ihtiyaçlar ve bu ihtiyaçları giderme amacıyla gerçekleştirilen tüketim davranışları, ürünleri tüketme biçimleri ve miktarları yaşamın hemen her evresinde ailenin genel özelliklerine veya ailenin diğer bireyelerine göre şekillenmektedir. Dolayısıyla aile, bireyin tüketime ilişkin tüm tutum ve davranışlarında en belirleyici faktörlerden biri olarak işlev görmektedir. Örneğin çocukların, ergenlerin, gençlerin, çok küçük istisnalar hariç, anne-babalarını ve diğer aile bireyelerini dikkate almadan bir harcama/tüketim eğilimi içerisine girmeleri kolayca söz konusu olmadığı gibi, yetişkinlerin veya anne-babaların da çocuklarını ve diğer aile bireyelerini dikkate almadan bir harcama/tüketim eğilimi içerisine girmeleri de kolayca söz konusu olmamaktadır. Yine, bebek yaşta tüketim kararlarına katılma durumundan bahsedilemezken; çocukluk, ergenlik ve gençlik dönemlerinde farklı ağırlıklarda tüketim kararlarına katılım gerçekleşmektedir. Takip eden evliliğe hazırlık, yeni evli, yeni evli ve küçük çocuklu, evli ve yetişkin çocuklu gibi dönemlerde bireyin anne-baba adayı veya bizzat anne-baba olarak karara katılma biçimleri daha da farklılaşmaktadır. Bu arada tüketim kalıbı, tüketim ürünleri ve tüketim amacı da değişikliklere uğramaktadır. Diğer bir ifadeyle, tüketimde bireyin etkilendiği önemli kurumlardan biri olan ailenin farklı evrelerinde tüketim alışkanlıkları ve kalıplarında farklı etkilenmeler ortaya çıkmaktadır.

Aile yaşam döngüsü olarak tanımlanan ve farklı yaşam dönemlerinde aileye göre şekillenen tüketime ilişkin tutum ve tavırların özelliklerinin bilinmesi birçok bakımdan önemlidir. Bu çalışmada öncelikle ailenin ölçeklendirilmesine ilişkin kullanılan aile yaşam döngüsünün dönemleri Türkiye örneği bağlamında belirlenmeye çalışılmıştır. Buna bağlı olarak bu proje ile Türkiye şartlarında ortalama 71/74 yıl yaşayan bir bireyin farklı dönemlerde tükettiği ürünlerin, tüketme biçimlerinin, tüketim nedenlerinin, tüketim sembollerinin ve bu sembollere yüklenen anlamların bebeklik, çocukluk, ergenlik, gençlik, olgunluk, yaşlılık, gibi bireysel gelişim aşamalarında ve evliliğe hazırlık, yeni evli, yeni evli ve küçük çocuklu, evli ve yetişkin çocuklu gibi

dönemlerde nasıl değişim gösterdiğiyle ilgilidir. Bu bağlamda, projenin ilgili literatür ile uygulamaya önemli katkılar sağlaması beklenmektedir.

Araştırma konusu ile ilgili olarak, yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi, sosyo-ekonomik düzey, yaşanan çevre gibi değişkenler dikkate alınmıştır. Araştırma büyük oranda tanımlayıcı niteliktedir. Araştırmanın evrenini Türkiye oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri nitel ve nicel veri toplama yöntemleri kullanılarak elde edilmiştir. Öncelikle mülakat ve gözlem tekniklerinden yararlanılarak bulgular elde edilmiştir. Mülakatlar sonucunda Aile Yaşam Döngüsü aşamaları belirlenmeye çalışılırken aynı zamanda nicel araştırma için de ön hazırlık yapılmıştır. Daha sonra bir anket formu geliştirilmiş ve sahadan toplanan verilerle genelleme yapılmaya çalışılmıştır.

Bireylerin yaşamında fiziksel, psikolojik veya toplumsal bir karşılığa denk düşen tüketime ilişkin tutum ve davranışlar, bireysel yaşamın çeşitli evrelerinde birbirlerinden ayrılmakta ve farklılaşmaktadır. Bu farklılaşmada bireyin aile olarak içinde bulunduğu yaşam dönemlerinin, üyesi olduğu ailenin ve mensubu olduğu kültürel çevrenin etkisi belirleyici niteliktedir.

Bu araştırma ile Türkiye'deki Aile Yaşam Döngüsü ortaya çıkartılmaya çalışılmaktadır. Araştırmada ayrıca, bireyin aile üyesi olarak anlam kazanan ve farklı yaşam evrelerinde farklı niteliklerde açığa çıkan tüketici tutum ve davranışlarının oluşma ve karşılama biçimlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Böylelikle bir yandan aile yaşam döngüsünün farklı dönemlerinde tüketici bireyin değişen tüketim kalıpları anlaşılır hale gelmekte, diğer yandan bireyin tüketim davranışları üzerinde ailenin etkileri, kültürel değerlere göre analiz edilmektedir.

Konu ve Kapsam

Araştırmanın konusu, Türkiye'de yaşayan bireylerin tüketim kalıplarının şekillenmesinde ailenin etkisinin hangi alanlarda, hangi şiddette ve hangi yönde olduğunun ortaya çıkartılmasıdır. Bu amaçla Türkiye'nin coğrafi olarak farklı bölgelerinde yaşayan, farklı sosyo-ekonomik düzeylerde bulunan ailelerle yapılan derinliğine görüşmelerle bireylerin aile tarafından uygun bulunan veya bulunmayan tüketim kalıpları tespit edilmeye çalışılmıştır. Böylelikle bireysel yaşam evrelerindeki tüketim kalıplarını belirleyen faktörlerin etkileri ve etkileme sıraları tespit edilecek, bunların arasında ailenin konumu tayin edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmada iki temel araştırma sorusuna cevap aranmaktadır:

Türkiye'ye özgü bir aile yaşam döngüsü kaç aşamadan oluşmaktadır? Bu aşamaların temel özellikleri nelerdir?

Farklı Aile Yaşam Döngüsü aşamalarında tüketici kalıpları nasıl farklılaşmaktadır? Başka bir ifadeyle farklı aşamalarda ailenin tüketim kalıpları üzerindeki rolü nedir?

Araştırmanın temel değişkenleri iki tanedir: (1) Aile Yaşam Döngüsü, ve (2) Tüketim kalıpları.

Bu güne kadar Türkiye’de “Aile Yaşam Döngüsü” veya “Aile Hayat Eğrisi” olarak ifade edilen bu konuda Güven (1991) dışında bir çalışma yapılmamıştır. Bireylerin rolleri sona ermeden bir bayrak yarışında olduğu gibi rollerini ve görevlerini bir sonraki üyeye devrettikleri bu olguya aile yaşam döngüsü adı verilmektedir. Yaşanan olay bir tür döngüdür. Ancak aynı yerde dönüp duran bir fasit daire değildir. Döngü, bir sonraki temsilcinin de varlığıyla ve katılımıyla son derece dinamik ve değişken bir hal almaktadır. Örneğin kendi nişanlılık döneminden anne-babasından yaklaşık 20-25 yıl sonra geçen bireyler kendi kişiliklerine ve ailelerinin de önceliklerine uygun kararlar vermeye çalışmaktadır. Evlilik dönemine verilen isim ne kadar aynı olsa da sergilenen davranışların aynı olması imkansızdır. Silindirik bir kulenin etrafına yapılmış bir merdivenden çıkan kişiler belirli aralıklarla aynı manzara ile karşılaşır- lar. Ancak merdivenler bireyleri giderek daha yükseğe çıkardığı için görüş açısı git- tikçe genişlemektedir. Aile Yaşam Döngüsü de buna benzer -helezonik- bir yapıda- dır. Aynı dönemden geçtiğini düşündüğümüz aile üyelerinin gördükleri manzaralar, yollarındaki yol arkadaşları, yükleri ve zihinsel öncelikleri sürekli değişmektedir.

Aile Yaşam Döngüsünün (AYD) aşamalarını bazı bilim adamları “aşama” olarak bazıları “kariyer” olarak isimlendirmişlerdir. Farklı ülkelerde yapılan ilk çalışmalardan itibaren AYD dönemleri 4 ile 10 aşama arasında tespit edilmiştir. Farklı çalışmalarda AYD dönemleri farklı kriterlere dayalı olarak belirlenmiştir. Türkiye’de Aile Yaşam Döngüsü’nün 6 aşama olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sonuca nasıl varıldığı, dönemlerin özellikleri çalışmanın içeriğinde yer almaktadır.

Ülkemizde aile yaşam dönemlerini ekonomi ile ilişkilendiren ilk çalışmalara Güven’in (1991) ve Ersoy’un (1993) çalışması örnek verilebilir. Ersoy (1993) düzenli gelire sahip olan aileleri incelemiştir. Aile yaşam döngüsünü ele alan bir yaklaşıma sahip değildir. Güven (1991) çalışmasında yaşam dönemlerini 6 kısma ayırmış fakat eşi öldükten sonra yalnız kalan kişiyi bir aile olarak düşünmemiştir. Çalışmasına “ev idaresi perspektifinden bakmış, aile yaşam dönemlerinde nelerin tüketiminin var olduğunu tespit etmiştir. Örneğin, çocukların bakımı için en çok 0-13 yaş arasında olduğu dönemleri vurgulamakta ve bu dönemi de üç ayrı döneme ayırmaktadır. Aile dönemlere göre kimlerle görüşüleceği, sağlığın bozulması, ve çocuk bakımı konusundaki bilgi bakımından farklılıklar olduğunu ifade etmektedir.

ABD’de yapılan bir çalışmada evlenmeden önce kişilerin gelirlerinin çoğunu giyim, eğlence, seyahat, macera için harcadıkları tespit edilmiştir. Yeni evlilerin müzik setleri ve mobilyalara daha çok pay ayırdıkları tespit edilmiştir. Eve bir çocuğun gelmesiyle birlikte çocuk bakım ürünlerine, evin içinde çocuğa yönelik değişikliklere yönelik harcamalar ve ev gereçlerine yapılan harcamalar dikkati çekmektedir. Ço-

çocukların yetişkinlikleri döneminde harcamalar özellikle yenileme için (otomobil, ev, mobilya ya da beyaz eşyaların yenilenmesi için) yapılmaktadır. Eğitim harcamaları bu dönemde artış göstermektedir. Sonraki aşamada ebeveyn kendine daha çok para harcamakta, lüks tüketime ve seyahatlere yönelmektedir. En son aşamada harcamaların çoğu sağlık elde etmek için kullanılmaktadır. (Assael, 1992:477) Benzer şekilde karar verme şekilleri ve karara katılma oranları anne ve baba rolü oynayanlar için değişmekte aynı zamanda çocuklu dönemlerde de çocukların farklı ağırlıklarla tüketim kararlarına katıldıkları bilinmektedir. Costa vd. (2002) ev tercihinde ailenin farklı aşamalarda olması durumunda kullanılan kriterlerin farklılaştığını tespit etmişlerdir. Çocukların varlığına ve yaşlarına bağlı olarak otobüs durağına yakın yerde oturmak ya da sessiz bir muhitte oturmak temel belirleyici olabilmektedir.

Tüketim kalıbı kavramı, bireyin ihtiyaçlarını gidermek amacıyla tercih ettiği ürünü, ne sıklıkta ve ne miktarda tükettiğini, ürünleri nereden satın aldığını, ve ürüne hangi anlamları yüklediğini kapsamaktadır. Başka bir deyişle tüketim kalıbı bireyin hayat tarzının bir boyutu olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketim kalıpları üzerinde sosyal sınıfların, gelirin etkisi ile ilgili çalışmalar bulunmaktadır. Tüketim kalıbının belirleyicilerinden birisi de kültürdür. Tüketici birey, ait olduğu toplumun kültürel değerlerinin etkisiyle hayat tarzını ve tüketim kalıbını yönlendirir. Globalleşme, kültürel değerlerin birbirine benzemesine yol açmasına rağmen, yerel ve ulusal değerler farklılaşmayı getirmekte, tüketici bireyin aynı kültür içinde tüketim kalıbı bakımından da farklılaşmasına neden olmaktadır.

Konu tüketici davranışlarını ve aile içi ilişkileri anlamada önemli katkıları olabilecek disiplinlerarası bir konu olarak görülmektedir. Bu tür çalışmalar sayesinde toplumsal yapıda meydana gelen değişimleri izlemek mümkün olabilmektedir. AYD aşmalarının tespit edilmesi durumunda gelecekte yeni çalışmalara kapı açmak ve aile ile tüketici davranışları konusunda öngörülerde bulunmak mümkün olabilecektir.

Çalışmanın Katkıları

Düzenli olmasa da ülkemizde bireysel tüketim kalıplarını ve ailelerin tüketim yapılarını ele alan yatay kesit verilere dayalı çalışmalar yapılmıştır. Ancak bir ailenin kurulmasından yıllar önce başlayan aile ekseninde şekillenen tüketimin zaman içindeki akışını ele alan bir çalışma literatürde yer almamaktadır. Tespit edebildiğimiz kadarıyla bu güne kadar ülkemizde Aile Yaşam Döngüsünün ortaya çıkartılmasına ilişkin bir çalışma yapılmamıştır. Yalnızca birkaç bilim insanının eserinde bu konu isim olarak anılmıştır (Odabaşı ve Barış, 2002:253, İslamoğlu ve Altunışık, 2008: 207-215). Buna karşılık yabancı ülkelerdeki çalışmaların sayısı bir hayli fazladır. Bu konuda yukarıda verilen literatür özeti durumu daha iyi açıklamaktadır.

Batıda yapılmış çalışmaları Türk ailelerine uygulamak bir çözüm yöntemi olabildi. Ancak ülkemizde nişanlılık dönemine atfedilen önem, çocukların yaşı büyük olmasına rağmen ailede anne-baba tarafından çocuk olarak algılanması, geleneksel ailelerde yeni evlilerin büyüklerin yanına yerleşerek yaşamaları durumları kültürel farklılıkların varlığını ve derinliğini göstermektedir. Bu nedenle Türk ailesinin kendine has AYD'nü ortaya çıkarmak bugünkü bilim adamlarımızın üstlenmesi gereken sorumluluklardan birisidir. Birçok ülkede yapılan araştırmalar sonucunda ailenin farklı dönem özellikleri, farklı dönemlerde tüketilen ürünler tespit edilerek ailenin yaşam süreci boyunca izlediği yol belirlenmiştir. Ülkemizde bu konuda çalışma yapmak, bugün yapılacak tespitlerle takip eden dönemlerde yapılacak tespitlerin karşılaştırılması ve dolayısıyla toplumda yaşanan değişimin aile ve tüketim merkezli olarak izlenmesi imkânını vermektedir.

Bu çalışmanın esas katkısı AYD dönemleri boyunca tüketimi ele almaktır. Ortaya çıkartılabilecek AYD ve aşamaları elbette bir çok analizde kullanılabilir. Bu araştırma kapsamında şu sorulara da cevap aranacaktır: Ailenin birlikte verdiği tüketim kararları nelerdir? Hangi dönemlerde bu kararlar nasıl değişiklikler göstermektedir? Tüketimle ilgili olarak yapılmış işbölümleri var mıdır? Eğer varsa işbölümü yapılarak bireylerden belirli kişilere verilmiş belirli sorumluluklar nelerdir? Kısaca ailede üstlenilen tüketici rolleri hangi aşamada kim tarafından üstlenilmektedir? Kim ihtiyacı hissettirmektedir? Kim satın alma kararını vermektedir? Satın almaya finansal olarak kim kaynaklık etmektedir? Satın alma kararını kimler etkileyebilmektedir? Satın alınmasına karar verilen ürünü fiili olarak kimler satın almaktadır? Satın alınan ürünü kimler tüketmektedir?

Sayıları nispeten az gibi görülsede derinliğine bilgi edinmeyi sağlayacak mülakatlar ve gözlem sonucunda elde edilen veriler, yapılan anketlerden elde edilecek verilerle birlikte değerlendirilmiştir. Böylelikle konu hakkında mülakatlar yoluyla derinliğine bilgi sağlanmış, anketler yardımıyla bilgi genelleştirilmeye çalışılmıştır.

Elde edilen AYD aşamaları yardımıyla aile içinde yaşanan olaylar daha iyi anlaşılabilir. Örneğin otorite değişimleri, yaşanan psikolojik sorunlar, ekonomik sorunlar ve rahatlamalar AYD boyunca gözlemlendiğinde daha iyi anlaşılabilir hale gelecektir.

AYD bir tür ölçektir. Bu yönüyle bu çalışmada bir açıdan, AYD aşamalarının tespit edilmesi ile aile konusunda bir çok çalışmada kullanılabilir bir ölçek geliştirilmiş olduğu söylenebilir.

AYD'nin ortaya konmuş olması, en başta aile konusunda psikolojik terapi yapma yolunu açmıştır. Dönemsel olarak ailenin gündemini oluşturan problemler tespit edilmiştir. Bu problemler üzerine daha derinlemesine çalışmalar yapmak mümkündür. AYD'nün bir sonraki aşaması öngörülebilir olduğunda aile üyesi bireyleri karşılayacakları zorluklarla ilgili uyararak mümkündür.

AYD yardımıyla aileler için yeni istatistikler tutmak mümkündür. Bu istatistikler yardımıyla aile dün olduğundan daha derin araştırılma imkânına sahiptir. Yeni araştırma konuları, yeni kavramsallaşturmalar, yeni ölçekler geliştirilmesine yol açabilecektir.

Aile daha yakından tanındıkça kamu kuruluşlarının yöneticileri, siyasetçiler aile yaşam döngüsüne dair bilgiler aracılığıyla toplumu daha iyi tanıma ve özgün çözümler geliştirme fırsatını bulabileceklerdir.

Ayrıca tüketim olgusuyla ilgili kamu kuruluşlarının, yerel yönetimlerin, sivil toplum örgütlerinin, geliştirecekleri stratejilere yardım edilmiş olmaktadır. Aileleri çalışma konusu olarak ele sivil toplum kuruluşları ve kamu kuruluşlarının bu sayede görevlerini daha iyi yerine getirmelerine de katkı sağlanmış olmaktadır. Örneğin aile içinde yaşanması muhtemel problemlerin ortaya çıkacağı AYD aşamasında belirlenmiş olacaktır. Çeşitli sorumluluklar üstlenen kamu kuruluşları ya da sivil toplum kuruluşları bu tür problemlerin olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla çalışma yapma imkânına kavuşacaktır. Şüphesiz burada ailenin yaşam döngüsünü bilmek problemlerin anlaşılmasında ve çözülmesinde etkili olacaktır.

Tüketim kalıpları ortaya çıkartılmış tüketicilerden oluşan hedef pazarını daha yakından tanıma ve hedef pazarı daha iyi belirleme konusunda işletmelere katkı sağlanmıştır. Hedef pazarı daha iyi tanıyan işletmeler istek ve ihtiyaçlarına uygun mal ve hizmet üreterek daha yüksek tüketici tatmini sağlayarak işletmelerinin sürekliliğini sağlamış olacaktır.

Hedef pazarı daha net olarak belirlenmiş işletmeler üretecekleri ürünlerde ve yapacakları isabetli pazarlama çabalarıyla ülke kaynaklarını daha etkin kullanabileceklerdir. Başka bir ifadeye toplumsal kaynakları kullanan işletmeler hedef daha net belli olduğundan toplumsal kaynakların daha verimli kullanılmasına teşvik edilmiş olacaktır.

AYD aşamalarını göz önüne alan işletme yöneticileri, karar vericileri, satın alıcıları ve aile içi ilişkileri gördüğünde tutundurmaya yönelik çalışmalarını daha isabetli yapabilme imkânına kavuşmuş olacaklardır. Tüketim kalıplarının ailenin hangi aşamasında hangi bireylerin etkisiyle olduğu bir ölçüde tespit edilmiştir. Elbette ki bu konuda yapılması gereken daha çok iş ve yapılması gereken çok sayıda araştırma vardır...

Tüketim, gıda ve giyim eşyalarıyla sınırlı bir etkinlik değildir. Boş zamanları değerlendirme, ürünlere sembolik anlamlar yükleme, bireysel tercihleri belirleme (siyasi, sanatsal, duygusal) gibi olaylar da ailenin etkisiyle gerçekleşen tüketici davranışlarıdır. Aile büyüklerinin izlediği medya ve medya için ayırdığı zaman çocukların gelişimini ve tüketim alışkanlıklarını etkilemektedir. AYD aşamalarında bunlar nasıl gerçekleşmektedir? Bunların tespit edilmesi önemlidir.

Toplumun bireylerinin sosyalleştirilmesinde önemli bir referans grubu olan ailenin topluma daha sağlam kişilikli bireyler katmasının yolu aileyi daha iyi tanıtmaktan geçmektedir. AYD ile aile, daha yakından tanınmış olmaktadır.

Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü web sayfasında bulunan bilgilere göre aile hakkında araştırma yapılması gereken konular bir ortak akıl toplantısı ile belirlenmiştir. Aile hakkında yapılması gereken çalışmalardan birisi de ailenin tüketim alışkanlıklarındaki değişimin izlenmesi olarak belirlenmiştir. Bu çalışma kurumun hedeflerinden birini gerçekleştirmek üzere önemli bir katkı sunmaktadır.

Kuşku yok ki toplum bilimcileri başta olmak üzere, kamu kuruluşlarının yöneticileri, siyasetçiler aile yaşam döngüsüne dair bilgiler aracılığıyla toplumu daha iyi tanıma ve özgün çözümler geliştirme fırsatını bulabileceklerdir. Ayrıca bu çalışma süreçlerinin tüketim olgusuyla ilgili kamu kuruluşlarının, yerel yönetimlerin, sivil toplum örgütlerinin, pazarda yer alan işletmelerin stratejilerini belirlemelerine katkı sağlaması beklenmektedir.

Araştırmanın sonuç raporu yazılmadan önce bu konuda tartışma açmak ve gelişmelerle ilgili diğer alanlardan bilim insanlarını bilgilendirmek amacıyla 4 farklı ortamda bildiri sunulmuş, 2 farklı hakemli dergide de konuyla ilgili makaleler yayınlanmıştır. Nihai araştırma raporuyla birlikte elde edilen bulgulardan hareketle, araştırma sonuçlarını konuya ilişkin uluslararası ve ulusal literatür ile uygulamacıların görüşüne sunulmak üzere daha kapsamlı makaleleştirme çalışmaları ise sürdürülmektedir.



2. BÖLÜM

SOSYAL BİR KURUM OLARAK AİLE

AİLE KURUMUNUN İŞLEVLERİ

AİLEYİ TANIMALAMADA KULLANILAN ÖLÇEKLER

Geleneksel (Büyük) Aile

Çekirdek Aile

OECD Eşdeğer Hane Büyüklüğü

Hanehalkı

AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ



SOSYAL BİR KURUM OLARAK AİLE

Aile, sosyal yapının temel unsurlarından birisi ve hatta yaygın kabul gördüğü biçimiyle “toplumun temel taşıdır” (Edwards, 1969: 3.) Bu özellik, İnsan Hakları Evrensel Beyanname’sinin aile ve evliliğe ilişkin 16. maddesinde “Aile, toplumun doğal ve temel unsurudur” biçiminde karşılığını bulmuştur. Aile, toplumun temel taşı/unsuru olmasının yanı sıra, bireyin kimlik ve kişiliğinin inşasındaki rolü ve kapsamıyla da önemli bulunmaktadır. Bireyin sosyal çevresiyle teması doğumla katılmış olduğu ailesi aracılığıyla ve ailesiyle başlamaktadır. Çocuk ile ailesi arasında başlayan etkileşim çocuğun o topluma uygun bir üye oluşuna (sosyalleşme) imkân sağlarken, aynı zamanda yeni üyelerini eğitip-öğreterek toplumun sürekliliğine de katkı sağlamaktadır. Bireyin sosyalleşme sürecinde kişisel özellikler ve istekler toplumsal kalıplara göre şekillenirken; toplum sürekliliğine katkı sağlayacak bir üye daha kazanmış olmaktadır. Sosyal yapı ve sosyal sistem için bu kadar önemli oluşuna karşılık, bütün insan toplulukları için genel geçer bir aile tanımı yapmak pek mümkün olmamıştır. Zira aile ve aile ile ilgili özelliklere hem nicel ve hem de nitel anlamda atfedilen değer ve anlam farklılıkları, tüm zamanlar ve toplumlar için geçerli aile tanımını adeta zorlaştırmaktadır. Hatta aynı toplumda bile “aile” olarak tanımlanan sosyal birim hem zaman ve hem de mekân boyutunda farklılıklar gösterebilmekte, bu farklılıkları kuşatıcı tanım yapmak son derece zorlaşmaktadır. Dolayısıyla, mevcut aile tanımlarının farklı açılardan her zaman tartışmalara açık niteliğe sahip olduğunu söylemek doğru bir tespittir. “Aile”yi basit, kısa ve açık şekilde tanımlama çabası içerisinde olan tanımların ise çok daha problemli olduğunu söylemek ise adeta zorunludur. Konuya ilgi gösteren ve konu hakkında uzman olmayan ortalama bir ilgili için açık ve anlaşılır nitelikteki tanımlara örnek olarak Amerikalı Sosyolog Kingsley Davis’in tanımı verilebilir. Davis, aileyi “aralarında kan bağı sebebiyle birbirlerine akraba olan bir grup insan” olarak tanımlamıştır (Duncan,1970). Çoğu toplumdaki aile birimi için geçerli olabilecek bu tanım, aynı anneden süt emdiği için o annenin ailesine mensup kabul edilen veya evlat edinilme yoluyla aileden kabul edilen kimseleri kap-

samamasıyla eksiktir. Bu durum “aralarında gerçek bir uzlaşma ve akrabalık bağı olan ve bütün sosyal münasebetleri bir soy etrafında olan zümre” tanımıyla düzeltilmeye çalışılmışsa da bu tanım da birçok bakımdan kapalı ve dolayısıyla çok farklı açılardan tartışmalara açıktır (Ülken, 1943: 268). Antropolog Malinowski’nin “evlilik, kan ve evlatlık edinme yoluyla birbirine bağlanmış ve birbiri ile ailevi rollerine göre ilişki kurmuş olan, iki ya da daha fazla sayıdaki bireyin oluşturduğu bir grup” tanımı ise yine aynı şekilde kuşatıcı bir tanım yapma çabasının ürünü olarak anlam kazanmaktadır (Eserpek, 1970: 65). Bu tanımda da İslam toplumlarında var olan ve aileye mensup olmaya imkân sağlayan sütkardeşliğinin/süt evlatlığının dışında bırakılmış olması dikkatlerden kaçmamaktadır.

Aile, takip eden bölümlerde ayrıntılı şekilde konu edinileceği üzere, geleneksel toplumlarda özellikle de tarihin biraz daha eski kesitlerinde yönetim, din, ekonomi, eğitim gibi diğer önemli sosyal kurumların işlevlerini de üstlenmiş en temel sosyal birim idi. Ancak zamanla bu işlevlerinden bir kısmı kendisinden ayrılmıştır. Yine aynı şekilde bir zamanlar nicel açıdan daha büyükken, zamanla küçülmüş ve akrabalık ilişkileri dışında tutularak ifade etmek gerekirse 3–5 kişilik bir yapıya dönüşmüştür. Dolayısıyla aile değişken bir yapı ve işlev özelliği göstermektedir. Zaman içerisinde veya farklı toplumlarda farklı tarzlarda ve oranlarda yerine getirdiği işlevleri ve değişken yapısal özellikleri, aileye farklı açılardan bakılmasına neden olmuştur. Tanımlardaki çeşitlilik ve bu çeşitlilikteki büyük farklılıklar da buralardan etkilenmektedir. Bu açıdan aileyi sosyal bir grup (group), birlik (association), topluluk (community), örgüt (organization), kurum (institution) ve sosyal bir yapı (structure) olarak niteleyen tanımlara sıklıkla rastlanabilmektedir. Söz konusu tanımlardan birisi Maclver ve Page’e aittir. Aileyi grup kategorisinde değerlendiren Maclver ve Page (1965: 238), “cinsel ilişkiye dayalı, çocuk sahibi olma ve bu çocukları yetiştirme özellikleri gösteren grup” tanımını yapmışlardır. Winch (1971: 12) de benzer şekilde “kuşak ilişkilerine göre ana, baba ve çocuktan meydana gelen grup” veya Marshall (1999: 7) “aile kan, cinsel ilişki ya da yasal bağlarla birbirine bağlı olan insanlardan oluşmuş, mahrem ilişkilerle örülü bir grup” tanımını yapmıştır. Freyer (1963: 220), ailenin “grup” özelliğinin yanı sıra sosyal yapının önemli bir modeli oluşuna dikkat çekmiş ve “tabiat tarafından yaratılmayan, fakat tabiatın ilham alarak bütün sosyal yapıların örneğini teşkil eden en küçük grup” tanımını ön plana çıkarmıştır. Aileyi örgüt özelliğiyle tanımlama eğiliminde olan Sumner ve Keller ise aileyi “en az iki neslin bir arada bulunduğu, kan bağıyla karakterize edilen küçük sosyal örgüt” biçiminde tanımlamışlardır (Koenig, 2000: 129). Nimkoff (1965: 14) ailenin “sürekliliğine” vurguda bulunarak ve “birlik” niteliğine işaret ederek “karı-koca ve çocuklardan veya sadece karı-kocadan oluşan az veya çok süreklilik özelliği gösteren birlik” tanımına yer vermiştir. Aileye ilişkin tanımlara Türkiye’den bir örnek vermek gerekirse,

DPT'nin "Türk Aile Yapısı Özel İhtisas Komisyonu" tarafından yapılan tanımı, ailenin işlevlerini de kapsayacak şekildedir: "Kan bağılılığı, evlilik ve diğer yasal yollardan, aralarında akrabalık ilişkisi bulunan ve çoğunlukla aynı evde yaşayan bireylerden oluşan; birey cinsel, psikolojik, sosyal ve ekonomik ihtiyaçlarının karşılandığı, topluma uyum ve katılımlarının sağlandığı ve düzenlendiği temel bir toplumsal birimdir" (Ünalın,1988: 11).

"Aile teşkilatına sahip olmayan bir insan sürüsü veya kabilesi yoktur" tespitinden hareketle sosyologların büyük çoğunluğu aileyi kurum temelinde tanımlama eğilimi içerisinde olmuşlardır (Freyer, 1963: 223). Mübeccel Kıray'ın "Aile, toplumsal değişimede tampon kurum işlevi gören, yapısal değişmelerin getirebileceği kopuklukları şekil ve işlev değiştirerek karşılayan, bireylerin güvenlik gereksinmelerini değişik biçimlerde yerine getiren sosyal bir kurum" tanımı bunun örneklerinden sadece birisidir (Kandiyoti, 1984: 25). Bu yaklaşıma göre aile, aynen siyaset, din, ekonomi, eğitim gibi bir kurumdur. Aileyi bir kurum olarak tanımlayan ve yaygın kabul gören sosyologların yaklaşımını ve dolayısıyla aileyi nasıl görüp kavradıklarını anlayabilmek için kısaca da olsa kurumun ne olduğuna değinmekte yarar vardır. Zira bu, aynı zamanda ailenin işlevlerinin anlaşılmasına da katkı sağlayacaktır.

Kısa ve yaygın tanımlarından birisine göre "kurum, toplumun yapısı ve temel değerlerinin korunması bakımından zorunlu sayılan, nispeten sürekli kurallar topluluğudur" (Lundberg ve diğerleri, 1970: 2/81). Kurum, kişilerin, temel fizyolojik, psikolojik ve toplumsal bazı ihtiyaçlarını karşılama amacıyla birlikte gerçekleştirdikleri sürekli sayılabilecek toplumsal örüntü, rol ve ilişkiler ağını ifade etmektedir. Tesadüfî insan davranışlarının bütünü hiçbir zaman toplumsal kurumu oluşturmamaktadır. Toplumsal kurumu oluşturan davranışlar, bilinçli, amaçlı, sistemli, toplum tarafından onaylanmış davranışlar ve bu davranışların oluşumunda ve gelişiminde payı olan ilişkiler, tutumlar ve tavırlardır. Ve bütün bunlar toplumsal yapı ile alakalıdır. Sosyal kurumlar sosyal yapının içerisinde bir anlam ifade eder ve işlev(ler) yerine getirirler. Bu durumu aile örneği üzerinde açıklamaya çalışacak olursak: Çevremizdeki bir grup insana "aile" denildiğinde ne anladıklarını yazmalarını istesek, acaba bu insanlar neler yazarlar? Uygulaması son derece kolay bu küçük deneyin sonucunda, her bir katılımcının yazdıklarında şu terimlerin bir şekilde yer alacağına kuşku yoktur; evlilik, nikâh, gelin, damat, karı-koca, çocuk, anne, baba, ev, sevgi, sadakat, aşk, mutluluk, sözlü veya fiziksel şiddet, ihanet, cinsel beraberlik, akrabalar, boşanma... Bu terimleri nesnel olup olmamalarına, işlevlerine veya özelliklerine göre gruplamak gerekirse çok sayıda grupta toplanabilirler. Bu her bir grup ise kendi arasında bir anlam alanı teşkil eder. Her biri bazı yönleriyle diğerlerinden ayrışır. Konuya açıklık kazandırmak için şöyle bir şey yapmak mümkündür: Her bir terim tek başına ele alınıp sonra da bir diğeriyle karşılaştırılırsa ilginç bir ilişki sistemi ve anlam dünyası keş-

fedilir. Örneğin söz konusu iki terim “sadakât” ile “cinsel beraberlik” olsun. Bu ikisi birbirleriyle, mantıktaki kavramlar arası ilişkilere göre ifade edilecek olursa, “eksik girişimliliğe” sahip olmakla birlikte, aslında birbirlerine göre son derece farklı alanlarda yer aldıkları ve dolayısıyla birbirlerinden ilgisiz anlam alanlarının birbirleriyle ilgili anlam alanlarına göre son derece büyük olduğu fark edilir. İkisi hiçbir zaman birebir örtüşen anlam benzerliğini ifade etmez. Bir başka örnek olarak “akrabalık” ile “boşanma” kavramları arasındaki ilişkiyi ele alacak olursak, bunların da aralarında birebir örtüşen anlamsal ilişkiden bahsedilememektedir. Ancak çok dolaylı sayılabilecek bir ilişki alanı tespit edilebilir. Söz konusu durumun aşk-çocuk, nikâh-ev, sevgi-baba, şiddet- anne... arasında da bulunduğu, bu kavram çiftlerinden hiç birisinin tamamen birbirleriyle örtüşen ve her şartta birbirlerini çağrıştıran kavramlar ikilisini veya üçlüsünü veya dörtlüsünü... teşkil etmedikleri fark edilmektedir. Bu durumu bir kumaşın üzerine bırakılan ve her biri farklı biçimlerde olan metal para, toplu iğne, çivi, vida..vs. gibi metaller örneği üzerinde yorumlamak mümkündür. Bu metallere hiç birisi diğeriyle “metal” olmanın dışında birebir aynılık veya benzerlik göstermezler. Aralarında “metal” olmanın dışında birebir aynı olan ortaklıklar bulunmaz. Aynen aileye ilişkin kavramların görünen tek ortaklıklarının, hepsinin de “insan”la ilgili olması gibi. Fakat kumaşın altına bir mıknaıs konulduğunda tüm bu farklı şeyler bir noktada toplanır veya tüm bu farklı şeyler mıknaısa göre konumlanırlar. Artık bütün farklılıklarına rağmen aralarında bir çekim/yönleme ortaklığı vardır. Böylelikle aralarında bir başka temel ortak özellik daha doğmuş olur. Mıknaısın hareketine göre hepsi benzer hareketler sergiler. Bu örnekten hareketle ifade edilecek olursa; evlilik, nikâh, gelin, damat, karı-koca, çocuk, anne, baba, ev, sevgi, sadakat, aşk, mutluluk, sözlü veya fiziksel şiddet, ihanet, cinsel beraberlik, akrabalar, boşanma... biçiminde sıralanan kavramların “mıknaısını” insanların bazı fizyolojik, psikolojik ve sosyal ihtiyaçları oluşturmaktadır. Bunların hepsinin gerçekleştirdiği birliktelik bir ilişkiler ağının açığa çıkmasını sağlamaktadır. Bu, “aile”dir. Ancak bu durum, bu şeylerin “aile”nin dışında başka şeylere göre de konumlanmayacakları anlamına gelmemektedir. Başka konumlanmalar ve bu konumlanmaların oluşturduğu ilişkiler ağıyla da başka yapılar oluşabilir. İşte bu her bir yapı sosyolojik anlamıyla bir “kurum”u oluşturur.

Aileyi önemli ve hatta temel sosyal kurum olarak niteleyen sosyologların aileye ilişkin yaptıkları farklı tanımları vardır. Bunlar içerisinden sadece birisini, benzerleri içerisinde en kuşatıcı oluşunu dikkate alarak, örnek olarak ifade etmek gerekirse; aile, “içinde insan türünün belli bir biçimde üretildiği, topluma hazırlama sürecinin belli bir ölçüde, ilk ve etkili biçimde cereyan ettiği, cinsel ilişkilerin belli bir biçimde düzenlendiği, ana-baba ve çocuklar (aile biçimine göre başka yakınları) arasında belirli bir ölçüde içten sıcak güven verici ilişkilerin kurulduğu, yine içinde bulunulan

toplumsal düzene göre ekonomik etkinliklerin az ya da çok ölçüde yer aldığı toplumsal bir kurumdur” (Ozankaya, 1984: 281). Bu kurumun temel özelliklerini ise şu şekilde belirlemek mümkündür (Gökçe, 1976: 49-50):

1. Aile evrenseldir: Aile her toplumda ve sosyal gelişimin her devresinde yer alır.
2. Aile duygusal bir temele dayanır: Bunlar, nesli devam ettirme arzusu, annelik, arkadaşlık, ebeveynlik duygularıdır. Bu duygular, romantik sevgiden ırk gururuna, eşlerin şefkat duygularından ailenin ekonomik güvenliğine, kişisel ihtiraşlardan neslin devamlılığı duygusuna kadar yükselen ve toplumsal ilişkiler sonucu beliren birbirine bağlı ikincil duygularla kuvvetlendirilmektedir.
3. Aile bireyleri şekillendirme özelliğine sahiptir: Çocuğun kişilik yapısı aile içinde şekillenir. Aile üyeleri bireyin hem organik hem de zihni alışkanlıklar kazanmasını sağlar.
4. Ailenin kapsamı sınırlıdır: Aile biyolojik koşullar çerçevesinde sınırlı bir büyüklüğe sahiptir. Şekillenmiş sosyal yapıların en küçüğüdür.
5. Aile sosyal yapıda çekirdek özelliği taşır: Aile, tüm toplumlarda yapıtaşı niteliğindedir. Sosyal yapı aile ünitelerinden oluşur.
6. Aile üyelerinin sorumlulukları vardır: Aile, üyelerinden diğer birliklerde görülmeyen devamlı ve çok sayıda isteklerde bulunur. Ailenin üyelerinden beklediği görev yaşam boyu devam etmektedir.
7. Aile sosyal kurallarla çevrilidir: Aile, sosyal tabuların ve kanuni yasaların şekillendirdiği bir sosyal düzendir.

Aile sürekli ve aynı zamanda geçici bir tabiata sahiptir: Aile kurum olarak devamlılık ve evrensellik özelliği gösterir. İki kişinin kurduğu bir birlik olarak ise toplumdaki diğer örgütler içinde en geçici ve değişken olanıdır.



AİLE KURUMUNUN İŞLEVLERİ

Aile, insanlığın en temel ve en eski sosyal kurumlarından birisi ve hatta ilkidir. Aile, bir zamanlar yerine getirdiği işlevleriyle insan yaşamını tüm boyutlarıyla kuşatacak kadar kapsamlı ve aynı zamanda kurumu olacağı toplumun ilk şeklidir. Ailenin büyüyüp topluma dönüşmesiyle toplumun temel taşına ve en işlevsel kurumuna dönüşmüştür. Bu itibarla tarihin biraz erken dönemlerine giderek aileyi incelemek söz konusu olduğunda, bu kurumun, üyelerinin neredeyse tüm ihtiyaçlarını karşıladığı, üyelerinin ihtiyaçlarının hem şekillenmesini ve hem de karşılanma tarzını kontrol edip düzenlediği, her bakımdan tüketen değil üreten bir kurum olduğu görülür. Ancak zamanla bu işlevlerinden bazılarını diğer toplumsal kurumlara aktararak, işlevlerinde bir azalma gerçekleştiği görülmektedir. Örneğin çocuk yetiştirme gibi en temel işlevlerinden birisi modern zamanlarda doğum evleri, çocuk yuvaları, kreşler, anaokulları, ilkokul gibi kurumlar arasında paylaşılmıştır. Ticari kuruluşlar, iktisadi işletmeler ailenin ekonomik işlevlerinden birçoğunu kendi bünyelerine alarak ailenin bu işlerden de uzaklaşmasına neden olmuşlardır. Kumaş dokuma, kilim/halı dokuma, giysi dikme, ekmek pişirme, besin hazırlama gibi çok çeşitli ev hizmetleri, yine aileden başka kurumlara, ticari işletmelere geçmiştir. Üyelerinin ekonomik, sosyal, psikolojik, fiziksel güvenliğini sağlama işlevleri de sosyal güvenlik kuruluşlarına, sosyal danışmanlık veya psikolojik danışmanlık birimlerine, güvenlik birimlerine aktarılmıştır. Bugün gelinen aşamada, ailenin geçmişe göre yerine getirdiği işlevlerin son derece azaldığı kolaylıkla tespit edilebilmektedir.

Endüstrileşme, bürokratikleşme ve kentleşme başta olmak üzere birçok durum ailenin yapısal ve işlevsel açıdan değişimine neden olmuştur ve olmaya da devam etmektedir. Modern dönemlerle birlikte aile bireyleri akrabalarından daha da izole olmuşlar, bu ise aileyi kuşatan akrabalık ilişkileri temelinde şekillenen sosyal ilişkiler düzleminde önemli daralma ve sığlaşmalara yol açmıştır. Zaman içerisinde özellikle de modern çağlarla birlikte birçok işlevi kendisinden alınmış veya birçok işlevini

terk etmiş, nicel olarak küçülmüş olan ailen kurumunun bu tarihsel serüveni, birçok düşünürü, zaman içerisinde aile kurumunun tamamen işlevsiz kalacağı ve dolayısıyla aile kurumunun gelecek bir zamanda yok olacağı kanaatine ulaşmalarına yol açmıştır. Bu görüşte olanların arasında, konuyla ilgili “Ailenin, Özel Mülkiyetin ve Devletin Kökeni” ismiyle bir kitap yazmış olan Frederic Engels’tir. XIX. yüzyılın düşünürlerinden birisi olan Engels, kendi zamanı itibarıyla, cinsel ilişkileri düzenlemekten başka bir işleve sahip olmadığını düşündüğü ailenin zamanla hepten kaybolacağı kanaatindedir. Ünlü sosyolog Max Weber de benzer bir yaklaşımla, endüstrileşen bir toplumda bürokratik örgütlerin toplum içerisindeki her türlü fonksiyonu aileden daha başarılı yerine getirecekleri düşüncesinden hareketle, ailenin zamanla bütün işlevlerini kaybedeceği kanaatine ulaşmıştır. Linton, Ogburn ve Pollak gibi Amerikalı sosyologlar da benzer görüşleri dile getirmişlerdir. Ancak bu ve benzeri düşünceleri ileri sürenler modern zamanlarda aile kurumunun işlevinde azalma olmasına karşılık, bu durumun ailenin mevcut işlevlerinde daha da derinleşmesine ve uzmanlaşmasına yol açtığını fark etmemişlerdir. Örneğin cinsel güdülerin kontrol altına alınması ve toplumsal yapıya zarar vermeden karşılanmasını sağlamak, ailenin, başka bir kurum tarafından aynı düzeyde yerine getirilemeyeceği anlaşılmış olan işlevlerinden birisidir. Çin’deki Komün¹, Sovyetler Birliği’ndeki Kolhoz² ve İsrail’deki Kibbutz³ tecrübeleri, hiçbir kurumun cinsel hayatı düzenleme, çocukları yetiştirme ve her açıdan geleceğe hazırlama işlevlerini aile kadar yerine getiremeyeceğini olanca açıklığıyla ortaya koymuştur.

Ailenin işlevlerini tamamen kaybetmeyeceğini ve dolayısıyla yok olmayacağını savunan sosyal bilimciler arasında yer alan Parsons, Lirwark, Rene Konig, W.J. Goode ve diğerleri, ailenin tarih içerisinde ve özellikle de modern çağlarda geçirdiği değişime rağmen bazı bakımlardan daha da önemli bir kurum haline geldiğini ifade etmişlerdir. Konig, ailenin, bireyin sosyo-kültürel doğumunun alternatifsiz kurumu olduğunu savunmuştur. Goode de çocukların duygusal, biyolojik ve ekonomik yönden korunup yetiştirilmesinin ailenin en temel ve başka bir kurum tarafından aynen yerine getirilemeyen işlevleri olduğunu savunmuştur. Ailenin en üst düzeyde doyum sağlayacak şekilde gerçekleştirdiği birincil ilişkileri belki bazı arkadaş grupları sağlayacak olsa bile hiçbir arkadaş grubu aile kadar sürekli ve kuşatıcı olamamaktadır. Bu da yine söz konusu işlev açısından ailenin kendisine en yakın diğer kurumlara üstünlüğünü ortaya koymaktadır. Bu aşamada Parsons’ın bir tespiti son derece önem-

- 1 Komün, bir grup insanın bir arada yaşadığı ve grubun çekirdek ailenin yerine geçmesinin amaçlandığı, bir topluluk şeklidir. Komün üyeleri bir ortak amaç (ideoloji) etrafında toplanırlar ve kolektif bir ev yaşamı sürdürürler.
- 2 Kolhoz, Eski Sovyet Rusya’daki kolektif tarım çiftliklerinin adıdır. 1917 komünist ihtilâlden sonra kurulan ve vatandaştan alınarak devlet mülkiyetine alınan entegre çiftliklerde erkek, kadın, herkes karın tokluğuna çalıştırılmıştır. 20. Yüzyıl sonlarına kadar varlıklarını devam ettirmişlerdir.
- 3 Kibbutz, İsrail’e özgü bir çeşit çiftliktir. Kibbutz’larda değişik ülkelerden gelen insanlar bir arada yaşarlar. Üyeler kendi aralarında işbölümü yapabilirler. Çiftliklerde yiyecekler ve çocuklar dahil her şey ortaktır.

lidir. Parsons, endüstrileşen ve kentleşen toplumlardaki bütün kurumlar gibi ailenin de uzmanlaşmaya yöneldiğini ve işlevlerinin sayısının azaldığını ancak bu durumun tüm işlevlerini kaybetmeye değil, devam eden işlevlerde daha da derinleşmesine yol açtığını, bu açıdan söz konusu işlevlerini daha da iyi şekilde yerine getirir hale geldiğini belirlemektedir (Koenig, 2000).

Aile sosyolojisini ilgilendiren temel bir sorun olarak ailenin geleceği konusuna dikkat çeken Sosyolog Freyer, aile sosyolojisine ilişkin çoğu araştırmaların üzerinde durduğu temel konulardan birisinin “pratikle” ilgili bir “kaygı”dan kaynaklandığına dikkat çekerek “Bu kaygı, ailenin, endüstri gelişmesi, büyük şehir ve modern kütle hayatı sebebiyle, sosyal hayatın başlıca temeli olarak önemini kaybedip kaybetmediği düşüncesinden kaynaklanmaktadır” tespitinde bulunmaktadır (Freyer, 1963: 233). Buna bağlı olarak da esasen ailenin geleceğine ilişkin sosyolojik tespiti dile getirmiştir: “Aile sosyolojisinin ilk ve önemli sonuçlarından biri, bu “nüve”nin son derece yüksek bir “değişme” kabiliyetine sahip olması ve her zaman daha yüksek toplumsal yapıların izini de taşımasıdır... Ailenin devamlılığı, onun asıl değişim kabiliyetine dayanmaktadır” (Freyer, 1963: 220). Üstelik “Aile şartlarının, hiçbir şekilde ideal olmadığı durumlarda dahi, aile başka müesseselerin yapamayacağı bir hizmeti başatabilmektedir” (Freyer, 1963: 235).

İnsanlığın en eski, en temel kurumlarından birisi olan ailenin yerine getirdiği birçok işlev vardır. Bunlar topluma, zamana göre değişiklik gösteriyor olsa bile bazıları ortaktır. Ogburn’un tespitleriyle, özellikle büyük/geleneksel ailenin işlevlerini şu şekilde özetlemek mümkündür (Ogburn, 1955: 104-105):

Biyolojik işlev: Cinsel ihtiyacı karşılama ve neslin devamını sağlama işlevi.

Ekonomik işlev: Aile üyelerinin maddi/ekonomik ihtiyaçları karşılama işlevi. Ailede ekonomik iş bölümü vardır. Aile üyelerinin geliri genellikle aile reisinde toplanır ve kullanımı, bölüşümü aile reisi tarafından gerçekleştirilir.

Koruyuculuk işlevi: Aile üyelerinin güvenliklerinin sağlanması işlevi. Burada söz konusu edilen güvenlik, ekonomik olmaktan çok fiziksel ve psikolojik her türlü dışarıdan gelebilecek tehlikelere, tehditlere karşı bireyin güvenliliğini sağlamakla ilgilidir. Bireyin her bakımdan fiziksel, psikolojik ve sosyal güvenliği sağlanır.

Eğitim işlevi: Bireyin eğitim ve öğretimi büyük oranda ailenin sorumluluğundadır. Birey hayata aile içerisinde hazırlanır. Kimlik ve kişiliğinin yanı sıra, meslek sahibi olma aile içerisinde sağlanır.

Dini işlev: Aile üyelerinin dini bilgi sahibi olmaları ve dini sorumluluklarını yerine getirme aile içi eğitim, öğretim işleriyle ve örnek olma yoluyla gerçekleştirilir. Bireylerin dini pratikleri organize edilir.

Boş zamanı değerlendirme işlevi: Bireylerin eğlence ihtiyacı aile içerisinde sağlanır. Aile üyelerinin tamamı veya bir kısmı birlikte eğlenerek boş zamanlarını değerlendirme ve eğlence ihtiyaçlarını karşılama imkânı elde ederler.

Psikolojik ihtiyaçları karşılama işlevi: Bireylerin sevgi, takdir edilme, beğenilme gibi duyguları aile üyeleri arasında karşılanır. Birey öz kimliğini inşa sürecinde her türlü psikolojik desteği aile üyelerinden alır. Aile üyeleri arasında saygı ve sevgi koksuz denecek bir şekilde ve sınırsız denecek boyutlarda sağlanır.

Prestij sağlama işlevi: Bireylerin sosyal statüleri aile tarafından belirlenir ve roller aile içerisinde öğrenilir. Birey bir yandan kişiliğini inşa ederken, diğer yandan da toplumun kurallarını, inançlarını, değerlerini aile içinde öğrenir.

Sosyalleştirme işlevi: Bireyler toplumun istenilen bir bireyi olma özelliğini ailesi içerisinde öğrenir ve gereklerine uygun bir birey haline gelir.

Kültür aktarımı işlevi: Toplumun sürekliliğini sağlayacak ve bireyin toplumun bireyi haline gelmesini sağlayacak toplumu kültürünü öğretme süreci aile içerisinde gerçekleştirilir.

Burada örnek olarak sunduğumuz Ogburn'un ve diğer birçok sosyal bilimcinin tasniflerini de kapsayacak şekilde yaygın kabul görmüş tasnife göre ailenin beş temel işlevi vardır. Aile kurumunun bu işlevlerini şu şekilde ifade etmek mümkündür:

1.Ailenin biyolojik işlevleri: Ailenin biyolojik işlevi çok yönlüdür ancak buna rağmen söz konusu işlevini iki ayrı başlık altında ifade etmek mümkündür. Ailenin biyolojik işlevlerinden bir kısmı eşlerin cinsel ihtiyaçlarını karşılamakla, diğer kısmı ise üremeyi gerçekleştirerek neslin devamını sağlamakla ilgilidir. Ailenin biyolojik işlevleri dâhilinde yer alan bu iki alt işlevini biraz açacak olursak; her toplumun dini, kültürü ve hukuk sistemi o toplumdaki fertlerin cinsel ihtiyaçlarını tatmin etmelerinin yol ve yöntemini belirlemiştir.

Cinsel ihtiyaçların belirlenmesine ilişkin bazı ölçülerin belirlenmesi, toplumdaki değerlerin korunması açısından son derece önemlidir. Konuya ilişkin önemli bir çalışmanın sahibi olan Gerald Leslie'nin cinsel hayatın toplum tarafından düzenlenmesine ilişkin tespiti önemlidir: "Toplum tarafından düzenlenmemiş ve kontrol altına alınmamış herhangi bir içgüdü yoktur. Hiçbir toplum içgüdülerin kontrolsüz bir şekilde davranışlara dönüşmesine izin vermemiştir. Cinsellik de böyledir. Çünkü serbest cinsel ilişkiler toplum ve aile yapısını ciddi anlamda tehlikeye sokardı" (Leslie, 1982: 16). Konunun önemli araştırmacılarından Murdock'da Leslie ile benzer tespitleri dile getirmiştir. Murdock, cinsel hayatın düzenlenmediği, cinsel ilişkilerin belirli kurallara bağlanmadığı bir toplumun mevcut olmadığı tespitinde bulunmuştur. Bunun gerekçelerinden bir kısmıyla ilgili olarak da şunu ifade etmiştir: "Bu durum cinsel doyumu sağlamakla, karı kocayı cinsel ilişkilerde birleştirmekte ve güçlü duyguların oluşmasına imkân vermektedir. Böylelikle ailenin ömrü uzamaktadır" (Haralambos, 1985: 326). Cinsel tatmin yalnızca fizyolojik bir süreç değildir. Cinsel tatmin aynı zamanda toplumun çekirdeğini oluşturan ailenin belkemiği durumunda-

ki karı-koca arasındaki sevgi, yakınlık, dayanışma, paylaşma gibi son derece önemli durumların oluşmasına, güçlenmesine ve süreklilik kazanmasına imkân sağlayan bir durumdur. Bu nedenle cinsel tatmin biçiminin her toplumda düzenlenmiş, sınırlanmış ve belirli kurallara bağlanmış olması önemlidir. Zira bu sayede öncelikle ailenin, takiben toplumun sürekliliğini sağlayacak önemli tedbirlerden birisi alınmıştır.

Ailenin biyolojik işlevi, söz konusu edildiği üzere, sadece fertlerin cinsel ihtiyaçlarını karşılama ve cinsel davranışlarını bir düzene koyma gibi görevleri yerine getirmekle kalmaz, aynı zamanda ailenin ve toplumun devamını sağlar. Bu aileye ve aile üzerinden topluma yeni üyelerin katılımıyla gerçekleşir. Bu açıdan şu tespitler önemli ve anlamlıdır: “Ailenin en esaslı biyolojik fonksiyonu, yeni yavruların dünyaya gelmesi ve geliştirilmeleri, yani üremeyi garanti altına alarak türlerin nesiller vererek devamlılığını sağlamaktır” (Şahinkaya, 1975: 11). Aile, “neslin biyolojik devamının gerektirdiği cinsiyet ilişkilerinin odağı olan, nesli devam ettiren evrensel bir kurumdur” (Kandiyoti, 1984: 17).

2. Ailenin psikolojik işlevleri: Bireyin birçok ihtiyacı vardır. Kişiliğinin oluşum ve gelişiminde bazı psikolojik ihtiyaçlar, bu ihtiyaçların karşılanma biçimi ve oranı son derece önemli ve etkilidir. Aile bu bazı psikolojik ihtiyaçları karşılayan önemli bir yapıdır. Söz konusu ihtiyaçları şu şekilde belirlemek mümkündür:

Değerli olma duygusu: Birey olabilmek kendi farkında olmayı gerektirir. Ancak bu farkındalık, herhangi bir şekilde farklı olmayı ifade etmez. Birey kendisini anlamlı ve değerli bulmalıdır. Gerek aile ve gerek toplum yapısında değerli ve anlamlı bir birey olarak kendisini algılaması gerekmektedir. Bu farkındalığın öncelikle kazanıldığı yer ise ailedir. Aile bireyleri arasındaki ilişkiler çocukları “ben değerliyim” ya da “değersizim” duygusuna sahip kılar. Bireysel kimliğin oluşumunda gerekli ve önemli olan bu duygu uygun biçim ve miktarda yerine getirilmezse çocuk farklı davranışla bu duyguyu elde etmeye çalışır. Çok kolaylıkla yanlış tercihlerde bulunabilir, olay ve durumlara karşı yanlış bir duruş sergilemesini gerektirecek hal ve hareketlere sahip olabilir. Ergenlik çağındaki özellikle erkek çocukların çete kurarak ölümle bile sonuçlanabilen çatışmaları buna önemli bir örnektir. Bu çocuklar kendilerini önemli görmeyen aile ortamlarına bir tepki olarak yorumladıkları araştırmaların tespitleri arasında yer almaktadır. “Ben değerliyim” duygusunu aile içinde elde eden birey kendisini kanıtlamak için aşırı davranışlarda bulunmaya gerek duymaz. Daha kolayca toplumdaki yerini alır ve toplumun olması gereken üyelerinden birisi olur.

Güven ortamı: Aile bireylerinin her açıdan ama özellikle psikolojik açıdan güvende olduğu, dışarıdaki tehlikelerin aile ortamına etkide bulunamayacağı duygusu, güven ortamının temel nedenidir. Eğer çocuk ev içinde kendisini güven içinde bulmuyorsa çocuk ailenin dışında bir yere yönelir. Aile ile olan bağlarını olması gerekenin ötesinde kurar veya koparır.

Yakınlık ve dayanışma duygusu: Aile içinde, aileyi oluşturan bireyler arasında güven ve dayanışma varsa aile dışında bireyin karşılaştığı stres getirici olumsuz durumlar ve olaylar yıkıcı ve yıpratıcı etkisini pek göstermez. Güven duygusunun baskın olduğu aile dış dünyanın oluşturduğu sıkıntı ve kaygılarından kendisini kurtarır. Bu tür aile içinde olan kimseler kendilerine olduğu gibi çevresine de güvenirler. Eğer aile içinde güven ve dayanışma sağlanmamışsa bu insanlar yoğun stres ve gerginlik yaşarlar. Bu kişiler kendilerine dahi güvenemezler. Dolayısıyla çevresinde yakın ilişkiler kuramazlar.

Sorumluluk duygusu: Özellikle anne ve babalar tutum ve davranışlarıyla çocukların sorumluluk duygusunun gelişmesine katkı sağlarlar. Sözlü açıklamaları bu duygunun karşılanmasında önemli araçlardan birisidir. Esasen aile içerisinde sadece anne baba değil herkes sorumluluk duygusunu paylaşır. Tüm sorumluluğu kendi üzerine alan, çocuğunu sorumluluktan kurtaran anne ve babalar kendi yaşamını biçimlendirmekten aciz sürekli başkalarının yönetiminde olmaya yönelik bireyler yetişmesine yol açarlar. Bu tür tutumlar sonucunda yetişmiş bireyler yaşamlarında yer alan olaylardan sürekli başkalarını sorumlu tutarlar.

Zorlukların üstesinden gelmeyi öğrenme: Yaşam birçok yönüyle zorluklarla mücadele içerisinde gerçekleşir. Birey zorluklarla mücadele ederek, zorlukların bazılarının üstesinden gelerek, üstesinden gelemediği zorluklara karşı farklı alternatifler gerçekleştirerek yaşamını sürdürür. Zorluklarla mücadele edilmesi gerektiğini, zorluklarla mücadele etmenin doğru tarzlarını, zorlukların üstesinden gelineceğinde takınılacak tutum ve tavırlar öncelikle ailede öğrenilir. Bu açıdan çocuğa her şey hazır olarak verilmez, verilmemelidir. Sorumluluk duygusunun gelişimi ile ilgili anlatılanlar zorluklarla mücadele etme ile de ilgilidir. Çocuğun içinde bulunduğu gelişimsel dönem göz önünde bulundurularak çocuk kendi sorunları ile baş başa bırakılmalıdır. Bu durum onların zor sorunları ile mücadele ederek, uğraşmasına olanak vermek, kendisine güvenli sorun çözme becerileri gelişmiş bireyler olarak yetişmeleri için gereklidir. Karşılaştığı her zorluğa aşırı yardım eden anne babaların çocukları sürekli başkalarına muhtaç, kendilerine güvensiz olur. Böyle kişiler yetenek becerilerini keşfedemezler.

3. Ailenin kültür aktarımı işlevi: Kültür, birçok tanımı yapılmış sosyal bir durum ve sosyal bir olgudur. Kültür, insanın bulunduğu her yerde vardır, çünkü insan yapısıdır, insanın inşa ettiği bir dünyadır. İnsan dünyası demek olan kültür dünyası, Adan Z'ye insan tarafından yaratılmıştır (Mejuyev, 1998: 77). Kültürler, mekânda ve özgül ekonomik ve toplumsal koşullar altında oluşturulurlar: Kültürler, ister insanların yaşamlarının ekonomik temelleri, mesken tuttukları yöreler ve mekânlar, bunların arasındaki ayrımların derecesi, yaratıkları dünyanın simgesel anlamları,

ikametgâhların aracılığıyla kendilerini temsil etme tarzları bağlamında olsun; isterse de anlamları iletmek için kullandıkları görsel işaretler bağlamında olsun, toplumsal olduğu kadar, fiziksel ve uzamsal olarak da inşa edilirler. Bunların hepsi de Bourdieu'nun genel habitus, bir temayüller sistemi, bir varoluş tarzı olarak gördüğü şeyin birer parçasıdır. Tesis edilmiş çevre ve mekân, toplumsal düzenin salt bir temsilinden ya da toplumsal ilişkilerin ve eylemlerin gerçekleştiği salt bir çevreden daha fazlasını ifade eder; fiziksel ve uzamsal yapı, toplumsal ve kültürel varoluşu temsil ettiği kadar, onları fiilen de oluşturur (King, 1999: 189).

Kültür, birçok özelliğinin yanı sıra, aynı zamanda normatif bir sistemdir; nesnel özelliklerin de üstünde normatif bir sistem olarak vardır. Bu çerçevede olmak üzere, kültürün içeriğini üç aşamada incelemek mümkündür. Birinci aşamada, davranış modellerini belirleyen normlar bütünü yer alır. İkinci aşamada, normlara işlerlik kazandırmayı sağlayacak birtakım yaptırımlar yer alır. Ve üçüncü aşamada, normların varlıkları ve uygulanabilirlikleri normlara yönelik değerlerle haklı kınırlar. Bunların sonucunda kişi herhangi bir davranışa değer atfederek o davranışın iyi-kötü, doğru-yanlış, güzel-çirkin, uygun-uygunsuz olduğuna karar verirken, kültürel normların sözcülüğünü yapmış olur. Kültürel normlar, elbette ki bir anda değil uzun tecrübelelerin ve değişik unsurların etkisiyle uzun bir zaman sürecinde oluşur ve zamanın uzamasıyla da sistemliliklerini tamamlarlar. Kültürün zamanla ilişkili olan bu özelliği, geleneğin oluşmasına neden olur.

Kültürün sorumlusu insandır. Kültüre konu olan insan, zaman içinde tükenen, ancak yaratı ve bilgi yoluyla tükenmişliği aşan bir varlıktır (Mejuyev, 1998: 31). Kültür, öncelikle ve özellikle ailede kuşaktan kuşağa aktarılarak kalıtımsal bir nitelik gibi bir sonraki kuşakların dünyasında önceden var olur. Kültürün kalıtımsal olduğunu söylemek, kurumsallaşmış davranış tarzlarının bir kuşaktan diğerine simgesel olarak geçirildiğini söylemekten başka bir şey değildir. Kültür süreklidir, dayanıklıdır. Bireysel insan ise kültüre gelir, kültürde yaşar ve sonra da gider. Bireyler gelir-gider, ama kültür kalır. Kültür, bir formdan diğerine gerçek varlığını hep sürdürür (Fichter, 2001: 134). Ancak, bu durum, kültürün hiç değişmediği anlamına gelmez. Kültürler ve kültürel kimlikler, bir kuşaktan diğerine sürekli olarak aktarılan yazılar ya da hareketsiz kategoriler olarak değil, sürekli değişime ve revizyona maruz kalan dinamik, çok-yüzeyle yapılar olarak anlaşılmalıdır (Rottansi, 1997: 314). Kültürü oluşturan belirli unsurlar vardır ve bunların değişimi doğrudan kültürün de değişimini sağlar. Söz konusu unsurlar arasında toplumun yaşadığı coğrafi çevre, din, komşu toplumlar ve kültürler, teknoloji vs yer alır. Fakat değişim, çoğu zaman aniden gerçekleşmediği için, fark edilmez. Bu nedenle kültür belirli zaman aralıklarında sabit görülebilir.

4. Ailenin sosyalleştirme işlevi: Aile kurumu ilk zamanlardaki gibi bugün de çocuğun sosyalleşmesinde çok önemli ve ilk aşamayı teşkil eden önemli bir kurumdur. Bazı toplumlarda aileyi devre dışı bırakarak çocuğun sosyalleşmesini sağlayacak başka toplumsal birimler/mekanizmalar oluşturulmuşsa da hiç biri ailenin yerini tutamamıştır. Başka toplumsal birim ve yapıların çocuğun sosyalleşmesinde aileye katkısı olabilir ama ailenin yerini tutamamaktadır.

5. Ailenin ekonomik dayanışma işlevi: Modern çağlar öncesi toplumlardaki aile, büyük çoğunlukta kendi kendine yeten bir üretim ve tüketim birimiydi. Modernleşme süreciyle büyük oranda değişim geçiriyor olsa bile geleneksel toplumlarda veya toplum kesimlerinde ailenin bu kadim özelliği hala büyük oranda devam etmektedir. Ancak modern dönemde ve modern yapılarda aile daha çok ve hatta tamamen tüketen bir yapıya dönüşmüştür. Bu ise kadının da iş yaşamına girmesini gerekli kılmıştır. Çünkü eşlerden sadece birisinin -ki bu genellikle erkektir- çalışması tüketim ihtiyaçlarını karşılamaya yetmemektedir. Hatta kırsaldan kente göçün yoğun yaşandığı durumlarda çocukların da çalışması gerekmektedir. Aile kurumu hangi durumda ve süreçte olursa olsun her zaman ekonomik dayanışma özelliğine sahip olmuştur.

Aile kurumuna yönelik çalışmalar, sosyoloji, psikoloji, antropoloji, eğitim, iletişim bilimleri ve kültürel çalışmalar yanında iktisat ve pazarlama alanında da artarak sürdürülmektedir. Bu çalışmalarda ailenin diğer kurumsal ve aile üyelerine yönelik bireysel çözümler bakımından, ailenin ölçeklendirilmesi ya da başka bir deyişle ailenin tanımlanmasında ölçeklendirme konusunun önemli olduğu açıktır. Örneğin, kurum olarak aileyi çalışan sosyolojide ailenin büyüklüğü, üyeleri konusu önemli olduğu gibi, psikolojik çözümler bakımından da kimlik oluşumu ve gelişiminde, bireyin tutum ve davranış geliştirmesinde farklı ölçekli aile yapılarının etkisinin farklı olacağı da söylenebilir. Benzer şekilde farklı aile ölçekleri ve yapılarının tüketici olarak bireyin davranışlarını etkileyeceği, pazarın bölümlere ayrılması bakımından önemli olacağı düşüncesiyle pazarlama ve tüketici davranışı çalışmaları bakımından da aile ölçeği konusunun irdelenmesinde fayda olduğu açıktır. Bu yüzden, ailenin tanımlanmasında kullanılan ölçeklere ilişkin çalışmalar aşağıda özetlenmeye çalışılmıştır.

AİLEYİ TANIMALAMADA KULLANILAN ÖLÇEKLER

Aile kurumu birçok açıdan sınıflandırılmıştır. Her sınıflamada farklı ölçütler esas alınmıştır. Örneğin ailedeki birey sayısı, ailedeki otoritenin temsilcisinin kim olduğu söz konusu ölçütlerden önemli ve yaygın olarak kullanılan ikisidir. Evlenme biçimine, evlenen bireylerin ikamet yerine, eşin seçilme yerine göre de aile sınıflamaları yapılmıştır. Ailedeki birey sayısının esas alındığı sınıflamada aile iki grupta isimlendirilmektedir: geleneksel aile, çekirdek aile. Geleneksel aile “geniş aile”, “eski aile”, “köy/kır ailesi” gibi farklı isimlerle de ifade edilirken, çekirdek aile ise “şehir ailesi”, “küçük aile”, “dar aile”, “modern aile”, “çağdaş aile” isimlendirmeleri de yaygın olarak kullanılmaktadır. Şimdi bu aile türlerinin özelliklerini görelim:

Geleneksel (Büyük) Aile

Yatay ve dikey anlamda olmak üzere farklı kuşaktan akrabaların bir arada yaşadığı aile yapısıdır. Bir başka ifadeyle ve yaygın biçimiyle, büyükanne ve büyükbaba ile onların çocuklarının ve torunlarının aynı çatı altında yer aldığı aile biçiminin ismi olarak kullanılmaktadır. Büyükanne ve büyükbabadan torunlara intikal eden dikey genişliğin yanı sıra, amca, teyze, hala ve gelin gibi yakın akrabaları da kapsayacak yatay bir genişlikte ortaya çıkabilmektedir. Büyük aile yapısında çekirdek aile yapısına oranla genç kuşaklar daha uzun bir süre ve hatta hayat boyu aynı çatı altında tutulurlar. Bu yüzden kuşaklar içinde meydana gelen evlilikler de aile çemberinde yer bulabilmektedir. Yine bu özelliği nedeniyle büyük aile “aynı çatı altında oturan veya birbirlerine bağlı küçük evler topluluğunda yaşayan birçok özel veya çekirdek aileden kurulmuş zümre” biçiminde tanımlanmıştır (Ülken, 1969:6-7). Büyük aile cemaatimsi bir özellik arz eder (Murdock, 1965: 18).

Geleneksel geniş ailenin önemli özelliklerinden birisi, hiyerarşik karakterli olmasıdır. Ailenin en yaşlı üyesi –ki genellikle erkektir ancak kadın da olabilir- aile adına ailenin işlerini yönetendir. Ailenin mallarının kullanım yetkisi ailenin reisine aittir. Ailenin her türlü sorumluluğu onun ellerindedir. Oğul ve kızın evlilik kararı, oğul veya kızın yeni ev açıp-açmaması aile reisinin kararıyla. Ailedeki ekonomik birlik, sosyal güvenlik, eğitim, din, eğlence, ticaret, statü ve itibar gibi durumlar ailenin merkez şahsiyeti olan reiste toplanmıştır (Maciver ve Page, 1965: 250-255).

Geniş aile daha çok tarıma dayalı bir ekonomik sistemde varlığını sürdürür. Zira tarımsal ekonominin ihtiyaç duyduğu insan gücüne geniş ailenin çok çocuklu ve çok bireyli yapısı büyük ölçüde kaynaklık etmektedir. Bu nedenle de günümüzde kent dışı yerleşim birimlerinde, kırsal alanlarda ve kasabalarda daha çok rastlanır. Tarımsal ekonomiye dayalı bu işlevinin yanı sıra geniş ailenin saygınlık, eğitim, koruyuculuk, dini, eğlenme ve dinlenme, çocuk yapma, manevi ve psikolojik doyum sağlama gibi işlevleri oldukça yoğun bir şekilde yerine getirir (Sayın, 1990: 8-9). Geleneksel aile yapısında yaşa göre bir iş bölümü vardır. Evin reisi hem baba hem patron, çocuk ise hem oğul hem de çıraktır. Geleneksel ailede birey ait olduğu aile ve akrabalık çevresinde bulunduğu konuma göre itibar edinir. Kişinin statüsünü “kimlerden olduğu” belirler. Yani soy isim ve statü gibi unsurlar. Çocuk toplumun kültürünü, mesleki bilgilerini aile içinde alır. Aile içindeki büyüklerin, küçük çocukların eğitilmesinde önemli payı vardır. Bu anlamda aile tam bir toplumsallaştırma ortamıdır. Geleneksel toplumlarda insanın güvencesini sağlayan emniyet güçleri genellikle yoktur. Dıştan gelen saldırılara genellikle tüm aile güçleri birlikte karşı koyarlar. Bu nedenle bu ailelerin yaygın olduğu geleneksel toplumlarda kan davaları daha yaygındır. Geleneksel aileler kendi üyelerine sadece dini eğitim vermekle kalmazlar, onun pratiklerini üyelerin yerine getirip getirmediğini de denetlerler. Geleneksel aile yapılarında çocuk yapmak ve çoğalmak son derece önemlidir geleneksel aile tiplerinde. Neticede nüfus önemli bir etkidir, güç gösterisidir. Anne, baba ve çocuklar arasındaki duygusal ilişkiler aile üyelerinin manevi doyuma ulaşmasını sağlar. Geleneksel ailede psikolojik ilişkiler yoğun değil yaygındır. Kişi, ailesi ve çocuklarıyla olduğu kadar anne-baba ve kardeşleriyle de psikolojik bağlar içinde bulunur (Sayın, 1990: 9).

Çekirdek Aile

Anne, baba ve evlenmemiş çocuklardan oluşan bu küçük ailelere çekirdek aile denir. Çekirdek aile, yalnız birey sayısı ile değil yapısıyla da geniş aileden çok farklıdır. Günümüzün modern toplumlarında yeni evlenen çiftler genellikle baba evinden ayrılarak yeni bir evde yaşamaya başlarlar. Oysa geleneksel toplumlarda yeni evliler, damadın ya da gelinin ailesin yanında otururlar. Sanayileşmiş modern toplumlarda, özellikle kentlerde geniş aileler yerini giderek küçük ailelere bırakmıştır. Bu dönüşümün temelinde sanayi devrimi vardır. Yeni çağa doğru yaşanan sosyo-ekonomik gelişmeye paralel fertler, toplum ve aile üyeliğinin gerektirdiği bağların çoğundan kopmuş/ayrılmış/sıyrılmış ve böylelikle ferdileşme yaygın bir özellik haline gelmiştir. Bu durum aile yapısını kuvvetli bir şekilde etkilemiştir. Modern karakterli kent yaşamını ise çekirdek ailenin daha da yaygınlaşmasını sağlamıştır. Kırsal kesimde aile, çoğu kez bütün bireylerin birlikte çalışıp birlikte ürettikleri ekonomik bir birimdir. Ama aile kentlerde bu özelliğini yitirir. Aile bireyleri, üretimin aile dışında yapılmasından dolayı, ev dışında çalışarak bağımsız hale gelirler. Bu durum, geniş ailedeki katı alt-üst ilişkilerini ortadan kaldırır ve ailede daha eşitlikçi ilişkilerin oluşmasını sağlar.

Çocukların bilgi ve beceri edinmelerini, toplumla bütünleşmelerini sağlama işlevini üstlenen aile, bireyin geleceğinin güvencesi olmaktan da çıkar.

Çekirdek ailenin yerine getirdiği işlevler, büyük ailenin yerine getirdiği işlevlere göre daha az ve sınırlıdır. Çekirdek aile biyolojik işlevin ve çocuğun sosyalleştirilmesi işlevinin dışında diğer işlevleri ya hiç yerine getirememekte ya da büyük aile yapısına göre son derece sınırlı oranlarda yerine getirmektedir. Bazıları çekirdek ailenin yerine getirdiği işlevleri biraz daha ayrıntılı olmak üzere şu şekilde belirlemişlerdir (Kingsley, trs: 395-396; Durant, 1978: 10):

Üreme: Neslin devamı

Bakım: Yetişkin olmayan bireylerin belirli bir yaşa kadar (örneğin 18 yaşına kadar) ihtiyaçlarını karşılama sorumluluğunun gereklerini yerine getirmek.

Yerleştirme: Aile bireylerinin ve özellikle de çocukların hayata hazırlanması, işe yerleştirilmesi, istihdam edilmesi.

Sosyalleştirme: Bireyi toplumun üyesi olmaya hazırlama.

Psikolojik destek: Bireyin psikolojik ihtiyaçlarının karşılanmasında yardımcı olma, destek olma, rehberlik yapma.

Ekonomik destek: Aile bireylerinin ihtiyaçlarının karşılanmasına katkı sağlama veya karşılama.

Aileyi ve işlevlerini daha iyi anlayabilmek için farklı değişkenler yardımıyla farklı ölçekler geliştirilmektedir. Bu ölçekler, farklı kriterleri tek başına ya da bir arada kullanarak farklı sonuçlar elde etmektedirler. Bazı çalışmalar kriterlerden bir kısmını kullanarak aileleri sınıflandırmaya; dolayısıyla ölçek geliştirmeye çalışmışlardır. Örneğin Seçkin ve Kayhan (1996: 15-20) tarafından değişik kriterlere göre aile tipleri sınıflandırılmaları yapılmıştır. Buna göre aile büyüklüğüne göre “*geniş-birleşik*” (büyük) ve “*çekirdek, parçalanmış*” (küçük) aileler söz konusu olabilmektedir. Yönetim biçimlerine göre “*ataerkil, anaerkil ve eşitlikçi*” aileler görülmekteyken; yaşadığı yerlere göre “*kırsal, gecekondu ve kentsel*” aile tiplerinden bahsedilmektedir. Bilgin, (1991:44) geniş ve çekirdek ailelerinin yanı sıra iki kategori arasında olan ve sadece sayı ile ilgili olmayan bir “*geçiş ailesi*” tipi tanımlamaktadır.

Farklı disiplinlerde gerçekleştirilen ve farklı amaçlar taşıyan aile esaslı pekçok çalışmada ailenin ölçeklendirilmesine yönelik çalışmalar da hız kazanmaktadır. Bu noktada üzerinde durulması gereken diğer bir önemli bir husus ise, aile ile birlikte hanehallı kavramıdır. Özellikle çekirdek ailenin yaygınlaşması ve toplumsal hayat içinde bireyselleşme eğilimlerinin artmasıyla birlikte aile yanında mekansal bir bütünlüğü ifade eden hanehalkı kavramı da karşımıza çıkmakta ve aileden farklı olarak akrabalık, kan bağı ya da cinsel ya da duygusal ilişkiler söz konusu olmamakla birlikte, tek ya da birden fazla kişinin ortak mekanı paylaşmaları esasına dayalı, hayatın eve ilişkin ortak paylaşımını ifade eden hanehalkı kavramı da aile ölçeklendirme çalışmalarında dikkate alınan bir diğer tanımlama biçimi olarak öne çıkmaktadır.

OECD Eşdeğer Hane Büyüklüğü

Ailede yaşayan bireylerin üstlendikleri işlevler ve aileyi etkileme durumlarına göre farklılıklar oluşmaktadır. Örneğin tek kişiden oluşan bir ailenin harcaması ile iki kişilik bir ailenin harcaması aynı olmamaktadır. Ailedeki birey sayısı arttıkça hanehalkının harcamaları da artmaktadır. Ancak, harcamalardaki artış, hanehalkı üyesi sayısındaki artışla aynı büyüklükte olmamaktadır. Örneğin birinci kişi kira verirken ikinci kişi için ayrıca kira verilmemekte, bu durumda kişi başına ödenen ortalama kira miktarı azalmaktadır. Bu yaklaşımdan hareketle, hanehalkı büyüklüğünü ölçmek için OECD tarafından kullanılan bir hanehalkı ölçüğü bulunmaktadır. “Yenilenmiş OECD’e Göre Eşdeğer Hane Büyüklüğü” adı verilen bu ölçekte hane halklarının büyüklüğü karşılaştırılabilir bir rakama indirgenmektedir. Bu ölçüğe göre hanedeki ilk yetişkin için 1 değeri; 14 ve daha yukarı yaştaki fertler için 0,5 değeri ve 14 yaşından küçük fertler için 0,3 değeri dikkate alınarak hanehalkı büyüklüğü hesaplanmaktadır. Bu rakam ailenin yapısını bir ölçüde anlatırken ailede yaşayan kişilerin kim olduklarına ait açık bilgiler sunmamaktadır. Aşağıdaki tabloda bu ölçüğe göre hanehalkının Türkiye nüfusu içindeki dağılım görülmektedir.

Tablo 1. OECD Eşdeğer Hane Büyüklüğü Ölçeğine Göre Türkiye Nüfusunun Dağılımı

2006				2008			
OECD Eşdeğer Hanehalkı Büyüklüğü	Sayı	%	Birikimli %	OECD Eşdeğer Hanehalkı Büyüklüğü	Sayı	%	Birikimli %
1,0	282	3,3	3,3	1,0	351	4,1	4,1
1,3	31	,4	3,7	1,3	33	,4	4,5
1,5	1327	15,5	19,2	1,5	1513	17,7	22,2
1,6	29	,3	19,5	1,6	34	,4	22,6
1,8	834	9,7	29,2	1,8	881	10,3	32,9
1,9	20	,2	29,5	1,9	7	,1	33,0
2,0	910	10,6	40,1	2,0	1051	12,3	45,3
2,1	1006	11,8	51,9	2,1	920	10,8	56,0
2,2	7	,1	52,0	2,2	6	,1	56,1
2,3	578	6,8	58,7	2,3	605	7,1	63,2
2,4	339	4,0	62,7	2,4	280	3,3	66,5
2,5	741	8,7	71,3	2,5	719	8,4	74,9
2,6	304	3,6	74,9	2,6	290	3,4	78,3
2,7	101	1,2	76,1	2,7	87	1,0	79,3
2,8	403	4,7	80,8	2,8	353	4,1	83,4
2,9	127	1,5	82,3	2,9	97	1,1	84,5
3,0	310	3,6	85,9	3,0	269	3,1	87,7
3,1	218	2,5	88,4	3,1	195	2,3	90,0
3,2	35	,4	88,8	3,2	34	,4	90,4
3,3	193	2,3	91,1	3,3	168	2,0	92,3
3,4	67	,8	91,9	3,4	74	,9	93,2
3,5	110	1,3	93,2	3,5	102	1,2	94,4
3,6	93	1,1	94,2	3,6	82	1,0	95,3
3,7 den büyük	493	5,6	100,0	3,7	30	4,5	100,0
Toplam	8558	100,0		Toplam	8549	100,0	

Kaynaklar: TÜİK, 2006 ve 2008 Yılı Hanehalkı Bütçe Araştırması Mikro Veri Seti

Bu ölçeğe göre oransal olarak en yüksek dilimi oluşturan “1,5 büyüklüğündeki” bir hanehalkının bir yetişkin ve 14 yaşından büyük ikinci bir kişiden (yetişkin de olabilir çocuk da) oluştuğu söylenebilir. İkinci kişinin yaşı ile ilgili bilgi için başka verilere sahip olmak gerekmektedir. Oransal olarak ikinci büyüklükte bulunan “2,1 büyüklüğündeki” hanehalkının iki yetişkin ve 14 yaşından küçük iki çocuktan oluştuğu tahmin edilebilir. Diğer büyüklükler için ayrı ayrı hesap yaparak hanehalkı büyüklükleri tahmin edilebilmektedir. Bu ölçek, hanehalkı büyüklüklerinin mutlak değerlerini ve büyüklükteki değişimleri izlemeyi kolaylaştıran uluslararası karşılaştırmada kullanılabilir bir ölçektir.

Hanehalkı

Aileyi hanehalkı olarak ve ekonomik bir birim olarak ele alan araştırmalar (Comhuri ve Gentry, 2000; Rosen ve Granbois, 1983) eskiden beri vardır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) hanehalkı bütçe araştırmalarında aileyi değil “*hanehalkını*” baz olarak almaktadır. Aileleri, ailelerde yer alan bireylerin sayısına ve yaş büyüklüklerine göre yapılan sınıflandırmada 15 kategori yer almaktadır. Buna göre yapılan sınıflandırma ve Türkiye nüfusu içindeki dağılımı aşağıda yer alan tablodaki gibidir.

Tablo 2. TÜİK'in Hanehalkı Tanımlarına Göre Türkiye Nüfusunun Dağılımı (2006)

Nüfus içindeki %'si	
Tek çocuklu çekirdek aile - çocukların hepsi 18 yaşından küçük	11,4
Tek çocuklu çekirdek aile - en az bir çocuk 18 yaşından büyük	7,0
İki çocuklu çekirdek aile - çocukların hepsi 18 yaşından küçük	17,0
İki çocuklu çekirdek aile - en az bir çocuk 18 yaşından büyük	7,0
Üç ve daha fazla çocuklu çekirdek aile - çocukların hepsi 18 yaşından küçük	10,9
Üç ve daha fazla çocuklu çekirdek aile - en az bir çocuk 18 yaşından büyük	7,6
Çekirdek aile - çocuksuz	13,1
Ataerkil veya geniş aile - çocuksuz	2,0
Ataerkil veya geniş aile - çocukların hepsi 18 yaşından küçük	9,1
Ataerkil veya geniş aile - en az bir çocuk 18 yaşından büyük	7,5
Tek yetişkinli aile - çocuksuz	3,5
Tek yetişkinli aile - çocukların hepsi 18 yaşından küçük	1,1
Tek yetişkinli aile - en az bir çocuk 18 yaşından büyük	2,1
Birarada yaşayan öğrenci, işçi vb. kişiler	0,2
Birarada yaşayan akrabalar	0,5

Hanehalkı ölçeğine göre Türkiye nüfusunun en büyük oranları sırasıyla “iki çocuklu çekirdek ailelerden, çocuksuz çekirdek ailelerden, tek çocuklu çekirdek ailelerden ve üç ve daha fazla çocuklu çekirdek” ailelerden oluşmaktadır. Diğer oranlar tablodan görülebilmektedir.

Hanehalkı ölçeğini kullanan araştırmalarda hanehalkının demografik yapısına bağlı olarak sosyal, ekonomik değişimler açıklanmaya çalışılmaktadır. Örneğin gelir

ve tüketim harcamaları arasındaki ilişkide hanehalkının değişimleri nasıl belirlendiği araştırılmaktadır. Hanehalkının yaşları, sayıları cinsiyetleri gibi değişkenler gelirin tüketimi nasıl etkilediğinin belirleyicisi olabilmektedir (Attanasio ve Browning, 1993). Hanehalkını “ekonomik bir birim” olarak görme anlayışı yaygın bir anlayıştır. Hanehalkının geliri nasıl harcadığı konusu gündeme geldiğinde ise yetişkinlerin ve çocukların bu geliri nasıl paylaştıkları da önem kazanmaktadır. Aileye yeni katılan bireylerin, sabit gelir varsayımıyla diğer aile bireylerinin harcanabilir gelirlerini ve dolayısıyla refah seviyesini de azalttığı ifade edilmektedir (Lee ve diğerleri, 2005:6).

Hanehalkı aynı çatı altında yaşayan kişiler olarak bilinmektedir. Aralarında kanbağı bulunsun bulunmasın bir evde yaşayan herkes hanehalkı olarak değerlendirilmektedir. Literatürde yer alan pek çok çalışma hanehalkını esas alarak yapılmaktadır. Örneğin tüketici davranışlarını açıklamakta bir sosyal etkiye sahip olduğu ileri sürülen ve düzenli olarak ölçülen “Sosyal Ekonomik Statü (SES) Ölçeği” hanehalkını baz olarak almaktadır. Resmi kayıtlar da hanehalkı esasına göre tutulmaktadır. Bu yaklaşımın üstünlüğü tüm nüfusu kapsayıcı olmasıdır.

Tüketimin nasıl gerçekleştiğini bulmaya çalışan bazı araştırmacılar da tüketimin tüketicinin yaşamı süresince farklı dönemlerde farklılaştığını ancak genelde bir insanın hayatı boyunca benzer eğilimler gösterdiği varsayımıyla kişisel tüketim fonksiyonu bulmaya çalışmışlardır (Çolak ve diğerleri, 2008; Wakabayashi ve Hewings, 2002)

Hanehalkı yaklaşımından ve bireyin yaşam eğrisinden farklı olarak aileyi bir bütün olarak ele alan bakış açısı da araştırmalarda kullanılmaktadır (Burns, 1993). Bu yaklaşım “*ailenin de bir yaşamının olduğunu*” ve yaşamı boyunca bazı işlevleri yerine getirdiğini varsaymaktadır. Toplumsal ve ekonomik olaylardan etkilendiği gibi onları etkilediğini; aynı zamanda ailenin içindeki bireyleri etkilediğini ve onların etkisine açık olduğunu da kabul etmektedir. Tüm bu özelliklerin ailenin yaşam süresini gösteren zaman çizgisi boyunca farklı değerler taşıdığını vurgulayan model ise “*Aile Yaşam Döngüsü*” (AYD) olarak isimlendirilmektedir¹. AYD temel değişkenleri olarak, çocukların yaşları, ebeveynlerin yaşları, evliliğin yaşı, ebeveynlerin birlikte olma ya da olmama durumları baz alınarak oluşturulan AYD’nin ayrı ayrı dönemlerinin varlığı söz konusu olabilmektedir. Bunlara da “Aile Yaşam Dönemleri” adı verilmektedir.

AYD ölçeğinin temel mantığı, aileyi de hayata katılan bir bütün olarak görmek ve ailede yaşanan değişimleri ailenin yaşına bağlı olarak incelemektir. “Aileye mahsus yapılan harcamalar hangi dönemlerde nasıl gerçekleşmektedir?” sorusuna cevap aramaya da elverişli olan bu ölçek, sosyal ve ekonomik olarak ailenin yaşadığı olayları anlamaya yardımcı olabilmektedir.

1 Türkçe literatürde bazı araştırmacılar tarafından Aile Hayat Eğrisi olarak da isimlendirilmektedir.

AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ

Hemen her ailenin, karı-kocadan birisinin ölümüyle sona ermesine kadar devam eden süreçte açığa çıkan çeşitli ve birbirine oranla farklı evreleri vardır. Bir başka ifadeyle, ailenin yaşam sürecinde önemli olan ve tamamı ailenin yaşam sürecini teşkil eden bazı önemli aşama ya da olaylar dizisi vardır. Söz konusu dönemler literatürde “Aile yaşam döngüsü” olarak isimlendirilmiştir. Aile yaşam döngüsü modeli, esasen ailenin yaşam döngüsüne sahip bir organizma gibi olduğunu dile getiren bir nitelendirmedir (White, 1991: 50). Bununla, ailenin gelişimsel aşamaları ile işlevleri arasında bir ilişki olduğu dile getirilmektedir. Zira tipik her aile evlenme ile başlamakta, çocukların doğması ve büyümesi ile genişlemekte, çocukların evden ayrılmasıyla küçülmekte ve eşlerden birisinin ya da ikisinin birden ölümüyle sona ermektedir. Böylelikle her aile, bireylerin anne-baba ailesinden ayrılıp evlenerek kendisine ait bir yuva kurmalarıyla, ailenin ve toplumun yeni üyeleri olan çocukları yetiştirilmesiyle ve o çocukların da kendi yuvalarını kurmasıyla devam eden bir sürekliliği ifade etmektedir.

Her aile bir anlaşmayla başlar. Bu anlaşmayı takip eden süreç evlilik olarak anlam kazanır. Niteliği ve başlangıcını oluşturan törensel biçimi toplumdan topluma değişiklik gösteren evlilik, bireyin hayatının birçok yönünü etkileyen, iki insanın kalıcı bir beraberlik için bir araya gelerek oluşturdukları, birbirlerine ve çocuklarına karşı ortak sorumluluklarını yerine getirmeye söz verdikleri, birbirine bağlı sistemlerden oluşan evrensel bir kurumdur (Saxton, 1983: 216-224). Ailenin oluşumunda ilk basamağı oluşturduğu için ailenin sağlıklı veya sağlıksızlığını anlayabilmek amacıyla evliliğin incelenmesi gerekmektedir. Gladding (2001: 3-26), evlilik ve aile kavramlarının birbiriyle ilişkili olduğunu, aynı zamanda aralarında farklılığın da olduğunu belirtmektedir. Ayrıca evlilik evresinde eşlerin birbirlerini tanımaya, anlamaya, ihtiyaçlarını gidermeye çalıştıklarını ve bu evrede bireylerin birbirlerini yücelttiğini belirterek, aile kavramında eşlerin haricinde çocuklar ve ailenin diğer büyüklerinin de ele alındığını vurgulamaktadır.

Evlilik ve aile ile ilgili literatür incelendiğinde evlilik ve aile kavramlarını açıklayan teorilerin iç içe geçtiği dikkati çekmektedir. Sadish, Ragsdale ve Glaser (1995), ailenin çoklu ünitelerden oluşan bir birim olduğunu ve evlilik biriminin bu birimler içerisinde çok önemli bir yer kapsadığını belirterek, özellikle niteliksel ve niceliksel evlilik çalışmalarında aile ile ilgili yaklaşımların, evliliği iyi bir şekilde açıkladığını vurgulamaktadır. Sperry ve Carlson (1991), evlilik ve aile ile ilgili birçok yaklaşımın olduğunu ifade ederek özellikle psikoanalitik, yapısal, stratejik, bilişsel-davranışçı ve sistem yaklaşımlarının aile ve evlilik çalışmalarının kuramsal yapısını oluşturduğunu belirtmektedir.

Everett (1990), aile ve evlilik yapısının son 60 yıl içerisinde değişim gösterdiğini, aile ve evlilik çalışmalarının benzer yaklaşımlarla açıklandığını ifade etmektedir. Ackerman, ailenin önemli bir psikososyal birim olduğunu vurgulamıştır. Aile sistemini Freud'un yaklaşımını temel alarak açıklamış, ailenin problemini çözerken eşler arasındaki evlilik uyumunun ve ailenin diğer üyelerinin geçmiş yaşantılarının aile ve evlilik açısından önemli olduğunu belirtmiştir (Goldenberg, I. ve H. Goldenberg, 1996).

Aile ve evlilik, farklı sistemler gibi görülse de birbirini tamamlayan yapılar olarak ele alınmaktadır. Aile zaman içinde değişmekte ve gelişmektedir. Aile yaşam döngüsü modeli bu değişimi ve gelişimi açıklayan iyi bir model olarak karşımıza çıkmaktadır. Model, sistem kavramları ile bütünleşmekte ve yaygın olarak kullanılmaktadır. Aile yaşam döngüsü modeli, genellikle ailenin zaman içinde gelişimini betimlemek için kullanılır. Bu model bireyin yaşam sürecinin bütün boyutlarını içerir. Ancak burada aile bir bütün olarak vurgulanır. Aile yaşam döngüsü modeli ilk olarak Evelyn Duvall tarafından geliştirilmiştir. Model evli çiftler, küçük çocuklu aileler, ergenlik döneminde çocuğu olan aileler, yetişkin çocuğu olan aileler olmak üzere dört evreden oluşmaktadır. Daha sonra aile yaşamı döngüsü modeli sekiz evreye çıkartılmıştır.

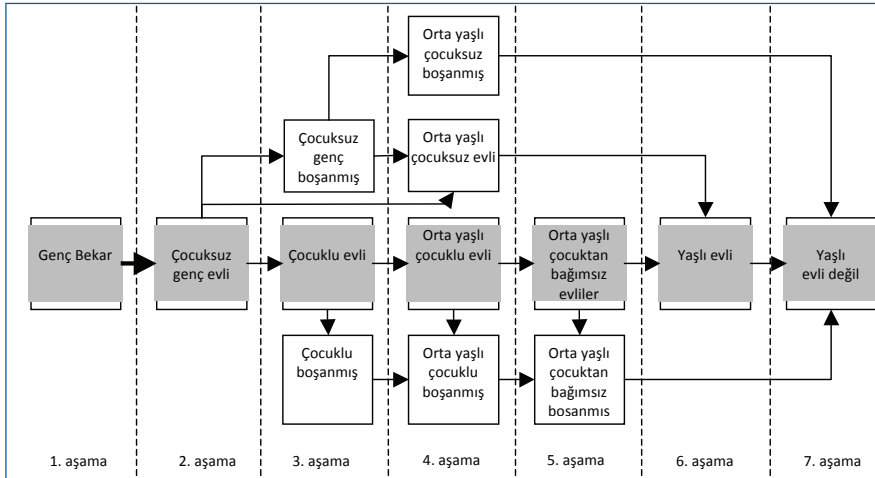
Aile yaşamı döngüsü modeli evlilik ve aileyi gelişimsel anlamda anlayabilmek ve sınıflamak açısından önem taşımaktadır. Bu modelde aile ve evlilik birleştirilmiş bir biçimde gösterilmektedir. Carter ve McGoldrick (1989), aile yaşam döngüsü modelinin iç içe geçmiş birimlerden oluştuğunu ve bu birimlerin oluşumunun evlilikle sağlandığını belirterek eşler arasındaki ilişkinin ve evlilik doyumunun ailenin yaşam döngüsünü olumlu ve olumsuz şekilde etkileyebildiğini belirtmişlerdir. Mikessell, Lusterman ve McDaniel (1995) ailenin evlilikle başladığını daha sonra çocukların doğmasıyla aile kavramının ortaya çıktığını ve aile yaşamı döngüsünde ilk aşamayı oluşturan evliliğin, ailenin sağlıklı veya sağlıklı olmamasını etkilediğini belirtmekte ve aile yaşam döngüsü modelinin, aile ve evliliğin gelişimsel olarak yönünü gösterdiğini vurgulamaktadır. Bu modele göre aile bir bütündür ve bu bütünün oluşumunda evlilik, büyük önem taşımaktadır. Carter ve McGoldrick (1989), eşler arasındaki ilişkinin, iletişimin iyi olmasının bütünün diğer parçalarını olumlu etkileyeceğini vurgulamaktadır.

Ludwig Von Bertalanfy, 1940'larda sistem yaklaşımını geliştirmiş ve ailenin çok geniş bir sistem olduğunu vurgulayarak aile ve evlilikteki kişilerarası etkileşimlerin önemini belirtmiştir. Özellikle evlilikteki etkileşimin ailenin diğer sistemlerini de etkilediğini vurgulamıştır. Evlilik, aile sisteminin oluşumunu sağlamaktadır. Bu nedenle evlilikle ilgili danışma yaklaşımları (sistem yaklaşımı, stratejik yaklaşım, bilişsel-davranışçı yaklaşım, yapısal yaklaşım, iletişim yaklaşımı), evlilikle ilgili problemleri, eşler arasındaki ilişkiyi ve iletişim biçimini, eşlerin diğer özelliklerini (yaş, eğitim, meslek, çocuk sayısı, evlilik süresi, cinsiyet, evlenme biçimi gibi), eşlerin çocukları ile olan ilişkilerini birlikte incelemenin önemini belirtmektedirler.

Aile yaşam döngüsü, 1930'lardan bu yana sosyologların ve antropologların ilgi alanına girmiş önemli konulardan birisidir. Konu ile doğrudan ilgilenen araştırmacılar aile yapısında gerçekleşen kompozisyon ve işlev değişmelerine bağlı olarak ailenin yapısal sürecinde yer alan bazı sınıflandırmalara gitmişlerdir. Aile yaşam döngülerinin bilinmesi öncelikle ailedeki yapısal ve işlevsel değişmelerin bilinmesi açısından son derece önemlidir. Ayrıca bu araştırmanın dolaylı konularından birisi olduğu üzere örneğin bireylerin tüketim eğilimlerini tespit etmek açısından da önem arz etmektedir.

Aşağıda yer alan Şekil 1. daha önce yapılan çalışmalardan çıkartılmış bir aile yaşam döngüsünün dönemlerini göstermektedir. Buna göre gri zeminde belirtilmiş dönemler esas dönemlerdir. Beyaz zeminli kutucuklarla belirtilmiş olan dönemler ise çoğu kez normal karşılanan ancak az rastlanan durumları göstermektedir. Her bir dönemdeki ailelerin davranışların farklılaşacağı varsayılmaktadır.

Grafik 1. Aile Yaşam Döngüsü Dönemleri



Kaynak: Michael R. Solomon. (2000) Consumer Behavior, Buying, Having and Being,

Aile yaşam döngüsüne ilişkin araştırmalarıyla tanınan Duvall, aile yaşamının incelenmesinde sekiz dönem olduğunu, bu dönemlerin ilk düzeyini evliliğin oluşturduğu belirtilerek ailenin oluşumunda evliliğin önemli bir faktör olduğuna vurguda bulunmuştur. Duvall'ın veya diğerlerinin aile yaşam döngüsü modeli geçmişte, o anda ve gelecekte evliliğin ve ailenin gelişimsel olarak her aşamada nasıl tanımlanabileceğini belirleme amacındadır. Duval'ın tasnif ettiği biçiminin ana başlıklarını esas alarak ifade etmek gerekirse aile yaşam döngüsü modeli şu evrelerden oluşmaktadır (Nystul, 1999: 247-266):

Çocuksuz evli çiftler: Karı-Koca'dan oluşmakta ve ortalama iki yıl sürmektedir. İlişkiler açısından uyumlu ve doyum sağlayıcı bir evredir. Karı-koca arasındaki ilişkiler sosyal, psikolojik, ekonomik, cinsel, kültürel, entelektüel boyutlara sahiptir. İlişkilerde doyum elde etme düzeyi yüksektir. Eşler karşılıklı birbirlerine alışma ve uyumlu bir bütünlüğü sağlama çabası içerisindedirler.

Çocuklu aileler: Bu evrede Karı-Anne, Koca-Baba statüleri ve bu statülerin gerektirdiği roller yer almaktadır. Eşler yeni statülerinin gereği olan anne ve baba rolünü içselleştirme çabası içerisindedirler. Bu evre genellikle evliliğin 2-5 yılları arasında yer almakta ve çocuğun ilk 30 aylık dönemini kapsamaktadır. Bu evrede bir veya iki çocuk vardır. Çocuğun sağlıklı yetiştirilmesi ailenin öncelikli çabaları arasında yer almaktadır.

Okul öncesi çocuğu olan aileler: Karı-Anne, Koca-Baba, Kız çocuk-Kız kardeş, Erkek çocuk-Erkek kardeş statüleri bulunmakta ve evliliğin 2-5 yılları arasında yer almaktadır. Bu evre çocuğun 30 aylıktan 6 yaşına kadar olan evresini kapsamaktadır. Okul öncesi çocuğunun ilgi ve ihtiyaçlarının karşılanması ailenin temel uğraş alanını oluşturmaktadır. Toplumun yeni üyesi olan çocuğun toplumsallaşmasının en yoğun olduğu süreç bu dönemde yer almaktadır. Çocuğun kimlik ve kişiliğinin inşasında gerçekleşen hatalar geleceğin önemli problemleri olmaya adaydır. Bu nedenle anne ve baba yoğun bir çaba içerisinde "sağlıklı" çocuk yetiştirmeye çalışırlar.

Okula giden çocukları olan aileler: Karı-Anne, Koca-Baba, Kız çocuk-Kız kardeş, Erkek çocuk-Erkek kardeş statüleri bulunmakta ve 7 yıl kadar devam etmektedir. Okul başarısı için çocuğu cesaretlendirme, okula giden çocuğu bulunan ailelerle uyum sağlama ailenin bu dönemdeki ayırıcı temel özellikleri arasında yer almaktadır. Çocuk sosyal çevreye açıldığı için ailenin çocuk üzerindeki hassasiyetleri daha da artmıştır.

Ergenlik çağında çocuğu olan aileler: Karı-Anne, Koca-Baba, Kız çocuk-Kız kardeş, Erkek çocuk-Erkek kardeş statüleri bulunmakta ve 7 yıl kadar devam etmektedir. Yetişen çocukların ebeveynleri olarak çocuk(lar)un ilgi ve kariyer oluşturmalarını sağlamak, sorumlu bir özgürlük anlayışı oluşturmak ailenin bu dönemdeki ayırıcı temel özellikleri arasında yer almaktadır. Çocuk(lar)un ergenlik döneminin temel özellikleri arasında yer alan biyolojik, psikolojik, sosyal, duygusal değişimleri,

gelgitleri bu dönemde anne ve babanın yoğunlaştıkları “problem” alanları arasında ilk sıralarda yer alır.

Değişen aile yapısı: Karı-Anne-Büyük anne, Koca-Baba-Büyük baba, Kız çocuk-Kız kardeş-Hala-Teyze, Erkek çocuk-Erkek kardeş-Amca- Dayı konumları bulunmaktadır. İlk çocuk evden ayrılmış, son çocuğun ayrılması da yakındır. Yaklaşık 8 yıl devam eden bir süreyi kapsamaktadır. Okul, askerlik, evlilik, iş gibi şeylerden dolayı çocukları desteklemek, onlara yardımcı olmak ailenin temel bireylerini oluşturan karı-kocanın çabalarının büyük çoğunluğunu kapsamaktadır.

Orta yaşlı ebeveynler: Bu evre yuvanın boşalması ve emeklilik dönemi olarak anlam kazanır. Karı-Anne- Büyük anne, Koca-Baba-Büyük baba konumları devam etmektedir. Yaklaşık 15 yıllık bir süreyi kapsamaktadır. Evlilik ilişkilerini yeniden düzenlemek ve soy bağlarını devam ettirme çabası ailenin bireylerinin temel uğraş alanını teşkil etmektedir.

Aile üyelerinin yaşlılığı: Dul erkek- Dul kadın, Karı-Anne- Büyük anne, Koca-Baba-Büyük baba konumları devam etmektedir. Genellikle 10–15 yıl devam etmektedir. Yalnız yaşamaya alışma ve uyum sağlama, yaşlılıkta ihtiyaçları giderebilme aile bireylerin temel çabalarını oluşturmaktadır. Bu evre ve aile karı-kocadan birisinin ölümüyle sona ermektedir.

Ailenin yaşam döngüsü modeli, belirttiğimiz üzere, ailenin yapısal ve işlevsel çözümlenmesinde birçok kolaylık sağlamaktadır. Aile içi ilişkiler örgüsü, roller ve konumlar dizgesi aile üyelerinin sayısının çoğalıp azalmasına uygun olarak değişiklik göstermektedir. Bu nedenle konuyla ilgilenen sosyal bilimciler tarafından daha farklı döngüler de dile getirilmiş ve buna bağlı olarak farklı gruplamalar yapılmıştır. Bunlardan bir örnek olarak Sayın'ın tasnifi dikkate alınabilir. Sayın'a (1990: 60-61) göre aile yaşam döngüsü dört grupta incelenebilir. Bunlar;

1- Ev kurma veya evlenme aşamasıdır. Bu evre 22 yaşları civarında başlar ve iki yıl kadar sürer.

2-Döllenme aşamasıdır. İlk çocuğun doğumundan başlar, ilk çocuğunu evlenmesine kadar devam eder.

3-Dağılma aşamasıdır. İlk çocuğun evlenmesiyle başlar, son çocuğun evlenmesine kadar devam eder.

4-Sonuç evresidir. Son çocuğun evlenmesiyle başlar karı-kocadan birisinin ölümüne kadar devam eder.

Konuyla özellikle ve yoğun şekilde ilgilenmiş bulunan Becvar'lar (1982: 33-34), ortalama bir ailenin tıpkı kişilerin geçirdiği gelişim aşamaları gibi belli aşamalardan geçtiğini belirtmiştir. Aile üyeleri aile yaşam döngüsünün teşkil eden farklı aşamalarda farklı rol ve görevlere sahip olup, o aşamaya özgü aile sorunları ile de karşılaşmaktadırlar. Bu da aile işlevlerini etkileyen önemli bir durumdur. Becvar'a (1982: 33-36) göre ailenin yaşam döngüsü dokuz ayrı aşamadan oluşmaktadır:

AŞAMALAR	DUYGUSAL DURUMLAR	AŞAMAYA AİT TEMEL ÖZELLİKLER
Bağlanmamış yetişkin	Ebeveyn çocuk ayrılığını kabul etme	Aileden farklılaşma Arkadaş ilişkileri kurma İşe başlama
Yeni evlenmiş çift	Evliliğe bağlanma	Evlilik sistemini oluşturma Ebeveyn rollerini oluşturma Eşin ziyarete gelen ailesi ve arkadaşlar için oda hazırlama
Çocuk bakımı yapan aile	Yeni üyeleri evlilik sistemine kabul etme	Evliliğe uyum sağlama Ebeveyn rollerini üstlenme Büyük ebeveynlere oda hazırlama
Okul öncesi çocuğa sahip aile	Yeni kişiliği kabul etme	Çocuğun ihtiyaçlarını aile sistemine uydurma Ebeveynlerin enerjilerinin çocuğa doğru harekete geçirmesi, çocuğa yönelik harcamaları ve çocuk olduğu için eve ziyaretlerin artmasından dolayı evin gizliliğin giderek yok olması
Okul çağına çocuklu aile	Çocuğun aile dışında ilişkiler kurmasına izin verme	Çocuk topluma etkileşime girmek suretiyle aile sistemini geliştirme Çocuğun eğitimsel başarısının desteklenmesi
Ergenlik çağına çocuğu olan aile	Çocuğun bağımsızlığına izin vermek için aile sınırlarında esnekliği artırma	Özgürlük/sınırlar arasında denge kurmak için ebeveyn-çocuk ilişkilerinde değişiklikler olması, İş yaşam ve evlilik sorunları üzerinde yeniden odaklaşma Yaşlı nesil için ilgilenmeye başlama
Launching center (akşam yemeklerinde birlikte olma)	Aileye giriş ve çıkışları kabul etme	Gençlerin çalışma, okul ya da evlilik yaşamına katılmalarını fark etme Destekleyici bir ev ortamını sürdürme
Orta yaş ebeveynler	Çocukların evden gitmelerine izin verme ve diğer kaygılar duymaya başlamaları	Evliliği yeniden oluşturma, Çocukların eşleri ve onların büyük çocukları dahil ailelerin yeniden düzenlenmesi, Ebeveynlerin yaşlanması ile ilgilenme
Emeklilik aşaması	Emekliliği ve yaşlılığı kabul etme	Emekliliğe uyum sağlama, Ebeveynlerin ve eşin ölümü ile baş etme, Baba ocağını kapatma, Birey ve eş olarak işlevselliği sürdürmek, Orta nesli destekleme.

Aile Yaşam Döngüsünün aşamalarını bazı bilim adamları “aşama” olarak bazıları “kariyer” olarak isimlendirmişlerdir. 1931 yılından bu yana Aile Yaşam Döngüsünün aşamalarını ve özelliklerini tespit etmeye yönelik pek çok çalışma yapılmıştır. İlk çalışmalardan itibaren Aile Yaşam Döngüsünün aşamaları 4 ile 10 aşama arasında tespit edilmiştir. Farklı çalışmalarda Aile Yaşam Döngüsünün aşamaları farklı ölçütlere dayalı olarak belirlenmiştir. Farklı araştırmacılarla öngördükleri Aile Yaşam Döngüsünün aşama sayısı ve temel aşamaları aşağıdaki tabloda özet olarak verilmiştir.

Tablo 3. Aile Yaşam Döngüsü Hakkında Yapılan Araştırmalar ve Öngördükleri Aşama Sayısı

Araştırmacı / Yıl	Aşama Sayısı	Temel Aşamalar
Sorokin, Zimmerman ve Galphin, 1931	4	Ekonomik bağımsızlığını sağlamış yeni evliler - Bir veya daha fazla çocuğu olan çiftler - Kendine yetebilen ve çocuğu olan çiftler - Yaşlı çiftler
Kirkpatrick, Cowles ve Tough, 1934	4	Okul öncesi çağda çocuğu olan aile - İlköğretim ve lise çağında çocuğu olan aile - Üniversite çağında çocuğu olan aile - Yaşlı eşlerin oluşturduğu aile
Loomis, 1934	4	Çocuksuzlar ve yeni çocuklular - Küçük çocuklular - 14-36 yaş arası çocuğa sahip büyük çocuklular - Yaşlı aileler
Bigelow, 1950	7	Kuruluş, çocuksuz çift - Okul öncesi veya yeni çocuğu olmuş aile - İlköğretim çağında çocuğu olan aile - Lise çağında çocuğu olan aile - Üniversite çağında çocuğu olan aile - Çocukları ayrılmış aile - Emeklilik
Lansing ve Kish, 1957	7	Genç, bekâr, 40 yaşın altında, evde yaşayan çocuk yok - Yeni evli çift, çocuksuz 40 yaşın altında çift - Genç, evli, 40 yaşın altında, okul öncesi çağda çocuğu olan aile - Genç, evli, 40'lı yaşlarda, çocuğu 6 yaşın üstünde - 40 yaşın üstünde, birlikte oturdukları çocukları yok, çocuklar ayrılmış - Yaşlı çift, eşin birisi ölmüş
Feldman, 1961	8	Evliliğin ilk yılları - En büyük çocuk henüz bebek - En büyük çocuk okul öncesi çağda - Tüm çocuklar okul çağında - En büyük çocuk 13-20 yaşında ya da diğerleri okul çağında - bir veya daha fazla çocuk evden ayrılmış - Tüm çocuklar evden ayrılmış - Yaşlı çift
Rodgers, 1962	10	Çocuksuz-yeni aileler - Bebekli aileler - Okul öncesi çocuğu olan aile - Okul çağında çocuğu olan aile - Yetişkinlik çağında çocuğu olan aile - Genç yetişkin aile - Ayrılan çocuğu olan aile - Tüm çocukları evden ayrılmış orta yaşlı eşlerden oluşan aile - Yaşlı eşlerden oluşan aile - Dulluk, (Rodgers bazı aşamaları kendi içinde de aşamalarına bölerek toplamda 23 aşamalı bir döngüyü esas almıştır).
Hill, 1964	5	Çocuksuz çift, okula giden çocuğu olmayan bir veya daha fazla çocuklu aile, okul çağında çocuğu bulunan aile, çocukları evden ayrılan veya işe giren veya çocuksuz olan orta yaş çiftlerin oluşturduğu aile, Yaşlanan aile veya emekli olan çiftler
Spanier ve Saver, 1970	7	6 yıldan az bir süre evli, çocuksuz çift - En küçük çocuğu 6 yaşında küçük aile - En büyük çocuğu 6-12 yaşında olan aile - En büyük çocuğu 13-20 yaşında olan aile - En az bir çocuğu evde olan, çocuklarını hepsi evden ayrılmamış aile - Bütün çocukları evden ayrılmış aile - Evde çocuk yok ve kocanın yaşı 65'in üstünde
Glick, 1971	5	Yeni evli çift - Son çocuğun doğumu - Son çocuğun evlenmesi - Eşlerden birisinin ölümü - Diğer eşin ölümü

Duvall, 1972	8	Çocuksuz çift - En büyük çocuk 30 aylık aile - En büyük çocuğu 6 yaşında aile - En büyük çocuğu 13-20 yaşında olan aile - İlk çocuğun evden ayrılmasından son çocuğun ayrılmasına kadarki evrede bulunan aile - Karı-kocanın emekliliğine kadarki dönem - Eşlerden birinin ölümü
Nock, 1979	7	Evlü, çocuksuz çift, yaş 45'in altında - İlk çocuğun doğumu, en büyük çocuk 2 yaşından küçük - En büyük çocuk 2-6 yaşında, çocuklar okul öncesi çağda - Okul çağında çocuğu olan aile, en büyük çocuk 4-13 yaşında - Adolesan çağında çocuğu olan aile, en büyük çocuk 14 yaşında - Ailenin orta yılları, en küçük evden ayrılmış - Çiftler emekli olmuş
Okraku, 1971	4	Çocuğu olmayan çiftler, kocanın yaşı 35'in altında - Genişleme dönemi: çocuklar 11 veya daha küçük yaşta, kocanın yaşı 45'ten küçük - Çocukları yetiştirme ve küçülme dönemi: bütün çocuklar evde ve yaşları 12-21 arası, küçülen aile çocukların yaşı 22 ve üstü - Çocuklar evden ayrılmış, kocanın yaşı 50'den küçük
McAuley ve Nutty 1974	6	45 yaşın altında, bekar - Yeni evli ve çocuksuz aile - Yeni evli ve küçük çocukları olan aile, 0-5 yaş grubunda en az bir çocuk var - Evde 6-17 yaş grubunda en az bir çocuk var - Yaşlı, en az 45 yaşında evde çocuk yok - Yaşlı- dul
Knoko ve Rondall, 1977	7	Genç, bekar, 40 yaşın altında, evde yaşayan çocuk yok - Genç evli, 40 yaşın altında, çocuk yok- Genç, 40 yaşın altında, okul önce çağda çocuk var - Genç anne ve baba, 45 yaştan küçük, çocuk okul çağında - 40 yaşından büyük, farklı yaş gruplarında çocuk var - 40 yaşından büyük, birlikte oturdukları çocukları yok, çocuklar evden ayrılmış - 40 yaşından büyük, dul
Rexroat ve Shehan, 1987	7	Kadının yaşı 40'dan küçük, yeni evliler, çocuk yok - En büyük çocuğu 3 yaşında olan aile- En büyük çocuğu 4-6 yaşında olan aile - En büyük çocuğu 7-13 yaşında olan aile - En büyük çocuğu 14-20 yaşında olan aile - Çocukların evden ayrıldığı, erkeğin yaşının 65 'in altında olduğu ve erkeğin emekli olmadığı aile - Kocanın emeklilik yaşının geldiği aile
Wells ve Gubar, 1966	7	Bekârlık - Yeni evli çift, çocuksuz çift - Küçük çocuklu, en küçük çocuk 6 yaşından küçük - En küçük çocuğu 6 yaşından büyük aile - Çocukları büyümüş aile - Çocukları evden ayrılmış aile, aile reisi çalışıyor - Çocukları ayrılmış ve aile reisi emekli - Yalnız yaşayan, eşlerden biri ölmüş
Murphy ve Staples, 1979	4	Genç, bekar - Genç, evli ve çocuksuz çift - Genç ve dul ve çocuksuz, Genç ve evli ve çocuklar 4-12 yaşları arasında - Genç, dul ve çocuklar 4-12 yaşları arasında - Orta yaşlı eşler, Orta yaşlı ve çocuksuz, Orta yaşlı ve dul ve çocuksuz, Orta yaşlı, dul ve çocuklu, Orta yaşlı ve evli ve eve bağımlı çocuğu olmayan, orta yaşlı dul ve eve bağımlı çocuğu olmayan
Schefer ve Keith, 1981	4	Kadının yaşının 40'ın altında ve 6 6 yaşından küçük en az bir çocuk bulunan aile - Kadının yaşının dikkate alınmadığı, 6 yaşından küçük çocuk bulunmayan çocuklardan en az birisinin 6-18 yaşlarında olduğu aile - Kadının 45-49 yaş grubunda bulunduğu ve çocuğu olmayan aile - Kadının 60 ve üstü yaşta olduğu çocuksuz aile
Waite, 1980	3	Yeni evli çift - İlk çocuğun doğumu - Bütün çocukların doğmasını takip eden aşama, bütün çocuklar evde

Schiffman ve Kanuk, 1983	9	Yeni evli çocuksuz çiftler - Geç evlenmiş çiftler - İlk çocuğu geç olan çiftle - Çocuksuz genç boşanmışlar - Çocuklu genç boşanmışlar - Çocuklu orta yaşlı boşanmışlar - Evden ayrılmış çocukların geri döndüğü (boşanma, ekonomik nedenler vs.) aileler - Evlilik bağı olmaksızın birlikte yaşayanlar - Genç ve orta yaşta evlenmemişler - Eşi ölmüş dullar (Yazarlar yaşam dönemlerini birbiri peşi sıra gelecek şekilde değil diğerlerinin eksiklerini tamamlayacak şekilde sırasız saymaktadırlar.)
Duvall ve Hill, 1986	8	Yeni kurulmuş, çocuksuz aile - İlk çocuğu doğmuş, ilk çocuğu en fazla üç yaşında olan aile - Okul öncesi çağda (3-6) çocuğu olan aile - Okul çağında (6-16) çocuğu olan aile - Onlu (13-20) yaşlarda çocuğu olan aile - Çocukları evden ayrılmış aile - Ailemim orta yılları, boş yuva - Emeklilik
Carter ve McGoldrick, 1989	6	Bekar genç yetişkinlerin evden ayrılması - Evlilik yoluyla aileyi katılma; yeni bir çift oluşturma - Genç çocuklu aileler - Ergenleri olan aileler - Gençlerin evden ayrılmaya başlaması ve yer değiştirmesi - İleri dönemdeki aileler

Kaynaklar: Murphy ve Staples (1979), Carter ve McGoldrick (1999), Schiffman ve Kanuk'tan (2000) derlenmiştir.

Bazı sosyologlar genel olarak toplum içinde aileyi ele almış ve ailenin değişimini yakalamaya ve açıklamaya çalışmışlardır. Bazı sosyologlar da aile içindeki olayları ele alarak nedenlerini ve sonuçlarını incelemeye çalışmışlardır. Bu yaklaşımların dışında aileyi mikro bir bütün olarak ele alan ve bir tek ailenin değişimini konu alan çalışmalar ve ölçekler konusunda çalışma yapan araştırmacı sayısı nispeten azdır. Aileyi mikro bir bütün olarak ele alan bakış açısı ailenin bir yaşamının olduğunu ve yaşamı boyunca bazı işlevleri yerine getirdiğini varsaymaktadır. Aynı zamanda toplumsal ve ekonomik olaylardan etkilendiği gibi onları etkilediğini; aynı zamanda ailenin içindeki bireyleri etkilediğini ve onların da etkisine açık olduğunu da kabul etmektedir. Tüm bu özelliklerin ailenin yaşam süresini gösteren zaman çizgisi boyunca farklı değerler taşıdığı vurgulayan model ise “Aile Yaşam Döngüsü” olarak isimlendirilmektedir.

Temel değişkenler olarak, çocukların yaşları, ebeveynlerin yaşları, evliliğin yaşı, ebeveynlerin birlikte olma ya da olmama durumları baz alınarak oluşturulan Aile Yaşam Döngüsünün ayrı ayrı birimlerinin varlığı söz konusu olabilmektedir. Bundan sonraki bölümde bu döngünün her bir aşaması bir ölçek olarak ele alınmakta ve temel özellikleri nitel araştırmaya dayalı olarak tespit edilmeye çalışılmaktadır. Çalışmanın ilerleyen aşamalarında bu özellikler nicel araştırmalarla da doğrulanmaya ya da kontrol edilmeye çalışılmaktadır.



3. BÖLÜM

TÜRKİYE'DE AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK NİTEL ARAŞTIRMA

ARAŞTIRMADA UYGULANAN YÖNTEM

AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİ VE TEMEL ÖZELLİKLERİ

Çocuksuz Evliler

İlk Çocuk Okul Öncesi Dönemde

En Büyük Çocuğu İlköğretim Çağında

Yetişkin Çocuklu Aileler (En Büyük Çocuğu Ergenlik Çağında veya Daha Büyük Olan Aileler)

Başbaşa Kalma Yılları

Yalnız Kalma Yılları



ARAŞTIRMADA UYGULANAN YÖNTEM

Araştırmada öncelikle “Aile Yaşam Döngüsü”nün dönemlerini belirleyici olabilecek değişkenler literatürden araştırılmıştır (Özdemir ve diğerleri, 2009). Literatürde yer alan ve önemli çalışmaların özetlendiği tablo yukarıda verilmiştir. Literatürdeki değişkenler temel alınarak Aile Yaşam Döngüsü aşamalarını tespit etmek amacıyla yapılacak mülakatlarda kullanılmak üzere açık uçlu sorular belirlenmiştir. Bu açık uçlu sorularla birkaç mülakat yapılmış gerekli olmayan sorular ayıklanmıştır. Esas mülakatlar yarı yapılandırılmış olarak gerçekleştirilmiştir. Mülakat soruları aile yaşam dönemlerinin ne zaman başlayıp ne zaman bittiğini, dönemlerin sürelerinin yaklaşık ne kadar olduğunu, bu dönemlerde aile hayatını farklılaştıran önemli olay ve faktörlerin neler olduğunu ve bu dönemlere ilişkin tüketim harcamalarının neler olduğunu belirlemeye yönelik 54 sorudan oluşmaktadır. (Mülakat soruları EK-1’de yer almaktadır).

Mülakatlara kimlerin katılacağına seçiminde iki aşamalı bir yol izlenmiştir. Birinci olarak katılımcıların belirlenmesinde araştırmanın amaçlarının gerçekleştirilmesine katkı sağlayabilecek katılımcıların bulunmasına öncelik verilmiştir. Araştırmaya başlanırken öngörülen dönemlerin her birinin yeteri kadar temsil edilmesine dikkat edilmiştir. Örneğin, “nişanlı, çocuksuz evli, okul öncesi çağında çocuğu olan ailelerin temsilcileri” gibi kriterlere uygun katılımcıların bulunmasına dikkat edilmiştir. Özellikle aile yaşam döngüsünün ileri aşamalarını yaşamayanların bilemeyeceği varsayımıyla, “çocukların evden ayrılmasından sonra baş başa kalmış çiftler, yalnız kalmış kişiler” de araştırmaya dahil edilmiştir.

İkinci olarak ise her dönemi temsil edecek katılımcılar arasından kolaylıkla ulaşılabilecek katılımcılar seçilmiştir. Ankara, İstanbul, Trabzon, Antalya, Erzurum, Afyonkarahisar, Kırşehir ve Sakarya illerinden 57 adet mülakat yapılmıştır. Böyle bir konuda herkesle mülakat yapmak mümkün olmamakta ya da yapılan mülakatlarda yeteri kadar açık cevaplar alınamamaktadır. Bu nedenle mülakatların yapılmasında güvenilir ve rahat bilgi alabilmek için araştırmacıların iletişim kurmakta zorlanmayacağı aileler (araştırmacıların çalıştıkları illerden veya memleketlerinden) seçilmiştir. Gerekli durumlarda mülakatlarda daha çok bilgi alabilmek için yardımcı eleman-

lar kullanılmıştır. Araştırmacılarının üçünün de erkek olması nedeniyle bayanlarla yapılan mülakatlarda, iki adet bayan yüksek lisans öğrencisinden yararlanılmıştır. Mülakatların yazılı metinleri ve verilen cevaplar tekrar tekrar değerlendirilerek mülakatların genel bir değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu aşamadan sonra birbirini tekrar eden cevaplar alındığı için mülakatlara devam edilmemiştir. Bu şekilde Aile Yaşam Döngüsü dönemleri, dönemlere ilişkin bazı özellikler ve o dönemde gerçekleşen harcama kalemleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Bu araştırmanın başlangıcında araştırmacılar tarafından Türkiye’de AYD’nin 8 dönem olduğu varsayılmıştır. Mülakatların ilerleyen aşamalarında 6 dönemli bir AYD’nin Türkiye’deki aile yapısını daha iyi anlattığı kanaatine varılmıştır.

Yapılan mülakatların sayı olarak dönemlere göre dağılımı şu şekildedir. :Çocuk-suz ailelerden 7, en büyük çocuğu okul öncesi çağda olan ailelerden 7, en büyük çocuğun ilköğretim çağında olduğu ailelerden 8, en büyük çocuğun ergenlik döneminde ya da daha büyük olduğu ailelerden 13, çocukların evden ayrıldığı ve eşlerin babaşa kaldığı dönemi yaşayan ailelerden 8, eşi de ölmüş ve yalnız kalma yıllarını yaşayan ailelerden 9 ve nişanlılardan 5 kişi ile mülakat yapılmıştır. En büyük çocuğun ergenlik döneminde ya da daha büyük olduğu dönem başlangıçta ergenlik dönemi-iş/eş arama dönemi gibi iki döneme yarılmış ancak daha sonra bu iki dönemin birbirinden önemli derecede farklı tüketim özellikleri göstermemesi nedeniyle birleştirilmiştir. Ayrıca nişanlılık dönemi için yapılan mülakatlar, diğer dönemler için yapılan mülakatlarla birlikte değerlendirildiğinde, nişanlılık dönemlerinin iki tarafın yetişkin çocuklu dönemlerine ilişkin değerlendirmelerden çok farklı olmadığı ve nişanlı olan kişilerin yaptıkları harcamaların çoğunlukla kız ya da erkek ailesi olarak algılanan aileler tarafından yapıldığından, bu dönemin bağımsız bir dönem olarak ele alınmasından vazgeçilmiştir. Bu durumda nişanlılar ergenlik döneminde ya da daha büyük çocukları olan ailelerin içinde değerlendirilmiştir.

Mülakatlarda elde edilen veriler; aile yaşam döngüsünün temel değişkenleri olan, evlenme yaşı, ebeveynlerin yaşları, ilk çocuğun evliliğin kaçınıcı yılında olduğu, okul döneminde aile içinde ortaya çıkan değişimler, çocukların evlenme yaşları, iş ve eş bulma dönemlerine ilişkin arayışlar, yalnız kalma dönemlerinde aile içinde değişen aktiviteler, torunların algılanış biçimleri ve tüketim harcamaları ve tüketim kalemlerindeki değişimler asıl temalar esas alınmak suretiyle ve ağırlıklı olarak kullanılan kelimeler dikkate alınarak içerik analizine tabi tutularak analiz edilmiştir. Mülakatlar esnasında ayrıca, mülakat yapan kişi ve hane içine ilişkin gözlemler de destekleyici unsurlar olarak analizlerde kullanılmıştır. Veri analizinde verilere geri dönmek suretiyle analizlerin daha sağlıklı olmasına çalışılmış ve öte yandan araştırmacılar bir araya gelmek suretiyle de tek tek analiz ve gözlemlerin ayrıca birlikte analiz edilmesi ve değerlendirilmesi yoluyla veri analizine son şekli verilmiştir.

AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİ VE TEMEL ÖZELLİKLERİ

AYD'nin özellikle temel özellikleri ve her dönemdeki tüketim alışkanlıklarının belirlenmesini amaçlayan bu araştırmada mülakatlar sonucunda elde edilen yaşam döngüsü aşamaları ve temel özellikleri aşağıda ayrıntılarıyla verilmiştir. Buradaki bilgilerin tamamı araştırmacıların alan araştırması sonucu elde ettiği verilerden çıkarılmış bulgulardır.

1. Çocuksuz Evliler

Araştırmadan elde edilen verilere göre, evliliğin ilk dönemi ve düğünden hemen sonra gelen dönem “balayı” olarak değerlendirilmektedir. Geleneksel olarak düğün yapan ailelerde az yaşanan bir durum olan balayı gittikçe daha fazla yaşanmaktadır. Balayı çekirdek ailelerde ve yüksek gelir gruplarına mensup ailelerde yaşanan bir dönemdir. Birkaç gün süren bu dönem daha çok tatil ve eğlence niteliği taşımaktadır. Bu dönemde yapılan harcamalar yeni kurulan ailenin birlikte yaptığı ilk harcamalar niteliğini taşımaktadır.

Katılımcıların verdiği bilgilere göre, evlendikten sonra çocuksuz dönem çok sürmemektedir. “Toplumsal bir beklenti” evlendikten hemen sonra çocuk olması yönünde yeni çift üzerinde etkili olmakta, bir tür “baskı” kurmaktadır. Çiftler kendi fikirlerine bırakılsa belki daha sonra sahip olmak istedikleri ilk çocuğa “toplumsal baskı” nedeniyle evliliğin ilk yıl(lar)ında sahip olmaktadır. Bu baskı geniş ailelerde çok daha bariz olabilmektedir. Bunun sonucu olarak evlilikten sonra bir yıl içinde veya ikinci yılın içinde çocuk sahibi olunmaktadır. Yaşlı katılımcıların ifade ettiklerine göre toplumda “evlenir evlenmez çocuk sahibi olma durumu gittikçe azalmakta, çiftler çocuk sahibi olmayı evliliğin ilerleyen yıllarına bırakabilmektedirler”. Bu beklentinin dile getirilmiş olması bile bir baskı unsuru olarak değerlendirilebilir. İlk 1-2

yıllık dönemde yeni çiftlerin hayatlarında tüketim bakımından önemli sayılabilecek değişiklikler yaşanmaktadır.

Katılımcıların ifadelerine göre, çocuk olmadan yeni çiftler daha özgür bir ortam olduğunu düşünerek bekârlıktan evliliğe geçiş döneminde eğlenceye önem verebilmektedirler. Evliliğin çocuksuz döneminde, eşlerin önemli ölçüde eğlenceye para ve zaman ayırdıkları ifade edilmektedir. Eşlerin birbirlerine karşı sorumlulukları ve aile yuvasına karşı sorumlulukları bu dönemde hissedilmeye başlanmaktadır. Bekârlık döneminde kahvehanelerde oyun oynayarak vakit geçiren gençlerin evliliğin ilk dönemleriyle birlikte bu alışkanlıklarını azalttıklarını ya da tamamen terk ettikleri belirtilmektedir.

2. İlk Çocuk Okul Öncesi Dönemde

Katılımcıların ifadelerine göre, annenin ve babanın ilk çocuğa verdiği tepkiler farklı olabilmektedir. İlk çocuğun sağlığına yüksek hassasiyet gösterilmektedir. İlk çocuğun doğmasıyla birlikte, yuvanın merkezi olma noktasında “çocuğa doğru” bir odaklanma gerçekleşmektedir. Evde yenilen içilen şeyler, öncesine göre değişmekte, meyve sebze, doğallık ön plana çıkmaya başlamaktadır. Beslenme alışkanlıkları düzenli olmaya başlamakta, anne adayları çocuğa zararlı olabileceğini düşündüğü şeylerden kaçınmaya başlamaktadır. Örneğin sigaradan uzak durmaya çalışma, asitli içeceklerin azaltılması, çeşitli vitaminlerin alınması için yiyeceklerin çeşitlendirilmesi gibi.

Daha önce çocuğu olmuş katılımcıların deneyimlerine göre, ilk çocuk olduğunda çocuğun kullanacağı giysiler konusunda aile çevresinde büyük bir yardımlaşma duygusu bulunmaktadır. Daha önce kullanılmış olan çocuk eşyaları, bir dostluk ortamı içinde birbirlerine aktarılabilirken hesaplı ama işe yarar giysiler çocuğa hediye olarak hazırlanmakta, ayrıca aileye yakın olanlar tarafından çocuğa sevinmenin bir göstergesi olarak zaman zaman el emeği olan giysiler de çocuk için hazırlanabilmektedir. Ayrıca çocuğa yakınları tarafından verilen parasal değeri de önemli olan “hediye altınlar” çocuğun doğduğu günlerdeki maddi yükü hafifletebilmektedir.

Yeni evli bayanların giyimleri konusunda kendi gözlemlerine göre “bekâr bir bayanın giyimi, yeni evli birinin giyimi ve yeni anne olan giyimleri arasında” farklılık olmaktadır. Bekârken “spor” giyinen bir bayan nişanlanınca veya evliliğin ilk dönemlerinden itibaren tarzını “klasik” olarak değiştirmeye başlamaktadır. Çocuktan sonra anneler daha “anne” gibi giyinmeye başlamaktadırlar. Erkeklerin giyim tarzında buna benzer bir değişiklik gözlemi yoktur.

Evlilik öncesi kişisel bakım ürünlerinde “marka”ya dikkat eden eşler evlendikten sonra bu alışkanlıklarından önemli ölçüde vazgeçtiklerini ifade etmektedirler. Ayrıca satın alınan ürünlerin fiyatlarına olan hassasiyetin evlendikten sonra daha da arttığı

katılımcılar tarafından belirtilmektedir. Bu durum sorumluluğun artmasının bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Çünkü aile bütçesinin nereye harcanacağı konusunda daha çok özen gösterilebilmektedir.

Özellikle kadın katılımcıların ifadelerine göre, çiftlerin yeni yuvanın kuruluşunda farklı kültürlerden ve farklı ekonomik tabakalardan gelmeleri onları “birbirlerine uyumlu fakat her ikisi için de yeni tüketim ve davranış kalıplarına” zorlamaktadır.

İlk çocuğun erkek olması doğrudan söylenirse de istenen bir durumdur. Bir katılımcının ifadesi bunu net olarak göstermektedir: “Hastaneye gittiğimde soruyorlar ‘neyin var?’ diye. ‘kızım var’ dediğimde ise aldığım cevaplar ‘hımmm, iyi Allah başlasın’ veya ‘olsun, o da evlat’ olunca erkek çocuğu önemsediklerini anlıyorum”. Erkek çocukların önemsenmesinin ilk nedeni olarak da neslin erkek çocuk yoluyla devam ettiğine inanılmasıdır. Ayrıca “kız çocuklarının gelin olup gitmesi, erkek çocukların yaşlı ebeveynlere bakmakla sorumlu olacağı” gibi düşünceler de bu konuda etkili olabilmektedir.

Mülakatlarda belirtilen ifadelerle göre kişisel bakım ürünlerinin kullanımı konusunda şu şekilde davranışlar görülmektedir: Bekârlık döneminde kullanılan kişisel bakım ürünleri nişanlılık döneminde daha çok önemsenmeye başlanıyor ancak dönem fazla uzun olmadığından bu durum uzamıyor. Evlilik dönemi başladığında bu kişisel bakım ürünleri önemli ölçüde kişilere yetiyor ve bu durum göreceli olarak evliliğin ilk dönemlerinde kişisel bakım ürünlerinin daha az gündemde olmasını sağlıyor. Evlenmeden önce özellikle bayanlar kıyafetlerini kendileri alırken nişanlılık döneminde karar verme kriteri olarak “nişanlısının görüşlerini” ve “nişanlısının ailesinin görüşlerini” de dikkate almak zorunda kalıyor. Evlendikten sonra karı koca birlikte karar veriyorlar. Bir müddet sonra eşlerden her biri bağımsız davranıyormuş gibi gelmesine rağmen aslında eşinin de kriterlerine göre hareket edebilen aile üyeleri bu dengeyi koruyacak tarzda satın almalar gerçekleştiriyorlar.

Özellikle kendi imkânlarıyla çekirdek aileden oluşan bir yuva kurmaya teşebbüs eden gençlerin ifadesine göre evliliğin ilk yıllarında eşyalar için ve düğün için yapılan masrafların borçlarının kapatılması önemli gündem maddelerinden birini oluşturabiliyor.

Katılımcıların ifadelerinden ‘evlilikle birlikte satın alınan ürünlerde temel hareket noktasında “bireysel ihtiyaçlar ve istekler”den “ailenin ihtiyaçlarına” doğru değişim’ yaşandığı anlaşılıyor. Kadınlar için bekârlıkta giyim eşyası ve makyaj malzemeleri alışveriş merkezlerinde gözde ürünler iken; evlendikten sonra ev eşyaları ve ailenin birlikte kullanacağı eşyalar (mutfak eşyaları vb.) daha çok gündeme geliyor. Erkeklerde de “evde kullanılabilecek” elektronik eşyaların alınması evlilikten sonra daha çok gündeme geliyor.

Evlilikten sonra yaşanan değişim konusunda “her ne kadar sevdiği kişi ile evlense de önemli psikolojik problemler yaşadığını” söyleyenler bulunmaktadır. Özellikle

nişanlılık döneminde kendini kabul ettirmek için rol yapanların artık rol yapmayı bırakmaları durumunda, evlendiği kişinin gerçek yüzünü gören bazı eşler psikolojik şok yaşadığını ifade etmektedir.

Evliliğin ilk aylarında yeni yuvanın -özellikle ekonomik bir hedefin olmadığı durumlarda- harcamaları da düzensiz olabiliyor. Bu durum bir ekonomik hedef koyuncaya kadar sürebiliyor. Bir otomobil alma hedefi, ev alma hedefi ya da ilk çocuğun gündeme gelmesi durumunda aileler harcamalarına çeki düzen vermeye başladıklarını ifade ediyorlar.

İlk çocuğun gündeme gelmesiyle birlikte “annenin kıyafetlerinde” bir değişiklik olmaya başlıyor. Fakat bu durumun geçici olduğu düşünülerek fazla kıyafet harcamaları yapılmadığı ifade ediliyor. Ancak yine de özellikle doğuma yakın zamanlarda daha rahat ve özel kıyafetler gündeme geliyor. Bu anlamda sadece hamilelik döneminde giyilebilecek giysilerin üretilmesi önem kazanmaktadır. Modacıların, hamileliğin ilk dönemlerinden itibaren, sonraki aşamalarda da kullanılabilecek esnek bir yapıya sahip kıyafetleri tasarladıkları gözlenmektedir.

İlk çocuğun doğmasıyla birlikte beslenme alışkanlıklarında değişiklikler yaşamaya başlıyor. Çocuk doğduktan sonra, anne baba “kendisi için dikkat etmediği şeylere çocuk vesilesi ile dikkat etmeye” başlıyorlar. Örneğin bir anne şunu ifade etmektedir: “Hamilelik döneminde çayımı içmek için yemekten sonra iki saat beklemeye özen gösterdim. Saatime baktım iki saat geçmedikçe çay içmedim. Çünkü çay demir emilimini azaltıyormuş, çocuğumun demir eksikliği ile doğmasını istemedim”. Çocukların ilk zamanlarındaki kıyafetlerinin farkında olmadığı; çocuk çok hızlı büyüdüğü; günde birkaç kez değiştirmek gerektiği için mümkün olan en ucuz çocuk kıyafetlerini tercih eden aileler bulunuyor. Aileler ucuz çocuk kıyafetleri için semt pazarlarındaki tekstil bölümünden, ucuzluk reyonlarından ve halk pazarlarından alışveriş yaptıklarını söylüyorlar.

Katılımcıların belirttiklerine göre eğlenceye zaman ayırma çocuklarla birlikte ciddi biçimde azalıyor. Eğlencelere gitme konusunu ilk çocukla birlikte bir kez daha düşünmek gerekiyor. Çünkü çocukla birlikte gitme durumunda çocuğun etkilenmesi ve amacı gerçekleştirebilme imkânı sorgulanıyor. Doğal olarak eğlenceye ayrılan zaman ve harcamalarda azalma meydana geliyor.

İlk çocuğun gündeme gelmesiyle birlikte sağlık amacıyla zaman ve para ayırmaya başlayan aileler bulunuyor. Çocuk doğmadan önce yapılan sağlık kontrolleri, bilinçli olmak için yapılan programlara katılımlar, konuyla ilgili yayınların satın alınması ve okunması gibi değişiklikler oluyor. Bazı aileler çocuklarına hesap açtırıp onun adına tasarruf etmeye başladıklarını söylüyorlar.

Yeni anne olmuş bir kadın, “çocuktan sonra” kişisel bakımın ikinci plana düştüğünü ifade ediyor. Dolayısıyla bu kalemlere yapılan harcamalar azalıyor.

Dışarıda yemek yemeye çıkan küçük çocuklu ailelerin lokanta seçme kriterlerinden birisi de “çocuk için sağlanan kolaylıklar” (oyun salonu, kreş, bebek masası vb.) oluyor.

Katılımcıların çoğunda ilk çocuğun “erkek olması” ailelerin çoğu tarafından istendiği şeklinde bir algılama var. Ayrıca ailenin soyadının devam etmesinin erkek çocukların varlığına bağlı olduğu ve bunun için “erkek çocuk istendiği” şeklindeki bir algılama bulunmaktadır.

Katılımcıların ifadelerine göre, çocuk olduğunda daha önceki dönemlerde yapılmayan bazı harcamalar yapılmaya başlanıyor. Örneğin çocuk bezi alınıyor ve bu bez sıkça değiştiriliyor. Çocuğun beslenmesi için mamalar alınıyor. Bunlar başka dönemde alınmıyor. Bebe giysilerinin ötesinde bebek bakımını kolaylaştırıcı eşyalar (bebek arabası, anakucağı, bebek taşıma çantası, beşik, emzik, patik vs.) ve hizmetler (bakıcı gibi) bu dönemde satın alınıyor. Çocuk olunca onun ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olduğu düşünülen ürünler satın alınıyor. Örneğin ‘bir baba çocuğuna mamalarını daha güzel yesin diye “ayıcıklı kaşık” almış, çocuk aslında kaşığın da ayıcığın da farkında değil’. Ama baba kendisine hakim olamamış.

İlk çocukla birlikte deterjan kullanım alışkanlığı sorgulanıyor ve birçok aile çocuklarının giysilerini “sabuntozu” kullanarak yıkamak üzere yeni deterjan kullanma alışkanlıkları geliştiriyorlar.

İlk çocuk doğduğunda kendisi de yaşça küçük olan ailelerde ebeveynler de çocukla birlikte olgunlaştıklarını ifade ediyorlar. Çocuk dünyaya geldikten sonra anne baba arasındaki ilginin bir kısmı çocuğa kayıyor. Konuşma konularının başında “çocuk” geliyor. Bu durum bazen sorunların oluşmasına bazen de sorunların çözülmesine zemin olabiliyor.

İlk çocuğun isminin konulması konusunda gelenekselliğe yaklaşıldığı ölçüde aile büyüklerinden birinin isminin konulması yaygın olarak var. Bu durum ikinci üçüncü çocuğa doğru değişiyor ve ebeveyn çocuğa kendi istedikleri isimleri veriyorlar.

Katılımcıların çoğunda “her çocuk dünyaya kendi rızıyla gelir” anlayışı var. Bu nedenle çocuk gelen eve bereket de gelir diye inanılıyor ve maddi kaygılar çoğu zaman geri planda kalıyor.

Okul öncesi çağda çocuğu olan ailelerin erkek çocuk sahibi olması durumunda dini bir tören olarak “sünnet” yaptırılmaları gündeme geliyor. Sünnet birçok yerde bir “düğün” olarak kutlanıyor. Düğünde ise akrabalar, komşular ve arkadaşlardan oluşan çevreden gelen davetlilere yemekler ikram ediliyor. Gelenler de hediyeler getiriyorlar. Ama sünnet töreni ailenin bu yaşlardaki çocuklar için katlandıkları önemli bir masraf kalemini oluşturabiliyor. (Masraf kalemlerinin başlıcaları: Düğün yeri kirası, yemek, sünnet kıyafeti, sünnet yatağı). Sünnet çocuklarının ebeveynlerinin ebeveynleri bu tür düğünlerde önemli finansal katkılar sağlayabiliyorlar.

Oyuncaklara en çok ihtiyaç duyulan dönemin bu dönem olduğu belirtilmektedir. Çocuğun zeka gelişimi ve fiziksel gelişimini tamamlayabilmesi ve fazla enerjisini harcayabilmesi için çeşit çeşit oyuncaklar okul öncesi döneminde çocuklar için bir ihtiyaç olduğu düşünülüyor. Çocuk büyüdükçe daha enerjik hale geliyor. Yürümeye başlamasından itibaren ev dışında oynamaya ihtiyacı oluyor. Oyun parklarının da bu aşamadan sonra ihtiyaç olduğu ifade ediliyor.

Okul çağına kadar çalışan anne babalar için bakıcı ya da kreş bir harcama kalemi olarak ortaya çıkıyor. Yeni çiftin ebeveyninden bazıları bakıcılık işini gönüllü olarak üstlenebiliyorlar.

Bir anne “bu dönemde daha önce evde pişmeyen yemeklerin pişmeye başladığını” söylüyor. Buradaki temel kaygının ise çocuğun “farklı vitamin ihtiyaçlarını karşılaması ve yemek seçmemesi için” olduğunu ifade ediyor.

3. En Büyük Çocuğu İlköğretim Çağında

Katılımcıların çoğunun ifadesine göre en büyük çocuğun okula başladığı dönemde ailelerin “eğitim masraflarının arttığı” gibi bir algılama bulunmaktadır. Özellikle küçük yerleşim yerlerinde yaşayan ailelerin temsilcileri, “okula başlamanın çok da masraflı olmadığını” söyleyebiliyorlar. Öte yandan ailelerden birisinin temsilcisi de bu dönemde “kiranın yüksek geldiğini daha düşük kirali bir eve taşınmak istediğini” söylüyor.

Okula başlayan çocuk sosyalleşme adına önemli bir adım atıyor. Artık kendi çevresini oluşturuyor.

Ailenin kültürel aktivitelerini çocuğun ders çalışma zamanlarına göre ayarlama dönemi başlıyor.

Okul dönemine başlamış çocuklara harçlıklar verilmeye başlanıyor. Ayrıca okulda verilen ödevlerin bir kısmı, defter-kitabın dışında harcama gerektirebiliyor. Boya, özel kağıtlar vs. aile bütçesi içinde bu dönemde yer tutuyor. Okulda katılınan etkinlikler nedeniyle ailelerin bazı harcamalar yapması gerekebiliyor: Müzik korosuna katılım, folklor, bando topluluğuna katılım gibi durumlarda aletler ve özel kıyafetler gerekli olabiliyor.

Bir annenin ifadesine göre “çocukların fazla enerjisinden dolayı çok hareketli olduğunu ve bir yılda - yırtıklar, sökükler ya da kirlenmiş olma nedeniyle - dört defa önlük almak zorunda kaldıklarını” söylemektedir.

Okulun eve uzak olması durumunda çocuklarını servisle okula gönderen aileler, en yakındaki okula değil, biraz daha uzak da olsa özel okullara gönderen ailelerin sayısı gittikçe artıyor. Bu durumda okuldaki yemek ihtiyaçlarının karşılanması ve cep harçlıklarının önemi artıyor. Bu dönemde çocuk “kendine has beslenme alışkanlıkları” geliştirebiliyor. Anne babalar bu dönemde fast-food tarzı beslenme, kola-cips yiyerek öğünü geçiştirme durumlarına başladıklarını ifade ediyorlar.

Yetenekleri geliştirme amacıyla çocuklara aldırılan özel dersler, (müzik, yüzme, ata binme, spor) resmi eğitim formasyonuna destek olmak amacıyla çocukların gönderildiği dersaneler bu dönemde aile hayatına girmeye başlıyor.

Okul döneminde çocuğu olan aileler çocukların ihtiyaçlarından konuşmaya başlayınca kendi ihtiyaçlarını unuttuklarını ya da onların yanında önemsiz kaldığını belirtiyorlar.

4. Yetişkin Çocuklu Aileler (En Büyük Çocuğu Ergenlik Çağında veya Daha Büyük Olan Aileler)

Ailelerin bazıları bu dönemde ev almışlar. Ev alırken eşlerin ebeveynlerinin destekleri açıkça ifade ediliyor.

Bu dönemdeki çocukların kendine olan güvenlerini sarsmamak için aileler mümkün olduğunca düzenli olarak harçlık vermeye devam ediyorlar. Bu harçlık kişisel tüketim ürünlerini belirleyecek düzeyde olabiliyor. Bazı çocukların kendine özgü kişisel bakım ürünleri (jöle, parfüm vs.) satın aldıkları gözleniyor. Ergenlik döneminde çocuklarda marka düşkünlüğü başlıyor. Yedikleri, içtikleri ve giydikleri şeylerde marka seçiyorlar.

Bu yaşlardaki çocuklarla ilgili olarak anne babanın meslek ve çocuğun geleceği ile ilgili kaygıları ön plana çıkıyor. Katılımcı ailelerden biri çocuklarının okul yıllarında dersaneye kaydettirmiş, okul, dersane, servis, zaman kaybı olmasın diye daha merkezi bir yere taşınmışlar. Başka bir aile de 'geniş aile' içinde yaşarken çocukları başka bir ilde Anadolu lisesi kazandı diye evlerini taşımışlar ve 'çekirdek aile' olarak yeni bir hayata başlamışlar. Bu dönemde birçok ailenin hayatlarının merkezini "çocuğun geleceği ile ilgili kaygılar" (üniversiteyi kazanmasıyla, meslek edinmesiyle, evlenmesiyle ilgili) belirliyor.

Sınavlara yönelik çalışmaların yoğunlaştığı dönemlerde okulla birlikte dersaneyi de yürüten ailelerden bazıları, "çocuklarını zor gördüklerini" söylüyorlar. Çünkü çocuklar ders zamanlarının dışında kalan zamanların bir kısmını da arkadaşlarıyla geçiriyorlar. Dolayısıyla ebeveynler bu çağda "aile içi iletişim" için zaman bulamadıklarını ifade ediyorlar.

Çocuklar ergenlik döneminde asi ruhlu olmaya özeniyor. Ebeveynler çocukların ergenlik döneminde anne-babanın birer psikolog gibi düşünmesi ve davranması gerektiğini ifade ediyorlar. Bu durumda bu tarihlerden daha önce çocuk yetiştirme eğitimi almış olmaları gerekiyor.

Bu dönemde yapılan harcamaların alternatif maliyetleri bazı aileler tarafından hesaplanıyor ve ona göre hareket ediliyor. Bazı aileler şimdi yapılan 100 TL lik tasarrufun 10 yıl sonra yapılan tasarruftan daha değerli olduğunu düşünerek "şimdi tasar-

ruf" yapmaya çalışıyorlar. Bazı aileler ise şimdi 100 TL ile sağlanacak faydanın daha sonra 1000 TL verilerek sağlanamayabileceğini ifade ediyorlar. Bu düşünce farklılıkları bazı aileleri çok çalışmaya ve tasarrufa iterken, bazılarını ise içinde bulunduğu zamanı en iyi şekilde değerlendirmeye yönlendiriyor.

Tüm ailelerin ortak kanaati olarak ifade edilen bir düşünce var: "Daha küçük yaşlardaki çocuklarla okul çağlarındaki ve ergenlik çağlarındaki çocukların masrafı gözle görülecek derecede farklı oluyor. Çocukların yaşı ilerledikçe masrafları da artıyor."

Kız çocukların aileleri yavaş yavaş geleneklerine uygun olan "çeyizlerini dizmeye" başlıyorlar.

Okul çağlarından sonrada Türk aileleri çocuklarına sahip çıkmaya devam etme eğilimindedir. Yardımlar çocuklar kendi yuvalarını kuruncaya kadar kesilmiyor. Hatta birçok ailede evliliğin ilk yıllarında da önemli yardımlar yapıyor.

Yetişkin çocukların üniversite ve evlilik kaygıları ilk sıralarda yer tutuyor. Yetişkin çocuklara ilişkin annelerin planlarında bir belirginlik olmadığı anlaşılmaktadır. Yetişkin çocukların olduğu aile yaşam döngüsünde evlilik hazırlıkları bakımından nişanlılık ve düğüne ilişkin değerlendirmelerin ayrı birer alt başlık altında incelenmesinde yarar olduğu düşünülmektedir.

Nişanlı çocuğu olan aileler

Nişanlılık, evlilik kararının aileler tarafından onaylanması ve ailelerin tanışması aşaması anlamına gelmektedir. Bilindiği gibi, Türk kültüründe yeni kurulmakta olan aileler üzerinde ebeveyn ailelerinin oldukça büyük etkisi bulunmaktadır. Duygusal davranan genç çiftlerin kararları ailelerin rasyonel süzgecinden geçmektedir. Bazı durumlarda da aileler duygusal davranmakta ve evlenecek çiftler daha rasyonel davranabilmektedir.

Büyük bir ülke içinde yaşayan ve farklı etnik yapı, farklı din ve mezhepten gelen ailelerin çocukları da doğal olarak farklı kültürel atmosferler içinde yetişmektedirler. Kültürel olarak etkilendikleri değerler onların hayat bakışlarını ve dolayısıyla hayat-tayken üstlendikleri rolleri belirlemektedir. Seve seve kabul edebilecekleri, nefretle karşılayacakları olgular ve olaylar kültürel olarak kişileri farklılaştırabilmektedir.

Nişanlılık döneminde evlilik niyetini taşıyan çiftlerden her biri diğerini daha yakından tanımaya çalışır. Anlaşabilecekleri ve bir evliliği sürdürebilecekleri öngörülebilirse sonraki aşamalara geçilir.

Katılımcıların ifadelerine göre nişanlılık süresi gittikçe kısalmaktadır. Çekirdek ailelerde bu süre 3 aya kadar düşebilmektedir. Nişanlılık aşaması "tarafaların bir sözleşme yapmak üzere birbirleriyle müzakere yapmasına" benzetilmektedir. Her iki taraf sürekli olarak diğer tarafın davranışlarını gözlemleyerek onu tanımaya çalışmaktadır. Sevdikleri, sevmedikleri, örfleri, inançları bu aşamada gözlenmektedir.

Bu aşamada hediyeleşmek sıkça görülen bir olgudur. Gerek evlenecek çiftler gerekse aileleri gençlere hediyeler almaktadırlar. Bazı durumlarda nişanlılık döneminde gelenek olarak bazı hediyelerin alınması ya da verilmesi zorunlu olabilmektedir. Özellikle farklı kültürel atmosferlerden gelen ya da farklı ekonomik katmanlardan gelen ailelerin bu aşamadaki beklentileri yüksek sesle dile getirilmekte ve bazen bu durum gerginliklere yol açmaktadır. Bir ölçüde aileler “karşı tarafın hoşgörüsünü ve maddi gücünü” ölçmektedir.

Özellikle kız tarafı geleneklerinin bir gereği olarak pek çok şeyi istemektedir. Bu aşamada iken bazı aileler oğlan tarafı olarak “orta direk bir ailenin altından kalkamayacağı kadar büyük bir parayı” harcamak zorunda kalabilmektedir. Bu amaçla erkek çocuğu olan aileler daha önceden hazırlık yapmaktadır. Örneğin gelin kıza takılmak üzere altınlar hazırlanmakta ve ileride yapılacak bir nişan için evlenen gençlere “ödünç takılar” takılmaktadır. Evlenmekte olan bir gence takılan takı ödünç verilmiş olarak kabul edilmekte; daha sonra takının aynısı önce takıyı takan ailenin evlendirdiği gence takılmaktadır. Bu bir tür toplumsal yardımlaşma kurumu gibi işlemektedir. Aynı zamanda evliliğin maddi yükünün önemli bir kısmını çekme sorumluluğunu taşıyan erkek tarafına bir faizsiz kredi, taksit imkanını andırmaktadır.

Türk toplumunda, birkaç on yıl önce oğlan tarafının kız tarafına verdiği “başlık parası” bugün artık iyice azalmış bulunmaktadır. Ancak yuva kurulurken alınan “ev eşyaları”nın bedeli erkek tarafına ödetilmektedir.

“Davul bile dengi dengine” atasözü aile kurmak isteyen bireylerin farklı ekonomik ve sosyal statülere sahip olması durumunda problemler yaşayabileceğini anlatan bir sözdür. Nişanlılık dönemi karşılıklı olarak çiftlerin ve ailelerinin birbirlerini “ölçme-tartma” diye isimlendirilebilecek tanıma dönemidir. Dönemin uzaması stresi artırmaktadır. Evlilik olduktan sonra katlanılması gereken davranışlar nişanlılık döneminde “yol yakınken dönelim” mantığı ile ayrılıklara neden olabilmektedir. Bu nedenle aileler nişanlılık dönemini kısa süre içinde sonlandırmaya eğilimli olmaktadır. “Hayırlı işlerinizde acele ediniz” özellikle evlilik yapmaya hazırlanmış nişanlı çiftler için söylenmiş gibidir. Bu ilke toplum tarafından kabul görmüş ve uygulanan bir ilkeyi temsil etmektedir. Bu nedenle evlilik kararı alarak nişan takmış aileler gençlerin “yuva” kurması için zaman kaybetmek istememektedir. İlk fırsatta düğün merasimini de tamamlayarak “hayırlı iş” olarak isimlendirilen evliliği gerçekleştirmektedir.

Nişanlanma yaşı kızlarda ve erkeklerde farklı yaşlara karşılık gelmektedir. Genellikle erkeklerin evlenme yaşı kızların evlenme yaşından büyük olarak düşünülmektedir. Çoğu zaman kızların erkeklerden iki yaş daha küçükken nişanlandıkları ve evlendikleri gözlenmektedir. Burada neden olarak kızların daha erken yaşlarda ergenlik çağına girmiş olmaları etken olarak gösterilmektedir. Nişanlanma yaşı köylerde ve geleceğe bağlı ailelerde daha erken yaşlarda kentlere doğru gittikçe daha

ileri yaşlara doğru kaymaktadır. Köylerde kızlar için 15-16 yaşından itibaren nişanlılık dönemi gündeme gelirken; erkekler için 17-18 yaştan itibaren evlilik gündeme alınmaktadır.

Özellikle kentsel bölgelerde yaşayan gençler ailelerinin uymaya zorladığı geleneklerden daha bağımsız hareket ederek evlilik yaşını daha ileri yaşlara doğru kaydırmaktadır. Kızlar için nişanlanma yaşı şehirlerde 18 yaşını geçmekte, erkeklerde ise askerlik sonrasına kalmaktadır. Askerlik sonrasına kalan genç erkekler yaş farkını muhafaza etmek istemekte ve sonuç olarak 20-22 yaş civarındaki kızları da eş olarak tercih edebilmektedirler.

Nişanlanma ve evlilik yaşları gençlerin eğitim durumlarıyla da ilişkilendirilmektedir. İlköğretim mezunları daha genç yaşlarda evlilik kararı alırken lise mezunları daha ileri yaşlarda üniversite mezunları ise daha da ileri yaşlarda evliliği gündemlerine almaktadır.

Ayrıca çiftlerin maddi durumları da nişanlılık süresini uzatabilmektedir. Evlilik için gerekli maliyete katlanabilmek için uzun zaman gerekebilmektedir. Bu durum nişanlılık döneminin 2 yıla kadar uzamasına neden olabilmektedir.

Ailelerin tanışık olması durumu nişanlılık süresini kısaltıcı etki yapmaktadır.

Türkiye'nin doğusundan batısına doğru gittikçe nişanlanma ve dolayısıyla da evlenme yaşı ileri yaşlara doğru sarkmaktadır.

Son 50 yıllık zaman içindeki dönüşüm izlendiğinde de nişanlanma ve evlenme yaşlarının hem kırsal bölgelerde hem de kentlerde daha ileri yaşlara doğru kaydığı gözlenmektedir. Kentlerde hem kızlar için hem de erkeler için evlenme yaşı ortalaması 30'lu yaşlara doğru yaklaşmaktadır. Geçmişte evlenemedi, evlenmek için geç kaldı anlamında kullanılan "evde kalmak" deyimini geçerliliğini yitirmektedir. 50 yıl önce kızlar için 25 yaş "evde kalma" ile anlatılırken 2000'li yılların başlarında 25 yaş evlilik için normal kabul edilen bir yaş olmaktadır.

Nişanlılık döneminde çoğu kez aileler dini nikah kıymaktadır. Yuvanın kurulmasının manevi tarafının olduğunu ve kutsallığının olduğunu hissetirecek bu uygulamanın hukuki yaptırımlarının olmaması hem bir avantaj hem de bir dezavantaj olarak değerlendirilmektedir. Avantajdır, çünkü bu dönemde evlilik amacıyla görüşen çiftlerin daha rahat görüşebilmeleri için, geleneksel olarak kınanmaktan uzak kalabilmeleri için bir ortam sağlamaktadır. Ayrıca İslam inancına göre haram sayılacak bazı davranışlar evlenecek çiftler için böylece meşrulaştırılmış olmaktadır.

Nişan devresi içinde resmi nikah da kıyılabilen hukuki sonuçlarına çiftler katlanmak zorunda kalmaktadırlar. Örneğin nişan döneminde resmi nikah kıyan bir çift fiili olarak birlikte olmamalarına rağmen ayrıldıklarında resmen "boşanmış" olmaktadır. Bu durum erkek tarafı için nişandan dönmüş olarak açıklanırken kız tarafı için "boşanmış-dul" olması durumu oluşturmaktadır. Bu durum istenmeyen bir

durum da olsa meydana gelebilmektedir. Resmi nikahlı olan fakat nişanlı olan çiftlerin ayrılması durumunda ayrılma mahkeme kanalı ile olmakta ve tazminat ve mal paylaşımı yaşanmasını da zorunlu kılabilir. Bu iki durumda evlilik gerçekleşmediği halde ortaya çıkardığı ekonomik sonuçlardır.

Takılan ve çoğu zaman maddi değerinden çok sembolik anlamı önemli olan “nişan yüzükleri” genç çiftler için yeni bir dönemin başladığının somut göstergesi olmaktadır. Nişanlılık döneminde davranışların ve giyim tarzının değişmesi, çiftlerin daha olgun davranması, bekarken yaptığı bazı işlerden vazgeçmesi beklenmektedir. Örneğin kızlar artık giyimlerine sadece kendileri karar vermemekte eşinin ve eşinin ailesinin tepkilerini de önemsemek durumunda kalmaktadır.

Nişanlılık evresinin bitmesi evlenme ya da ayrılık şeklinde gerçekleşmektedir. Ayrılık durumu her iki taraf içinde bazı bedeller ödenmesini gerekli kılmaktadır.

Nişanlılık döneminin olumsuz olarak sonuçlanmasında ailelerin etkisi büyüktür. Anlaşmazlık olması durumunda aileler evlilikten çocuklarını vazgeçirmeye çalışmaktadırlar. Anlaşmazlık nedenlerinden birisi de bu dönemdeki “takılar”dır. Erkek tarafının kız tarafına taktığı takıların (yüzük, küpe, bilezik, bileklik, kolye, saat vb.) niteliği (burma olması, ağırlığı vb.) ya da niceliği (özellikle bileziklerin sayısı) gündeme gelerek anlaşmazlıklar oluşturabilmektedir. Ya da kız tarafının damat adayına aldıkları hediyelerin (saat, takım elbise, yüzük vb.) niteliği ya da niceliği bu duruma neden olabilmektedir.

Evlilik ile sonlanan nişanlılık mutlu son anlamına gelmektedir.

Türk toplumunda nişanlılık süresinin kısalmasının nedenlerinden birisi “flört” olarak isimlendirilen ve kız ve erkek gençlerin evlilik niyeti olmaksızın ailelerinden haberli ya da habersiz yaşadıkları arkadaşlık döneminin varlığının artması olarak kabul edilmektedir. Flört durumunda gençler birbirini tanımakta ve dolayısıyla nişanlılık döneminin beklenen fonksiyonlarını icra etmektedir. Flört, dini nikah ve resmi nikah gündeme gelmesizin olduğu için özellikle sosyal sonuçları gündeme gelmektedir. Ayrıca dini hassasiyeti yüksek aileler için manevi sonuçlarıyla da gündeme gelebilmektedir. Flört, önemli ölçüde nişanın yerine ikame edilmektedir. Flört olduğu zaman nişanlılık dönemi, gittikçe kısalmakta ve gittikçe daha artan oranda formalite haline gelmektedir. Bazıları tarafından nişanlılık, “görücü usulü” ile evlenme biçiminin getirdiği bir tür zorunluluk olarak da görülmektedir. Evlenme biçimi değiştikçe bu zorunluluk da biçim ve nitelik değiştirmektedir.

Katılımcıların çoğu “flörtün normal karşılanmasının gerekliliğini” vurgulamaktadırlar. Ancak söz konusu katılımcının kendi çocuklarıysa aynı rahatlıkla konuşmaktadırlar. Örneğin 65 yaşında dul bir kadın “flörtün normal karşılanabileceğini” ifade ederken, kendi kızları için “benim kızlarım böyle şey yapmaz” diyerek gururla anlatmaktadır. Yani “dışarıdan bakınca iyi bir şey ama bizim için değil” anlayışı var-

dır. Aileler erkek çocukların flört yapması durumunda daha normal karşılarken kız çocukları için aynı şeyi aynı rahatlıkla ifade edememektedir.

Gerek kız tarafı gerekse erkek tarafı nişanlılık süresince karşı tarafın gönlünü alabilmek için “bohça”lar hazırlamaktadır. Bohçalarda yakınlarla ve yeni kurulacak aileye hediyeler (seccade, çorap, havlu, çamaşır, gömlek vs.) bulunmaktadır. Bu ihtiyacın farkında olan bir meslek grubu yıllarca istenilen ürünleri tüketicilerinin ayağına götürmüş “bohçacı” ismiyle ün bulmuştur. Sonraları bohçacıların sosyal statüleri, alışverişte ya da sonrasında yaşanan problemler bohçacılarla olan ilgiyi azaltmıştır. Ayrıca ülkenin tekstil sektöründe hızlı ilerlemesinin bir sonucu olarak bohçacılarla bulunan tekstil ürünleriyle yetinmeyen Türk tüketicisi yavaş yavaş daha prestijli, iade-değiştirme kolaylığı sağlayan ve ödeme kolaylıkları sağlayan yerleşik esnaftan alışverişe dönmüştür. “Bohça hazırlama” geleneği form değiştirse de sürmektedir.

Sonuç olarak nişanlılık dönemi adı konulmuş ve fiilen var olan bir dönemdir. Bu dönem uzun ya da kısa olabilmektedir. Bu dönemin kısa olması ömür boyu unutulmayacak olayların yaşanmasına engel olmamaktadır. Bu nedenle Türk ailesi incelenirken bu dönemin de incelenmesinde fayda görülmektedir. Mülakatlardan elde edilen sonuçlara göre bu dönem normal şartlarda 3 ay ile 2 yıl arasında sürebilmektedir. Ancak zorunluluklar bu süreyi uzatabilmekte ya da kısaltabilmektedir. En sık rastlanan durum ise 3-6 ay süren bir nişanlılık dönemidir.

Nişanlılık döneminde yapılan harcamaların genel amacı “karşı tarafı mutlu etmek” olarak özetlenmektedir.

Birçok bölgede düğüne yakın zamanda gelin kız çarşıya çıkartılarak onun istedikleri alınmaktadır. Anadolunun birçok bölgesinde var olan geleneklere göre “çarşıya çıkma”, “pazarlık bozma” gibi adlarla anılan bu özel alışveriş durumunda erkek tarafının finansörlüğünde alışveriş yapılmaktadır.

Nişanlılık dönemi ile ilgili olarak konuşan katılımcıların “yaşları” ya da “evlilik üzerinden geçen süre” ilerledikçe nişanlılık hakkında daha az konuştukları gözlenmiştir. Bu noktada geçen süreye bağlı olarak unutmamanın söz konusu olabildiği söylenebilir.

Düğün

Geleneksel olarak yapılan ve evlilik merasimi olarak özetlenebilecek düğünler evlilik öncesinden evliliğe geçiş kapısıdır. Tüm evli çiftler bu kapıdan geçerler.

Evlilik töreni ya da düğün aile hayatının bir dönemi olarak değerlendirilmemektedir. Çünkü 1-2 gün en fazla önüyle sonuyla 1 hafta sürmektedir. Evlilik hazırlıklarıyla birlikte bunun daha uzun süreler aldığı da olmaktadır. Hatta bazı evliliklerde düğün hazırlıkları aylar öncesinden başlayabilmektedir. Düğün, kurulan yuva için bir tür genel duyuru niteliği, mutlu günü paylaşma niteliği taşımaktadır.

Tablo 4. Düğünlerde Satın Alınan Eşyaların Listesine Bir Örnek

MOBİLYA VE AKSESUARLAR Ayakkabı dolabı Banyo dolabı Çalışma masası Gardrop Gazetelik Kütüphane Mutfak masa ve sandalyeleri Oturma grubu Sehpa takımı Televizyon sehпасı Vestiyer Vitrin Yatak odası takımı Yemek odası takımı	DEKORATİF AKSESUARLAR Abajurlar Aynalar Dekoratif koltuk üstü örtü ve yastıkları Dekoratif mumlar Duvar ve masa saati Halı ve kilimler Perdeler Vazo ve resim çerçeveleri	BEYAZ EŞYALAR Aspiratör Bulaşık makinesi Buzdolabı Çamaşır makinesi Fırın Şofben Ütü
ELEKTRONİK VE ELEKTRİKLİ EŞYALAR Elektrik süpürgesi Müzik seti Saç kurutma makinesi Telefon Televizyon	TEKSTİL ÜRÜNLERİ Ayak havlusu Battaniye Bornoz takımı Duş perdesi El ve yüz havluları Günlük yemek örtüsü ve peçeteleri Havlu Klozet takımı Lif, kese ve sabunluk Makine örtüsü Nevresim takımları Özel günler için yemek örtüsü Pike Seccade Sehpa örtüleri Vücut havluları Yastık Yastık kılıfları Yatak örtüsü Yorgan	MUTFAK GEREÇLERİ Baharat takımı Çaydanlık Erzak kavanozları Fırın tutacağı Güveç kapları Kek kalıpları Saklama kapları Sebze sepetleri Tencere takımı Yemek önlüğü Yumurta fırçası Çay bardakları Kahve fincanları Su bardakları İkram bardakları
SERVİS PARÇALARI Ekmek sepeti Kaseler Kek tabağı Pasta tabağı Peçetelik Peynir tabağı Servis tepsileri Şekerlik Tabaklar		EV GEREÇLERİ Çamaşır kurutmalığı Çamaşır sepeti, ipi ve mandalı Paspas Süpürge ve faraş Ütü masası

Sembolik değeri bir hayli yüksek olan düğünler hem kız tarafı için hem de erkek tarafı için önemli harcamalara neden olmaktadır. Aile yaşam döngüsünün bir aşaması olarak kabul edilmese de bu dönemin harcamalarının da ayrıca ele alınmasında fayda bulunmaktadır. Ancak yörelere göre farklı düğün törenleri ve geleneksel nedenlerle yapılan harcamalar farklılaştığı düşünüldüğünde bu konunun aile yaşam döngüsünün başladığı bir aşama olarak ayrıca ele alınmasında da fayda görülmektedir.

Nişanlılık döneminden evlilik dönemine geçerken düğünde alınması zaruri eşyalar bulunmaktadır. Yöreye göre bunların miktarı değişebilmektedir. Ayrıca hangi eşyayı kimin alacağına dair gelenekler belirleyici olmaktadır. Düğünlerde satın alınması söz konusu olan ürünler tabloda sıralanmıştır.

Yukarıdaki eşyalar bir evin kurulması için gerekli eşyaları oluşturmaktadır. Özellikle mutfak eşyaları ile ev tekstili ürünleri kız tarafının çeyiz olarak hazırladığı eşyalardan oluşmaktadır. Giyim eşyaları çiftlerin kendi imkanlarıyla ve karşılıklı hediyeleşmelerle sağlanmakta, dekoratif malzemeler konusunda çevreden gelen hediyeler tamamlayıcı olmaktadır. Evde kullanılacak mobilya, beyaz eşya gibi daha dayanıklı ve pahada ağır olanlar ise erkek tarafının sorumluluğu olarak görülmektedir. Ancak bunların zamana, yere eğitim durumuna ve ailelerin maddi durumlarıyla yeni kurulacak aileyi destekleme isteklerine ve gücüne göre bu durum değişkenlik göstermektedir.

Zaman ilerledikçe çiftler kendi imkanlarıyla yukarıdaki tabloda yer alan eşyaları tamamlama durumuyla karşı karşıya kalmaktadırlar. Buna neden olarak ailelerin maddi güçlerinin yetersizliği, ailelerin evliliği desteklemek istemeyişleri, anne babadan uzak yerlerde evlenme gibi nedenler olabilmektedir. Bu durumlarda listede bulunan eşyalar için borçlanmalar, uzun süreli taksit ödemeleri gündeme gelebilmektedir.

Düğünlerde mekan kiralamak önemli bir maliyet kalemini oluşturmaktadır. Ev düğünlerinde bu maliyetten kaçınmak mümkünken, salon düğünleri, kır düğünleri, otel düğünleri tek başına özel bir maliyet kalemini oluşturmaktadır.

5. Başbaşa Kalma Yılları

Başbaşa kalma yılları evlilikten 20-25 yıl sonra başlıyor. Yetişkin ebeveynler 50-55 yaşlarında çocukları yuvadan uçurup baş başa kalmaya başlıyorlar. Bazı ailelerde bu yaş 40 yaşına kadar inebiliyor. Bu durum evlenme yaşıyla ve çocuk sayısıyla ilgili bir durumdur. Bazı durumlarda bu dönemin sınırı 60 yaşına kadar gecikebiliyor. Başbaşa kalma yaşlarına bağlı olarak ebeveynin hayatın içinde yer almaları durumu da değişiyor. İş hayatı, emeklilik, sağlık durumu bundan sonraki hayatını nasıl geçireceğini önemli ölçüde belirliyor.

Bazı ailelerde başbaşa kalma döneminde ev dışında geçirilen vakit artıyor. Çocukların yanına, tatil yörelerine, inançla ilgili turizme (hac, umre) bu dönemde daha çok zaman ayrılıyor. Doğal olarak maddi kaynaklar da ayrılmış oluyor. Bir aile “bir kez hacca dört kez de umreye” gittiklerini ifade ediyorlar.

Başbaşa kalmış dönemde, kadınlar eş dost komşu ile vakit geçirirken, erkeklerin ise daha çok dine yöneldiğini ifade edenler var. Örneğin gençken camiye gitmeyenlerin artık camiye gittikleri ifade ediliyor.

Bu dönemde torunların anlamı büyük oluyor. Büyük ebeveynler, torunlara yönelik harcamalar yapmaktan kaçınmıyor. Yalnız kaldıktan sonra torunlara olan düşkünlük artıyor. Bir kadın durumu şöyle ifade ediyor: “Annemle babam yalnız kaldılar. Babam her gelişinde ellerini dolduruyor. Yüzüme karşı da ‘sizin için değil,

torunlarım için aldım' diyor." Çocuklarına yasakladıkları abur cuburu torunlarına alanlar, torunlarına çokça oyuncak alan dedeler ve nineler haline gelebiliyorlar.

Başbaşa kalma yıllarında aynı zamanda emeklilik de gündeme gelebiliyor.

Bu yaşlarda dikkat çekici bir harcama kalemi olarak "sağlık" konusu ortaya çıkıyor. 30 yaşında bir erkek yalnız kalan anne babalarının tüketimlerindeki değişikliği şöyle ifade ediyor. "Anne babam, şifalı otlara düştüler, ev aktara döndü. Kadın erkek ev gezmelerine daha çok gidiyorlar. Komşularla irtibatı koparmıyorlar. Annem günlere gidiyor. Orada diğer kadınların sattığı şeyleri alıyor. Babam şöyle müstakil, bahçeli bir evimiz olsa da çocuklar rahat oynasa diyor. Annem de bahçeye domates, fasulye ekme hayali kuruyor".

Başbaşa kalma yıllarında tüketimde bir isteksizlik olduğu söyleniyor. 55 yaşında eşiyile yalnız kalmış bir kadın "çocuklar evden gidince hayatımız monotonlaştı, kurslara gidiyorum, ahşap boyamaya gittim, yağlı boya, rölyefe gidiyorum" diyor. Aynı kadın önce kızının evinde daha sonra oğlunun evinde bir süre kaldıklarını söylüyorlar. Pazara sebzelerin ucuzladığı saatlerde giderek gıda alışverişlerini yaptıklarını ifade ediyor.

Dört çocuğun dördünü de evinden göndermiş bir kadın "farkında olmuyorum, eskisi kadar yemek yapıyorum, yemekler artıyor" diyor. Başka bir kadın ise çocukları geldiğinde daha fazla çeşit yemek yaptığını söylüyor. Çocuklarına ise "sayenizde biz de yemek yiyoruz" diyor.

Çiftlerin yaşları ilerledikçe karar vermede birbirlerinin kriterlerini daha iyi anlamış olabiliyorlar. Bazı konularda uzmanlaşmalar gerçekleşebiliyor. Örneğin kıyafet alma konusunda çoğu zaman erkekler kadına danışarak satın almalarını gerçekleştiriyorlar.

Ortalama kadın ve erkek yaşları ile birlikte düşünüldüğünde başbaşa kalma yılları 10-15 yıl süren bir dönem olduğu görülebiliyor. Eğer anne-babanın süregelen bir işleri yoksa büyük bir boşluğa düşüyorlar. Üstelik bu oldukça uzun süren bir boşluk dönemi oluyor. Anne babalar bu döneme hazırlık yapmış olmuyorlar.

Çocukları evden gönderen bir çift dördüncü kata inip çıkmanın zor olduğu gerekçeyle evlerini satmışlar ve asansörlü başka bir binadan ev satın almışlar.

6. Yalnız Kalma Yılları

Katılımcılar tarafından, yalnız kalan çiftler arasında erkeklerin yeniden evliliğinin daha erken olduğu ifade ediliyor. Kurucusu yalnız kalan ailelerde kadınların daha uzun yaşadığı gözleniyor. Yaşlı kadınlar arasında eşi öldükten sonra 10-15 yıl yaşayanlara sıkça rastlanıyor. Bu durumun bir başka açıklaması da kadınların erkeklere oranla evlenme yaşının daha küçük olması olarak açıklanıyor. Evli çiftin ikisi de 65 yaşında ölmüş olsa bile kadınla erkek arasında 4 yaş fark varsa, kadın erkekten

4 yıl sonra ölmüş oluyor. Yalnız kalma yılları da eşin ölümünden itibaren 5-10 yıl veya daha fazla olabiliyor. Çoğu kez bu döneme ilişkin de bir planlama yapılmamış oluyor.

Yalnız kalınca özellikle kadınlar bazı işleri kendileri yapamıyorlar. Bu nedenle yaşlılara yönelik hizmet yatırımları oldukça anlamlı ve önemli hale gelebiliyor. Örneğin bir belediye, “yaşlıların evlerindeki sıhhi tesisat işlerini belediye hizmeti” olarak sembolik bir ücrete yapıyor. Bu durum yalnız yaşlılar için oldukça değerli bir hizmet olarak görülüyor.

Sağlık nedenleriyle ve fizyolojik nedenlerle yaş ilerledikçe “hafif yiyecekler yeme” istenen bir durum haline geliyor. Sebze yemekleri, hazmı kolay yiyecekler ve sade yiyecekler tercih edilir hale geliyor.

Yalnız kalınca kefen parası diye, ya da çocuklarımıza kalsın diye tasarruf edenler oluyor.

Katılımcılardan birisi yalnız kalmış iki kadını kıyaslıyor. “Biri tamamen içine kapandı, sürekli televizyon izliyor. Diğeri ise dışa dönük, hep akrabalarını ziyaret ediyor”. Bu dönemde yaşayan insanların “hayır, hasenat işlerine” de para ayırdığı belirtiliyor. Yaşlı insanlardan bazılarının öğrencilere okumaları konusunda yardımcı olmak amacıyla “hayır” niyetine “burs” verdikleri gözlenebiliyor.

4. BÖLÜM

AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİ, AİLELERİN TEMEL VE TÜKETİM ÖZELLİKLERİ: NİCEL ARAŞTIRMA

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEM

ÖRNEKLEM

ANALİZ YÖNTEMİ

YENİ EVLİ ÇOCUKSUZ DÖNEM

EN BÜYÜK ÇOCUK OKUL ÖNCESİ ÇAĞDA

EN BÜYÜK ÇOCUK İLKÖĞRETİM ÇAĞINDA

YETİŞKİN ÇOCUĞU OLAN AİLELER

ÇOCUKLAR EVDEN AYRILMIŞ EŞLER BAŞBAŞA KALMIŞ

EŞ ÖLMÜŞ, YALNIZ KALINMIŞ (YALNIZ KALMA YILLARI)



AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİ, AİLELERİN TEMEL VE TÜKETİM ÖZELLİKLERİ: NİCEL ARAŞTIRMA

Aile yaşam döngüsünün Türkiye'deki aşamaları ile bu aşamalara ilişkin karakteristik özellikler ile tüketim harcamalarının genel bir analizine odaklı bu çalışmada, nitel araştırmadan elde edilen bulgulardan hareketle sonuçların genellebilirliği ve ilgili literatüre katkı açısından geniş bir örneklem üzerinden ölçmeyi amaçlayan nicel bir araştırma kaçınılmazdır. Aşağıda, bu amaçla gerçekleştirilen nicel araştırmanın yöntem ve bulguları ayrıntılı olarak sunulmaktadır.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEM

Araştırmada, ilgili literatür ile nitel araştırma bulgularının dikkate alınması yoluyla, aile yaşam döngüsünün temel değişkenleri ve tüketim harcamalarındaki değişimin ortaya konabilmesine yönelik olarak, literatürde var olan ve kabul gören aile yaşam döngüsü dönemlerinin doğrulanması ya da yanlışlanmasını esas alan *tanımlayıcı yöntem* kullanılmıştır. Tanımlayıcı araştırma yöntemi, geçerlilik ve güvenilirliği test edilmiş bir araştırma konusuyla ilgili olarak, benzer değişkenler ya da boyutların farklı kültürler ya da örneklem için test edilmesini amaçlar.

Araştırmada kullanılan anket formu, (EK-2) **araştırmacılar tarafından bu araştırmaya has** olarak oluşturulmuştur. Formun oluşturulmasında yapılan literatür taramasında elde edilen teorik bilgilerin yanı sıra daha önce yapılan nitel araştırmalardan elde edilen bilgilerden yararlanılmıştır. Anket formu geliştirildikten sonra veri toplama öncesinde pilot uygulama yapılmış ve gerekli son düzenlemelerden sonra anket formuna son hali verilmiştir.

Anket formu birkaç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde anket formunda aileyi tanımaya yönelik sorular yer almaktadır. Burada ailenin hangi yaşam döneminde olduğunun tespit edilmesinin yanı sıra aileyi daha yakından tanımaya dönük çok sayıda soru yer almaktadır. Ailenin kurucuların temel özellikleri ile çocukları hakkında çok sayıda soru yer almaktadır. Bu soruların amacı bir dönemdeki ailelerin ortak özelliklerinin tespit edilmesinde kullanılmaktadır. Ayrıca Bu özelliklerin hangisinin tüketime nasıl yansındığını bulmak üzere bu sorulara gereksinim duyulmuştur.

İkinci grup sorularda ailelerin tüketim özelliklerinin tespitine yönelik bir dizi soru yer almaktadır. Bu sorularla ailenin gelir özellikleri, belirlenen kalemler için yapılan aylık ortalama harcamaları, yapılan harcamalarda karar veren kişilerin kimler olduğu ve ayrıca tüketim kalemlerinin her birisi için seçme kriteri olarak nelerin kullanıldığının tespit edilmesine yönelik olarak sorular eklenmiştir.

Araştırmada kullanılan veriler Kasım/2009 – Mart/2010 aylarında olmak üzere beş aylık bir sürede toplanmıştır. Verilerin toplanması, alan araştırmasında deneyimli profesyonel bir araştırma firması tarafından gerçekleştirilmiştir.

ÖRNEKLEM

Her gruptan yeterli sayıda karşılaştırma yapabilecek örnek elde etmek amacıyla 3000 adet veri toplanması hedeflenmiştir. Benzer bazı çalışmalar için TÜİK'in örneklem sayıları ve araştırma bütçesi çerçevesinde anakütleyi temsil yeteneği sağlanacak bu büyüklükteki bir örneklemin araştırmanın amacı bakımından uygun olacağı düşünülmüştür. Aşağıdaki örneklem tablosundan da görüleceği üzere, anakütleyi temsil yeteneğinin sağlanmasına mümkün olduğunca özen gösterilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla veri toplama işi yapan bir işletmeden verilerin toplanması, kodlanması ve bilgisayarlaştırılması hizmeti satın alınmıştır. Veriler bu şirketin profesyonel anketörleri tarafından hanehalkının adreslerinden yüz yüze toplanmıştır. Verilerin toplanmasında sadece illerin şehir merkezleri değil ilçelerinden de veriler toplanması sağlanmıştır.

TÜİK 2008 Yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Verilerine Göre Hesaplanmıştır

TÜİK'e göre bölgeler	Bölgeleri oluşturan iller	TÜİK 2008 Verilerine Göre		Araştırma Örneklemi	
		Bölgeden alınacak örnek sayısı	Toplam Nüfus içindeki %'si	Örnek Sayısı	İlden alınan örneğin toplam örnek içindeki %'si
İstanbul	İstanbul	534	17,8	434	14,4
Ege	İzmir, Aydın, Denizli, Muğla, Manisa, Afyon, Kütahya, Uşak	393	13,1	319	10,6
Akdeniz	Antalya, Isparta, Burdur, Adana, Mersin, Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye	381	12,7	427	14,2
Güneydoğu Anadolu	Gaziantep, Adıyaman, Kilis, Şanlıurfa, Diyarbakır, Mardin, Batman, Şırnak, Siirt	309	10,3	382	12,7
Batı Anadolu	Ankara, Konya, Karaman	282	9,4	402	13,4
Doğu Marmara	Bursa, Eskişehir, Bilecik, Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova,	276	9,2	314	10,4

Batı Karadeniz	Zonguldak, Karabük, Bartın, Kastamonu, Çankırı, Sinop, Samsun, Tokat, Çorum, Amasya	189	6,3	154	5,1
Orta Anadolu	Kırkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir, Kayseri, Sivas, Yozgat	159	5,3	132	4,4
Ortadoğu Anadolu	Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli, Van, Muş, Bitlis, Hakkari	153	5,1	164	5,5
Batı Marmara	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli, Balıkesir, Çanakkale	129	4,3	103	3,4
Doğu Karadeniz	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane	105	3,5	86	2,9
Kuzeydoğu Anadolu	Erzurum, Erzincan, Bayburt, Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan	90	3	89	3,0
Toplam		3000	100,0	3006	100,0

Sadece bölgeler değil Aile Yaşam Döngüsü dönemlerinin de gerçeğe yakın olarak temsil edilmesini sağlamak amacıyla TÜİK 2006 yılı Hanehalkı Bütçe Araştırması veri setinden hane halklarının Aile Yaşam Döngüsü dönemlerine dönüştürülmesi işlemi yapılmıştır. Farklı kategoriler ve kriterler kullanıldığı için tam olarak bu gerçekleşmiş olmasa da yaklaşık oranlar bulunarak karşılaştırma yapmak amacıyla her dönemden alınması gereken örnek sayısı tahmini olarak belirlenmiştir. Toplanan verilerin bu oranlarla karşılaştırıldığında yaklaşık değerlere sahip olduğu görülmüş ve analize devam etme kararı alınmıştır.

Tablo 5. Aile Yaşam Dönemlerine Göre Örneklerin Dağılımı

	TÜİK 2006 verileri*		Araştırma Örneklemi	
	Sayı	%	Sayı	%
Yeni evli çocuksuz	150	5	201	6,7
En büyük çocuk okul öncesi çağda	726	24,2	683	22,7
En büyük çocuk ilköğretim çağında	693	23,1	668	22,2
Yetişkin çocuklu aile	1008	33,6	1143	38,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	333	11,1	243	8,1
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	90	3	68	2,3
Toplam	3000	100,0	3006	100,0

*TÜİK verileri hane halkı verileri olarak sunulmaktadır. Hanehalkını da 18 ayrı kategoride değerlendirmektedir. Hane halkı verilerini AYD dönemlerine dönüştürme işlemleri yapılmış ve 3000 kişilik kotaya göre oranlar hesaplanmıştır. Bu hesap, -dönüştürme tam olarak yapılamadığı için- sadece kıyaslamada kullanılacak yaklaşık oranları göstermektedir.

ANALİZ YÖNTEMİ

Analizde öncelikle her bir yaşam döneminin temel özelliklerini daha iyi anlamak için o dönemin özellikleri tanımlayıcı istatistiklerle verilmiştir. Daha sonra her bir dönemin tüketim özellikleri, gelir özellikleri, tüketim harcamaları, harcama kararında etkili kişiler ve harcama kararında etkili olan kriterler başlığı altında o döneme ait özellikler belirlenmiştir.

Daha sonra her bir dönemin özellikleri diğer dönemlerin özellikleri ile karşılaştırılarak farklılıklar vurgulanmıştır. Harcamalarla ilgili farklılıkların tespitinde tek yönlü varyans analizi, karar verici kişilerin ve kriterlerin karşılaştırılmasında ise ki-kare testi kullanılmıştır.

Araştırmada nitel bölümde bulunan 6 aile yaşam dönemi olduğu tespit edilmişti. Bu tespitin sayısal verilerce de desteklenip desteklenmediğini test etmek üzere 3 kez her bir döneme ait ortalama harcamalar Tek Yönlü Varyans Analizi ile (LSD Testi) test edilmiştir. 6 aile yaşam dönemi olduğu varsayılarak yapılan testte 13 tüketim kaleminde farklılık olduğu bulunmuştur. Aile yaşam döngüsünün 4 dönem olduğu varsayılarak aynı analiz tekrar edilmiş ve bu kez 5 tüketim kaleminde farklılık olduğu görülmüştür. Aynı analiz 8 aile yaşam dönemi için de yapılmış ve bu kez de 5 tüketim kaleminde farklılık olduğu görülmüştür. Yapılan bu üç testin sonuçları Ek-3'te yer almaktadır.

Araştırmamızda dönemler arası farklılıkları bulmak esas olduğu için ve 6 dönemli aile yaşam döngüsü en çok farklılığı ortaya çıkardığı için aile yaşam döngüsü 6 dönem olarak kabul edilmiştir.

1.YENİ EVLİ ÇOCUKSUZ DÖNEM

Ailenin Genel Özellikleri

Evli ve çocuksuz ailelerin evlilik yaşları aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Bu tabloya göre örnekleme de yer alan ailelerin %79,1'i 5 yıldan daha az süredir evli bulunmaktadır. Evli ve çocuksuz olanlar içinde 40 yıldan fazla süredir evli olanlar da yer almaktadır. Evlilik yaşı 16 yıl ve daha fazla olan ailelerin toplam içindeki oranı %4,7'dir. Araştırmada evli çocukları olmuş ve evlilik, eğitim veya iş gibi nedenlerle evden ayrılarak yuvayı terk etmiş ve yuvada iki kurucudan başka kalmamış aileler ilerleyen bölümlerde analiz edilmektedir. Buradaki aileler çocuğu olmayan aileleri temsil etmektedir.

Tablo 6. Evlilik Yaş Grupları

	Sayı	%
1-2 yıllık evli	105	56,1
3-5 yıllık evli	43	23,0
6-10 yıllık evli	18	9,6
11-15 yıllık evli	12	6,4
16-20 yıllık evli	3	1,6
21-25 yıllık evli	3	1,6
31 yıl ve daha fazla yıldır evli	3	1,5
Toplam	187	100,0

Evli ve çocuksuz ailelerde çocuksuzluğun nedenini açıklayan tablo aşağıda yer almaktadır. Buna göre çocuksuzluğa neden olarak gösterilenler arasında en büyük oranı “eş ile baş başa kalma, gezme eğlenme” seçeneği oluşturmaktadır. Bunu “ekonomik nedenler, sağlık sorunları ve eşi daha iyi tanıma ve kariyer” gibi nedenler izlemektedir. Bu tür neden gösteren ailelerin kurcuların çoğu lise ve üniversite eğitimi almış kişilerden oluşmaktadır.

Tablo 7. Çocuksuzluğun Nedeni

	Sayı	%
Sağlık/fizyolojik sorunları	27	18,2
Kariyer nedeniyle erteleme	18	12,2
Askerlik nedeniyle erteleme	2	1,4
Ekonomik nedenler	33	22,3
Eşle baş başa olma isteği/gezme-eğlenme	49	33,1
Eşi daha iyi tanıdıktan sonra	19	12,8
Toplam	148	100,0

10 yıldan daha fazla çocuksuz kalan ailelerin çocuksuzluğunun temel nedeni sağlık sorunları olarak ifade edilmektedir. Diğer sorunlar 11. yıldan sonra gerekçe olarak gösterilmemektedir.

Ailelerin çok büyük bir çoğunluğu (% 80,6)sı kendileri tanıştıktan sonra aile büyüklerinin de onaylarını alarak evlendiklerini ifade etmektedir. Aile büyüklerinin kararıyla ve kendisinin de rızası alınarak evlenenlerin toplam içindeki oranı da %9,5'tir.

Tablo 8. Evlenme Biçimi

	Sayı	%
Aile büyüklerinin kararıyla-görüşüm alınmadan	12	6,0
Aile büyüklerinin kararıyla-görüşüm alınarak	19	9,5
Kendimiz tanışarak-Aile büyüklerinin onayıyla	162	80,6
Kendimiz tanışarak/Aile büyükleri istemediği halde	8	4,0
Toplam	201	100,0

Aile büyüklerinin kararıyla çocukların görüşleri alınmadan evlenenler de bulunmaktadır. Bu şekilde evlendiğini belirten ailelerden 6 tanesinde ‘kurucu anne’ ile 6 tanesinde ise ‘kurucu baba’ ile görüşülmüştür. Daha açık bir ifade ile “ailenin kararıyla- rızası olmadan evlendirilenler” sadece kızlar değildir. Bu yöntem kızlar için olduğu kadar erkekler için de geçerli bir evlendirme yöntemidir. İlk bakışta bu şekilde evlenenlerin coğrafi dağılım olarak ülkenin doğusunda olabileceği fikrini çağrıştırmaktadır. Bu tür evliliklerin coğrafi dağılımına bakıldığında yaşanan illere göre dağılımı şu şekildedir: Ankara’da 4, Antalya’da 1, Diyarbakır’da 1, Erzurum’da 1, Gaziantep’te 1, İstanbul’da 1, Kocaeli’de 1, Konya’da 1 ve Trabzon’da 1 aile ailelerinin kararıyla kendi görüşleri alınmadan evlendirilmiştir. Bu sonuçlar tam tersi görüşü ispatlamasa da, görüşü alınmadan aile kararıyla evlendirilenlerin ülkenin doğrusunda yaşadığı fikrini desteklemektedir.

‘Kendimiz tanışarak - ailelerimizin istemediği halde evlendik’ diye ifade edenlerin toplam içindeki oranı %4’tür. Bu ailelerin örnekleme yer alan illere dağılımı Adana 1, Diyarbakır 1, İstanbul 2, İzmir 1, Malatya 2, Trabzon 1 şeklindedir.

Ailenin dünya görüşü ve düşünceleri ile ilgili sorulara verilen cevaplar aşağıda yer alan iki tabloda görülebilmektedir.

Tablo 9. Ailede Son Beş Yılda Dini Düşünce ve İbadetlerde Değişim

	Dini duygularda ve düşüncelerde değişim		Dini yaşantıda (ibadetler konusunda) değişim	
	Sayı	%	Sayı	%
Artış oldu	46	22,9	47	23,4
Değişiklik yok	150	74,6	151	75,1
Azalış oldu	5	2,5	3	1,5

Bu dönemde olan ailelerin büyük çoğunluğu son beş yıl içinde dini duygu ve pratiklerinde önemli bir değişiklik olmadığını söylemektedir. Ancak dikkat çekici bir diğer nokta artış oldu diyenlerin azalış oldu diyenlerle karşılaştırıldığında oranın yaklaşık on kat fazla olmasıdır.

Tablo 10. Kendinizi Genel Olarak Nasıl Tanımlarsınız?

	Sayı	%
Liberal	8	4,3
Milliyetçi	67	36,4
Muhafazakar	32	17,4
Sosyal demokrat	73	39,7
Hiçbiri	4	2,2
Toplam	184	100,0

Ailede konuşulan kişinin dünya görüşü de sorulmuştur. Buna göre bu dönemdeki aileler içinde en büyük oranı sosyal demokrat olarak tanımlayanlar oluşturmaktadır. Sonra sırayla milliyetçi olduğunu ifade edenler ve muhafazakar olduğunu söyleyenler diğer büyük oranları oluşturmaktadır.

Kurucuların Özellikleri

Aile Yaşam Döngüsünün çocuksuz aile döneminde yer alan ailelerin kurucu annelerinin yaş durumlarını gösteren tablo aşağıda yer almaktadır. Buna göre bu kategoride yer alan aileler içinde en genç kurucu 18 yaşında bulunmaktadır. Ancak 20 yaşından daha genç kuruculara rastlanmaktadır. Çocuksuz evlilerin % 73,6'sı 30 yaşından daha küçük yaşta bulunmaktadır.

30-39 yaş aralığında bulunan kurucu bayanlar örneklemin %17,9'unu oluşturmaktadır.

Tablo 11. Aile Kurucularının Yaşları

	Erkek		Kadın	
	Sayı	%	Sayı	%
15-19 yaş	-	-	6	3,0
20-24 yaş	29	14,4	72	35,8
25-29 yaş	83	41,3	70	34,8
30-34 yaş	46	22,9	21	10,4
35-39 yaş	16	8,0	15	7,5
40-44 yaş	16	8,0	11	5,5
45-49 yaş	3	1,5	2	1,0
50-54 yaş	8	4,0	4	2,0
Toplam	201	100,0	201	100,0

Araştırma örnekleminde kurucu erkekler arasında 20 yaşından küçük kimse yer almamaktadır. Bu durum evlenme yaşının erkeklerde kadınlara göre daha yüksek olduğunu bir kez daha göstermektedir. Çocuksuz evlilik dönemini geçiren erkeklerin %76,6'sının yaşı 35 yaşının altındadır.

Tablo 12. Aile Kurucularının Eğitim Durumları

	Kadın		Erkek	
	Sayı	%	Sayı	%
Okuryazar değil	4	2,0	1	,5
İlköğretim	47	23,4	54	27,0
Lise	78	38,8	63	31,5
Üniversite	72	35,8	82	41,0
Toplam	201	100,0	200	100,0

Aile kurucularından kadınlar arasında da erkekler arasında da okuryazar olmayan kişiler bulunmaktadır.

Tablo 13. Aile Kurucularının Eğitimlerinin Karşılaştırılması

			Babanın eğitimi				
			Okuryazar değil	İlköğretim	Lise	Üniversite	Toplam
Annenin eğitimi	Okuryazar değil	Sayı	0	3	0	1	4
		Satır %	,0	75,0	,0	25,0	100,0%
		Sütun %	,0	5,6	,0	1,2	2,0%
	İlköğretim	Sayı	1	35	11	0	47
		Satır %	2,1	74,5	23,4	,0	100,0%
		Sütun %	100,0	64,8	17,5	,0	23,5%
	Lise	Sayı	0	12	42	23	77
		Satır %	,0	15,6	54,5	29,9	100,0%
		Sütun %	,0	22,2	66,7	28,0	38,5%
	Üniversite	Sayı	0	4	10	58	72
		Satır %	,0	5,6	13,9	80,6	100,0%
		Sütun %	,0	7,4	15,9	70,7	36,0%
Toplam	Sayı	1	54	63	82	200	
	Satır %	,5	27,0	31,5	41,0	100,0	
	Sütun %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Aile kurucularının eğitimleri çapraz olarak kontrol edildiğinde “davul bile dengi dengine” Türk atasözünün günlük hayatta ne kadar geçerli olduğunu göstermekte-

dir. Açık bir ifade ile çocuksuz evli dönemdeki ailelerin kurucuları arasında eğitim bakımından çok açık bir denklik sözkonusudur. İlköğretim mezunları birbiriyle, lise mezunları birbiriyle, üniversite mezunları da birleriyle evlenmişlerdir. Kurucu babanın üniversite mezunu olması fakat üniversite okumuş bir eşle evli olmaması durumunda en çok lise mezunu eşlerinin olduğu görülmektedir.

Çocuksuz aile döneminde ailenin kurucularının mesleklerine bakıldığında en dikkat çekici unsurun kadınların yarısından çoğunun meslek olarak ev hanımlığını belirtmiş olmalarıdır. Erkeklerin meslekleri ile ilgili en dikkat çekici nokta ise erkeklerin de çok büyük bir çoğunlukla değişik ünvanlar altında olsa da başkasının işinde çalışıyor olmalarıdır.

Tablo 14. Kurucuların Meslekleri

	Erkek		Kadın	
	Sayı	%	Sayı	%
İş yeri sahibi veya ortağı	1	,5	-	-
Ev hanımı	-	-	116	57,7
Esnaf veya sanatkar	50	25,1	7	3,5
Vasıflı teknik personel	36	18,1	21	10,4
Profesyonel meslek sahibi	27	13,6	14	7,0
Müdür, orta düzey yönetici	2	1,0	2	1,0
Masa başı çalışan memur	33	16,6	23	11,4
Vasıfsız işçi	36	18,1	11	5,5
Öğrenci	1	,5	4	2,0
Emekli	4	2,0	-	-
İşsiz	7	3,5	3	1,5
TSK veya Emniyet mensubu	2	1,0	-	-
Toplam	199	100,0	201	100,0

Esnaf ve masa başı memurluk yapan kişilerin eşlerinin ağırlıklı olarak ev hanımı oldukları görülmüştür. Kadınlardan vasıflı teknik personel olarak nitelendirilenlerin önemli bir kısmı (%47,6) aynı kategoride eşlere sahiptirler. Başka bir ifade ile teknik personel birbiriyle evlenmeyi tercih etmektedirler. Benzer şekilde masa başı çalışan kadınların önemli bir kısmı (%47,8) da yine masa başı işi yapan erkeklerle evlidirler.

Örnekleme yer alan ailelerin tamamında hem kurucu anne hem de kurucu baba hayatta bulunmaktadır. 201 aileden sadece 4'ünde eşlerden en az birisinin başından daha önce bir evlilik geçmiştir. Bu dört aileden 2'sinde hem erkek hem de kadın daha öncede evlilik yaşamışlardır. Diğer iki evlilikte ise erkekler daha önce evlilik yaşamışken kadınlar daha önce evlilik yaşamamışlardır.

Diğer Aile Üyeleri

Tablo 15. Evde yaşayan kişi Sayısı

Ailede yaşayan kişi sayısı	Sayı	%
1	1	,5
2	176	87,6
3	7	3,5
4	11	5,5
5	3	1,5
6	2	1,0
11	1	,5
Toplam	201	100,0

Evde kuruculardan başka, kurucuların anne babaları, kardeşleri, büyükanne, dede, görümce, bulunmaktadır. Buradan hareketle evli ve çocuksuz durumda olan genç ailelerin %11,9'unun geniş aile özelliği taşıdığı ifade edilebilir. Geriye kalan %88,1'i çekirdek aile özelliği taşımaktadır.

Tablo 16. Ev Özellikleri

	Sayı	%		Sayı	%
Kendi evim	88	43,8	Gecekondu	4	2,0
Kira	102	50,7	Müstakil ev	34	16,9
Kira ödemedenden kullanıyor	11	5,5	Apartman dairesi	163	81,1
Toplam	201	100,0	Toplam	201	100,0

Çocuksuz evlilerin yarısından çoğu kirada oturmaktadır. Kendi evinde oturanların ve kira ödemedenden oturanların oranı da yarıya yakındır. Kendi evinde oturanların %18,2'si müstakil evlerde, geri kalan kısmı ise apartman dairelerinde oturmaktadır. Kirada oturanların ise %13,7'si müstakil evde, %1'i gecekondu da kiracı olarak oturmaktadır. Geri kalan kısmı ise apartman dairesinde kiracı olarak ikamet etmektedir. Kira ödemedenden oturan 11 ailenin 4'ü apartman dairesinde 4'ü müstakil evde 3 tanesi de gecekondu da kira vermeden oturmaktadır.

Tablo 17. Çocuksuz Evlilerin Kira Bilgileri

	N	En az	En çok	Ortalama	Std. Sapma
Aylık ödenen kira (TL)	102	100	1000	381,59	143,311
Bulduğunuz semtte böyle bir evin yaklaşık kira bedeli ne kadardır?(TL)	183	150	2000	458,15	234,262

Çocuksuz evliler 100 TL ile 1000 TL arasında kira vermektedirler. Ortalama kira miktarı bu evlilik dönemi için 381,59 TL olarak hesaplanmıştır. Evin bulunduğu muhitte benzer evlerin kiralalarıyla kıyaslandığında “oturulan evin aslında daha değerli olduğu” ancak ailelerin bu evlerde “hesaplı” kaldığı anlaşılmaktadır. Bunun sebepleri bu araştırmada araştırılmamıştır.

Tablo 18. Mutfak, Tuvalet ve Banyo Hariç, Oturduğunuz Evde Kaç Tane Oda Vardır?

Oda sayısı	Sayı	%
1	1	,5
2	16	8,0
3	89	44,3
4	89	44,3
5	5	2,5
6	1	,5
Toplam	201	100,0

Evlerin %44’ü 3+1 olarak tabir edilen 3 oda 1 salon evlerden, %44,3’ü de 2+1 olarak tabir edilen 2 oda 1 salon evlerden oluşmaktadır. Bundan sonra en büyük kategoriye %8’lik oranla 1+1’ler oluşturmaktadır. Geri kalanlar ise daha küçük ya da daha büyük evlerden oluşmaktadır.

Aile Gündemi

Bu dönemde ailede çocuklar olmadığı için ailenin gündemini oluşturan konular ailenin kurucularıyla ilgili olmaktadır. Aile gündemini oluşturan konunun örneğin “işsizlik” olması durumunda kimin işsizliğinin ailenin gündem oluşturduğunu anlamak üzere anne için ayrı baba için ayrı gündem maddeleri oluşturulmaya çalışılmıştır. Aşağıda yer alan tabloda aile gündeminde yer alan ve baba ile ilgili olan konuların gündemde yer alma sıklıkları yer almaktadır.

Tablo 19. Aile Gündemi (Baba ile İlgili)

Ailenin gündemini oluşturan baba ile ilgili en önemli ilk konu	Sayı	%
Eğitim	12	6,9
Evlilik	26	15,0
Sağlık	73	42,2
İş/İşsizlik	38	22,0
Ekonomik	23	13,3
Diğer konular	1	,6
Toplam	173	100,0

Ailenin gündemini oluşturan baba ile ilgili en önemli ikinci konu	Sayı	%
Sağlık	12	9,4
İş/İşsizlik	14	11,0
Ekonomik	99	78,0
Diğer konular	2	1,6
Toplam	127	100,0

Burada gündemdeki birinci ve ikinci konular elde edilmeye çalışılmıştır. Bazı konular ikincil öneme sahip olmasına rağmen sık rastlanmaktadır. Birincil derecede önemli gündem olarak sayılan konular arasında bu dönemde baba ile ilgili olarak ailenin gündeminde bulunan konulardan en sık rastlanana “sağlık” olarak karşımıza çıkmaktadır. Bundan sonra iş/işsizlik sonra evlilik gündem maddeleri arasında yer almaktadır. Birincil derecede önemli olmasa da aile gündemini en çok meşgul eden konulardan birisinin de ekonomik konular olduğu ifade edilmektedir. Bundan sonra İş/işsizlik konusu ikincil derecede önemli olan ve sık rastlanan bir başka konudur. Bu tablonun genel olarak okunması şu ünlü sözü çağrıştırmaktadır: “Önce sağlık”. Aslında gündemde ekonomi sık rastlanan bir konu olmasına rağmen sağlık daha önemli bir gündem maddesi olarak ifade edilmektedir.

Tablo 20.Aile Gündemi (Anne ile İlgili)

Ailenin gündemini oluşturan anne ile ilgili en önemli ilk konu			Ailenin gündemini oluşturan anne ile ilgili en önemli ikinci konu		
	Sayı	%		Sayı	%
Eğitim	16	9,4	Evlilik	1	,8
Evlilik	24	14,1	Sağlık	6	4,7
Sağlık	87	51,2	İş/işsizlik	14	10,9
İş/işsizlik	21	12,4	Ekonomik	106	82,2
Ekonomik	22	12,9	Diğer konular	2	1,6
Toplam	170	100,0	Toplam	129	100,0

Yukarıda ifade edilen ailenin birinci gündem maddesinin sağlık olduğuna, ancak daha sık rastlanan konunun ekonomik durumla ilgili olduğuna ilişkin kanaatler aynen anne ile ilgili gündem konuları için de geçerlidir. Daha açık bir ifade ile çocuksuz evlilik döneminde anne ile ilgili en önemli gündem maddesi sağlık iken en çok rastlanan gündem maddesi ekonomik konularla ilgilidir.

Ailenin ekonomik bakımdan yatırım amacıyla bir yıl içinde satın almayı düşündüğü üç şey sırasıyla ev, araba ve altın olarak sıralanmaktadır. Aile bütçesi içinde önemli olduğu için gündemde olan ve yatırım olarak algılanmayan şeyler arasında ise ev eşyaları (beyaz eşya ve mobilya) sıralanmaktadır.

Gelir Özellikleri

Yeni kurulmuş olan ailenin gelir durumu ile gelir kaynakları da ailenin diğer özelliklerini ve davranışlarını önemli ölçüde belirlemektedir. Bu bakımdan ailenin gelir durumunun incelenmesinde fayda bulunmaktadır. Bu kategoride yer alan ailelerin beyanlarına göre gelirini belirtmeyenler dışında 100 TL’den 10000 TL’ye kadar ay-

lık geliri olan aileler bulunmaktadır. Evli ve çocuksuz ailelerin ortalama geliri 1673 TL'lik standart sapma ile 2029 TL olarak hesaplanmıştır. Gelir kategorilerine göre ailelerin dağılımı aşağıdaki tablo görülmektedir. Standart sapmanın büyük olması çok yüksek gelir belirten ailelerin sapmayı büyütmesinden kaynaklanmaktadır. Ancak tabloda da görüldüğü gibi bunların sayısı aslında çok değildir.

Tablo 21. Aile Geliri

	Sayı	%
525 TL'den az	10	5,1
525-699 TL arası	8	4,1
701-999 TL arası	16	8,2
1000-1499 TL arası	49	25,0
1500-1999 TL arası	32	16,3
2000-2999 TL arası	38	19,4
3000 TL'den fazla	43	21,9
Toplam	196	100,0

Ailelerin gelirleri bakımından çocuksuz evliler ele alındığında asgari ücret düzeyinin altında gelire sahip olanların bu kategori içinde %5,1'e karşılık geldiği görülmektedir. Tabloda görülebileceği gibi çocuksuz evlilerin %80'den fazlasının 1000 TL'nin daha üstünde bir gelire sahip olduğu görülmektedir. Bu durum yeni kurulan ailelerin çok büyük bir çoğunluğunun asgari geçim koşullarını sağladığı fikrini çağrıştırmaktadır.

Ailenin gelir kaynağı olarak ilk sırada “maaş” yer almaktadır. Bundan sonra “eşin kazancı, esnaflık kazancı”, ailenin gelir kaynağı sıralamasında ilk sıralarda yer almaktadır. “Yevmiye geliri, eşlerden birisinin anne babasının gelirleri” de ailenin asli kazancı olarak görülebilmektedir. İkinci gelir kaynakları arasında da eşin kazancı en yüksek oranda ikinci gelir kaynağı olurken yardımlar ve eşlerden birisinin anne babasının yardımları ikinci gelir kaynakları arasında oran olarak önemli görülmektedir.

Çocuksuz ailelerden görüşülen kişilerin %32,3'ü (65 kişi) çalışmadığını beyan etmiştir. Fakat bunların bir kısmı çalışmak istemediği için ya da başka nedenlerle çalışmamaktadır. Çocuksuz aileler içinde çalışmak istediği halde işsiz olanların oranı %15,4 olarak hesaplanmıştır.

Çocuksuz ailelerden %43,3'ünün (86 aile) çeşitli büyüklüklerde borcu bulunmaktadır. Borcunu bildirenlere göre ailelerin borçları 50 TL ile 100.000 TL arasında değişmektedir. 86 aile için hesaplandığında yaklaşık 10.000 TL ortalama borç olduğu görülmektedir. Ortalama gelirin 2000 TL civarında olduğu düşünülürse bu borcun büyüklüğü hakkında daha net bir kanaate sahip olunabilir. Bazı ailelerin borçları ve

geliri karşılaştırıldığında borçları önemsiz miktarda görülebilmektedir. Ancak aylık gelirin 66 katına kadar borcu olan aileler bulunmaktadır. Bu durum ailenin başka bir harcama yapmaksızın 5 yıldan fazla süreyle tüm gelirlerini borç ödemeye ayırmaları durumunda bile borçlarını tam olarak karşılayamamaları anlamına gelmektedir.

Borçların en önemli oranda %20,4 bankalara, sonra akraba ve arkadaşlara, sonra beyaz eşya ve mobilyaya taksitler şeklinde, sonra diğer esnaftan yapılan alışverişlerin karşılığı olarak esnafa borçlar bulunmaktadır.

Nakit olarak borçlanmak gerektiğinde aileler en çok bankalara (%45,3), sonra aile büyüklerine (%28,9) sonra da akraba ve arkadaşlarına (%15,9) başvurmuşlardır. Geri kalan kısmı (%10) da borçlanmadan hayatlarını sürdürdüklerini ifade etmektedirler.

Çocuksuz ailelerin yaklaşık 2/3'ü tasarruf yapamadıklarını belirtmektedirler. Tasarruf yapanların tasarruflarını değerlendirmede ilk tercihi bankalar, ikinci tercihi altın üçüncü tercihi ise döviz almaktadır.

Tüketim Alışkanlıkları

Çocuksuz evlilik dönemini yaşayan ailelerin boş zamanları değerlendirme biçimi ile ilgili tablo aşağıda yer almaktadır. Buna göre ilk ve en çok tercih edilen boş zaman değerlendirme yöntemi televizyon seyretmektir. İlk tercihler arasında ikinci sırayı alışveriş yapmak almaktadır. İkinci tercihler arasında en çok tercih edilen boş zaman değerlendirme yöntemi ise evde oturup sohbet etmek olarak belirtilmiştir. Bundan sonra sırayı yakınları ziyaret etmek almaktadır.

Tablo 22. Boş Zamanları Değerlendirme

İlk tercih			İkinci Tercih		
	Sayı	%		Sayı	%
Alışveriş yaparız	53	26,4	Alışveriş yaparız	18	9,9
Pikniğe gideriz	8	4,0	Pikniğe gideriz	21	11,6
Evde oturur sohbet ederiz	30	14,9	Evde oturur sohbet ederiz	56	30,9
Televizyon seyrediyoruz	79	39,3	Televizyon seyrediyoruz	39	21,5
Yakınlarımızı ziyaret ederiz	20	10,0	Yakınlarımızı ziyaret ederiz	40	22,1
Özel bir şey yapmayız	5	2,5	Gezeriz	3	1,7
Gezeriz	3	1,5	Kitap okuyoruz	1	,6
Sinema tiyatrosu	2	1,0	Sinema tiyatrosu	3	1,7
Spor yaparız	1	,5	Toplam	181	100,0
Toplam	201	100,0			

Yapılan ki-kare testi sonucunda boş zamanlarında televizyon seyreden çocuksuz evlilerin gelir düzeyi bakımından birbirinden farkı olmadığı görülmüştür. Boş zamanlarda ilk tercihi televizyon seyretmek olan ailelerin çoğu günde 3-4 saat televizyon seyretmektedir.

Genel olarak çocuksuz evlilerin günde ne kadar televizyon seyrettiği ise aşağıdaki tabloda özetlenmiştir. Tabloya göre bu dönemdeki aileleri %48,8'i 3-4 saat, %27'si ise 1-2 saat televizyon izlemektedir.

Tablo 23. Ailece Ne Günde Kadar Süre Televizyon İzliyorsunuz

	Sayı	%
1-2 saat	56	27,9
3-4 saat	98	48,8
5-6 saat	37	18,4
7 saatten fazla	10	5,0
Toplam	201	100,0

Televizyonlarda ilk tercihler arasında en çok seyredilen program türü “haber” programlarıdır. Bundan sonra sırayı yerli diziler almaktadır. İkinci tercihler arasında ise en çok seyredilen program türü yerli dizilerdir. Daha sonra ise haber programları çok seyredilmektedir.

Tablo 24. Aile Olarak TV’de Seyredilen Program Türü

İlk tercih			İkinci Tercih		
	Sayı	%		Sayı	%
Haber	81	40,3	Haber	35	17,9
Eğlence/müzik	12	6,0	Eğlence/müzik	23	11,7
Yerli dizi	63	31,3	Yerli dizi	46	23,5
Yabancı dizi	7	3,5	Yabancı dizi	6	3,1
Belgesel	3	1,5	Belgesel	11	5,6
Kadın programları	5	2,5	Kadın programları	6	3,1
Tartışma/sohbet	1	,5	Tartışma/sohbet	16	8,2
Spor programları	10	5,0	Spor programları	12	6,1
Yerli sinema	6	3,0	Yerli sinema	9	4,6
Yabancı sinema	10	5,0	Yabancı sinema	16	8,2
Çizgi film	1	,5	Çizgi film	2	1,0
Yarışmalar	1	,5	Yarışmalar	13	6,6
Dini programlar	1	,5	Dini programlar	1	,5
Toplam	201	100,0	Toplam	196	100,0

Hem en çok haber programlarını izleyenlerin çoğu (%50,6) hem de en çok yerli dizi seyrettiğini ifade edenlerin önemli bir kısmı (%42,9) günde 3-4 saat televizyon seyrettiğini ifade etmektedirler.

Çocuksuz evlilik dönemini yaşayan ailelerin çoğu günlük gazete aldığını ifade etmektedir. Ancak gazete satınalma düzenli değildir. Günlük gazete almadığını ifade edenlerin oranı ise yarıya yakındır.

Tablo 25. Evinize Günlük Gazete Alıyor Musunuz?

	Sayı	%
Evet düzenli olarak alırız	54	26,9
Düzensiz olarak alırız	49	24,4
Hayır günlük gazete almıyoruz	98	48,8
Toplam	201	100,0

Eve günlük gazete alma ile ailenin kurcularının eğitim düzeyleri arasında bir ilişki bulunmaktadır. Eğitim düzeyi yükseldikçe gazete okuma alışkanlığı artmakta ve düzenli hale gelmektedir. Düşük eğitim düzeylerinde ise gazete alma düzensizleşmekte ve hatta gazete almama yaygın olarak görülmektedir.

Çocuksuz ve yeni evlilik döneminde bulunan ailelerin dışarıda yemek yeme alışkanlıkları ile ilgili dağılım tablosu aşağıda yer almaktadır.

Tablo 26. Aile Olarak Dışarıda (Lokanta Vb. Yerlerde) Yemek Yeme Sıklığı

	Sayı	%
Hiç	54	26,9
Ayda bir	75	37,3
Onbeşgünde bir	46	22,9
Haftada bir	20	10,0
Haftada birkaç kez	6	3,0
Toplam	201	100,0

Tabloya göre çocuksuz evlilerin çoğu (%64,2) dışarıda yememekte ya da ayda bir olmak üzere çok seyrek yemektedir. Dışarıda yeme sıklığı bakımından aylık geliri 1000 TL'nin üstünde olanlarda belirgin bir artış gözlenmektedir. Örneğin haftada bir kez dışarıda ailece yemek yiyen ailelerin yaklaşık %90'nının aile geliri 1000 TL ve üzerindedir.

Ailelerin üyelerinin yaşlarına göre ihtiyaç duyduğu besinler farklılaşmaktadır. Evli ve çocuksuz dönemde yaşayan ailelerin et, süt, sebze ve meyve tüketim alışkanlıklarıyla ilgili olarak veri toplanmış ve veriler aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 27. Sebze, Meyve, Et ve Süt Tüketme Sıklığı

	Et ve ürünleri		Süt ve ürünleri		Sebze		Meyve	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Hiç	6	3,0	1	,5	0	0	6	3,0
Ayda bir kez	43	21,4	7	3,5	4	2,0	4	2,0
Haftada bir kez	72	35,8	32	15,9	29	14,4	27	13,4
Haftada birkaç kez	61	30,3	62	30,8	57	28,4	46	22,9
Hemen hemen her gün	19	9,5	99	49,3	111	55,2	118	58,7
Toplam	201	100,0	201	100,0	201	100,0	201	100,0

Et ürünleri haftada bir ya da birkaç kez (Toplam olarak %65,8) yenmektedir. Haftada bir kez et ve et ürünleri yiyen ailelerin oranları en yüksek oranı teşkil etmektedir. Süt ve süt ürünlerini hemen her gün tüketen ailelerin oranı %49,3'tür. Haftada birkaç kez tüketenlerle birlikte düşünüldüğünde toplam oran %80'i geçmektedir. Bu durum ailelerin sağlıklı beslendikleri fikrini çağrıştırmaktadır. Sebze ve meyve tüketme sıklıklarına bakıldığında bunların da çocuksuz aileler tarafından hemen her gün tüketildiği anlaşılmaktadır.

Çocuksuz evli ailelerin yarısından fazlasında en az bir kişi sigara içmektedir. Oran olarak sigara içilen aileler içinde en yüksek oranda bir kişi sigara içen aileler dikkati çekmektedir. İki kişinin birden sigara içtiği ifade edilen ailelerin bu grup içindeki toplam oranı %22'dir.

Tablo 28. Sigara İçme Alışkanlıkları

Hanede sigara içme alışkanlığı olan kaç kişi var?		
	Sayı	%
1 kişi	57	53,3
2 kişi	45	42,1
3 kişi	4	3,7
4 kişi	1	,9
Toplam	107	100,0

Evinizde ayda kaç paket sigara içiliyor?		
	Sayı	%
1-14 paket	13	12,1
15-29 paket	13	12,1
30-44 paket	45	42,1
45-59 paket	10	9,3
60-74 paket	20	18,7
75 paket ve fazlası	6	5,6
Toplam	107	100,0

Aileler içinde aylık olarak en yüksek oranda 30-44 paket arası sigara tüketildiği ifade edilmektedir. Basit bir hesapla günde bir paket civarında sigara tüketmenin yaygın olduğu ifade edilebilir.

Tablo 29. Aylık Harcama Bilgileri

	N	Medyan	En az TL	En çok TL	Ortalama TL	Standart Sapma	Ortalama/Ortalamalar Toplamı
Gıda harcamaları	201	200,00	20	2800	302,84	285,553	0,108
Kadın giyim harcamaları	192	50,00	4	1000	94,91	108,577	0,034
Erkek giyim harcamaları	188	50,00	4	1000	89,26	117,022	0,032
Çocuk giyim harcamaları	13	30,00	0	300	52,95	78,482	0,019
Kira gideri	102	350,00	100	1000	381,59	143,311	0,136
Yakıt (konut için) gideri	150	100,00	8	300	105,76	62,008	0,038
Eğitim harcamaları	18	81,25	5	200	82,31	54,318	0,029
İletişim (telefon, internet vb.) harcamaları	187	60,00	8	350	79,34	54,248	0,028
Sağlık harcamaları	82	50,00	2	500	57,14	64,510	0,020
Konut (kooperatif, arsa vs.) yatırımları	4	125,00	8	180	109,58	75,134	0,039
Ulaşım harcamaları	152	100,00	5	500	110,70	95,383	0,040
Eğlence, kültür-sanat harcamaları	83	70,00	8	500	88,16	76,410	0,031
Su, Elektrik, gaz harcamaları	198	100,00	14	350	118,49	62,898	0,042
Alkollü içecek harcamaları	28	100,00	10	600	108,93	116,344	0,039
Sigara harcamaları	102	150,00	4	840	188,15	135,912	0,067
Hediye (düğün, sünnet vs.)	54	33,33	2	200	52,95	55,106	0,019
Lokanta ve otel	100	55,00	3	1000	103,31	132,755	0,037
Mobilya harcamaları	24	83,33	8	400	108,53	98,249	0,039
Beyaz eşya harcamaları	20	83,33	8	150	82,67	37,509	0,030
Kişisel bakım ürünleri	151	50,00	5	500	63,01	61,449	0,023
Oyuncak harcamaları	2	10,42	1	20	10,42	13,553	0,004
Bakım hizmeti	3	150,00	50	200	133,33	76,376	0,048
Otomobil sahipliği	31	200,00	30	1250	276,10	241,509	0,099
Toplam			307	14140	2800,43		1,000

Aylık harcamalar bakımından bu gruptaki ailelerin en büyük gider kalemleri olarak kira, gıda, otomobil, sigara, elektrik-su-gaz ve ulaşım harcamaları sıralanmaktadır. Diğer harcama kalemlerine ilişkin oranlar tabloda görülebilmektedir.

Tablo 30. Kararda Etkili Kişi

N=201	Baba	Anne	Çocuk	Anne-baba birlikte	Toplam
Gıda	9,6	46,2	,0	44,2	100,0
Temizlik ürünleri	6,1	60,4	,0	33,5	100,0
Babanın giyimi	45,7	16,2	,0	38,1	100,0
Annenin giyimi	2,6	62,4	,5	34,5	100,0
Çocuğun giyimi	9,5	23,2	13,7	53,7	100,0
Erkek bakım ürünleri	51,7	18,5	,0	29,8	100,0
Kadın bakım ürünleri	1,7	69,5	,6	28,2	100,0
Oyuncak	5,6	14,4	20,0	60,0	100,0
Beyaz eşya	9,4	11,0	,6	79,0	100,0
Mobilya	9,9	10,4	,5	79,1	100,0
Otomobil	30,2	5,9	,6	63,3	100,0
Ev	12,5	4,8	,6	82,1	100,0
Okul dersane	9,3	9,3	6,5	74,8	100,0
Tatil	10,0	8,2	,0	81,8	100,0
İletişim	34,0	11,2	,0	54,8	100,0
Ev tekstili	8,0	47,1	,0	44,9	100,0
Kültür, sanat, eğlence	10,8	12,6	,6	76,0	100,0
Gazete, dergi	31,9	15,1	,6	52,4	100,0
Takı mücevher	6,4	48,6	,6	44,5	100,0
Elektronik ürünler	34,0	7,3	,5	58,1	100,0

Tabloda yer alan ve çocuksuz ailelerin bazı konulardaki kararlarda çocuklardan etkilendiğini gösteren oranlar ne anlama gelmektedir? Bu sorunun cevabı şudur: Bu dönemde olup az sayıda bulunan ve ikinci evliliğini yapmış olup önceki evliliğinden çocuk sahibi olanlar bulunmaktadır. Ailenin bu dönemde kararların çoğunun ortak alındığını söylemek yanlış olmaz. Katılımcılardan karar vermede etkili kişinin kim olduğu belirlenmeye çalışılan 20 üründen 12'sinde ortak karar alınırken; 6'sında anne kararda etkili kişi 2'sinde ise baba etkili kişidir.

Tablo 31. Satınalma Karar Kriterleri

	Marka	Kalite	Fiyat	İnançlara uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Gıda	13,6	43,2	21,6	1,5	20,1	100,0
Temizlik	12,1	45,7	26,1	1,0	15,1	100,0
Baba için giyim	18,8	31,0	27,4	2,5	20,3	100,0
Anne için giyim	17,0	27,8	30,9	2,1	22,2	100,0
Çocuk için giyim	11,8	28,4	27,5	2,0	30,4	100,0
Erkek bakım ürünleri	15,7	34,3	24,7	,6	24,7	100,0
Kadın bakım ürünleri	17,4	33,7	26,4	,6	21,9	100,0
Oyuncak	8,2	26,8	24,7	3,1	37,1	100,0
Beya eşya	23,2	34,3	16,0	1,1	25,4	100,0
Mobilya	19,8	34,1	19,2	1,1	25,8	100,0
Otomobil	25,6	22,0	21,4	1,2	29,8	100,0
Ev	4,8	23,2	35,1	,6	36,3	100,0
Okul dersane	3,8	39,0	26,7	1,9	28,6	100,0
Tatil	2,3	23,8	42,4	3,5	27,9	100,0
İletişim	8,0	24,6	38,0	,5	28,9	100,0
Ev tekstili ürünleri	8,6	37,1	20,4	,5	33,3	100,0
Kültür sanat ve eğlence	3,5	30,2	32,6	1,2	32,6	100,0
Gazete dergi	20,8	26,6	22,0	1,7	28,9	100,0
Takı mücevher	8,6	25,3	33,3	1,1	31,6	100,0
Elektronik ürünler	23,0	29,3	18,8	,5	28,3	100,0

Ailelerin 19 ürüne ait satınalma kriteri olarak neleri kullandığını gösteren tabloya göre ürünlerin çoğunda kalite sonra fiyat ve daha sonra da ihtiyaca uygunluk ürünü seçme kriteri olarak alınmaktadır.



2. EN BÜYÜK ÇOCUK OKUL ÖNCESİ ÇAĞDA

Aile Özellikleri

Aile yaşam döngüsünün bu döneminde yer alan cevaplayıcıların yaş grupları itibariyle en küçüğü 16, en büyüğü 60 yaşında olup, aritmetik ortalaması 28,07, medyan ise 28'dir. Bu evredeki cevaplayıcıların yaklaşık %70'i 25 ila 35 yaş arasındadır.

Bu evrede yer alan cevaplayıcıların yaş gruplarının cinsiyete göre dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 32. Cevaplayıcıların Yaş Gruplarının Cinsiyete Göre Dağılım

	Cinsiyet		Toplam
	Kadın	Erkek	
16-19 yaş	11	4	15
20-24 yaş	126	62	188
25-29 yaş	126	144	270
30-34 yaş	69	76	145
35-39 yaş	19	32	51
40-44 yaş	5	6	11
45-49 yaş	1	1	2
60-64 yaş	0	1	1
Toplam	357	326	683

Aile yaşam döngüsünün bu döneminde yer alanların evlenme biçimlerinin dağılımı aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 33. Cevaplayıcıların Evlenme Biçimleri

	Sayı	%
Aile büyüklerinin kararıyla-Görüşüm alınmadan	44	6,4
Aile büyüklerinin kararıyla-Görüşüm alınarak	122	17,9
Kendimiz tanışarak-Aile büyüklerinin onayıyla	487	71,3
Kendimiz tanışarak/Aile büyükleri istemediği halde	30	4,4
Toplam	683	100,0

Tablodan görüleceği üzere, bu dönemdeki cevaplayıcıların çok büyük bir kısmı, kendileri tanışarak ve aile büyüklerinin onayı ile evlendiklerini belirtmiştir. İkinci sırada evlenme biçimi olarak ise, aile büyüklerinin kararı ve görüş alınarak ortaya çıkmaktadır.

Evlenme biçiminin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini belirleyebilmek amacıyla ki-kare analizi gerçekleştirilmiş ve anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür.

Evlenme biçiminin yaş gruplarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirleyebilmek amacıyla yapılan ki-kare analizi sonuçlarına göre yine anlamlı bir farklılık çıkmamıştır. Başka bir deyişle, bu dönem içindeki yaş grupları ile evlenme biçimleri birbirinden bağımsızdır. Bu durum grubun kendi içinde homojen olduğunun bir göstergesi olarak ele alınabilir.

“Evlendikten sonra ayrı eve çıkmadan aile büyükleri (anne-baba) ile birlikte kaç yıl yaşadınız?” sorusuna bu evredeki cevaplayıcıların hiçbiri evlilik sonrası aileleri ile birlikte yaşamamış, ayrı evde evliliklerini sürdürmüşlerdir.

En büyük çocuğu okul öncesi çağda olan ailelerin çocuk sayıları aşağıdaki tabloda görülmektedir.

Tablo 34. Cevaplayıcıların Çocuk Sayıları

	Kız çocuk		Erkek çocuk	
	Sayı	%	Sayı	%
1	347	87,8	339	87,8
2	41	10,4	43	10,4
3	6	1,5	2	1,5
5	1	,3		
Toplam	395	100,0	384	100,0

Bu evredeki cevaplayıcıların evlilik yaş ortalaması 5,25 yıl olarak bulunmuştur. Cevaplayıcıların yaklaşık %60'ı 5 yıl ve daha az süreden beri evlilik süresine sahiptir.

Altı ve yedi yıllık evlilik süresine sahip olanlar ise toplamın yaklaşık dörtte birini oluşturmaktadır. Bu dönemdeki en uzun evliliğe sahip olan aile 19 yıllık evlidir.

Evlilik yaş grupları dağılımı aşağıdaki tablodaki gibidir. Burada 1 yıldan az evliliğe sahip olan bir cevaplayıcı ile 7 adet cevapsız seçeneğin birlikte toplam sekiz adet cevapsız veya tanımsız seçenek oluştuğu ifade edilmelidir.

Tablo 35. Cevaplayıcıların Evlilik Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

	Sayı	%
1-2 yıllık evli	110	16,1
3-5 yıllık evli	287	42,0
6-10 yıllık evli	255	37,3
11-15 yıllık evli	18	2,7
16-20 yıllık evli	5	,7
Cevapsız / tanımsız	8	1,2
Toplam	683	100,0

“Kendinizi genel olarak nasıl tanımlarsınız?” şeklinde katılımcılara kendilerini genel olarak nasıl tanımladıkları sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevapların dağılımı aşağıda yer alan tablodaki gibidir.

Tablo 36. Cevaplayıcıların Kendilerini Nasıl Tanımladıklarına Göre Dağılımı

	Sayı	%
Liberal	36	5,3
Milliyetçi	228	33,4
Muhafazakar	157	23,0
Sosyal demokrat	191	27,9
Hiçbiri	24	3,5
Diğer	6	,9
Cevapsız	41	6,0
Toplam	683	100,0

Bu dönemdeki ailelerin temsilcisi olarak görüşülen kişilerin yaklaşık olarak üçte biri kendisini milliyetçi olarak tanımlamaktadır. Bundan sonra en büyük orana sahip olan temsilcilerin dünya görüşü sosyal demokratlardır. Sonra sırayı muhafazakârlar almaktadır.

Ailenin bu evresinde beş yıl öncesine göre dini duygu ve düşüncelerde nasıl bir değişim olduğuna ilişkin soruya verilen cevapların dağılımı aşağıdaki tabloda özetlenmiştir. Bu durum evliliğin hemen sonrasında ve muhtemelen çocuk sahibi olmanın hemen ardından dini duygu ve düşüncelerdeki değişimin görülmesi bakımından önemli görülmektedir. Bu sonuçlara göre cevaplayıcıların yaklaşık %20'si artış olduğunu ifade ederken, yaklaşık dörtte üçü bir değişiklik olmadığını belirtmiştir.

Tablo 37. Dini Duygu ve Düşüncelerinde Beş Yıl Öncesine Değişim

	Dini duygu ve düşüncedeki değişim		Dini Yaşantılarında İbadetler Konusunda Değişim	
	Sayı	%	Sayı	%
Artış oldu	133	19,5	137	20,1
Değişiklik yok	525	76,8	520	76,1
Azalış oldu	25	3,7	26	3,8
Toplam	683	100,0	683	100,0

Ailenin beş yıl öncesine göre, dini yaşantılarında (ibadetler konusunda) büyük oranda değişim olmadığı ifade edilmektedir. Ancak dikkat çekici olan azalışın “az” artışın ise nispeten “çok” olmasıdır.

Cevaplayıcıların “evlenme biçimiyle” dini duygu ve düşüncelerinde nasıl bir “değişim” olduğunun birbirinden bağımsız olup olmadığına bakılmış ve yapılan ki-kare analiz sonuçları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 38. Evlenme Biçimi ve Dini Duygu ve Düşüncelerde Değişim

	Ailenizin beş yıl öncesine göre, dini duygularınızda ve düşüncelerinizde nasıl bir değişim oldu?			
	Artış oldu	Değişiklik yok	Azalış oldu	Toplam
Aile büyüklerinin kararıyla-Görüşüm alınmadan	14	27	3	44
Aile büyüklerinin kararıyla-Görüşüm alınarak	33	87	2	122
Kendimiz tanışarak-Aile büyüklerinin onayıyla	79	389	19	487
Kendimiz tanışarak/Aile büyükleri istemediği halde	7	22	1	30
Toplam	133	525	25	683

Ki-kare = 15,047; sd = 6; p=0,020

Buna göre, cevaplayıcıların dini duygu ve düşüncelerindeki beş yıl öncesine göre yaşanan değişimin evlenme biçiminden bağımsız olmadığı ortaya çıkmıştır. Aile büyüklerinin görüşlerinin ağırlıkta olmasıyla evlenenlerde dini duygu ve düşüncelerdeki artışın oransal olarak daha fazla olduğu görülmüştür.

Cevaplayıcıların evlenme biçimiyle dini yaşantılarında (ibadetlerde) nasıl bir değişim olduğunun birbirinden bağımsız olup olmadığına bakılmış ve yapılan ki-kare analiz sonuçları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 39. Evlenme Biçimi ve Dini Yaşantılarında (İbadetlerde) Değişim

	Ailenizin beş yıl öncesine göre, dini yaşantılarınızda (ibadetler konusunda nasıl bir değişim oldu?			
	Artış oldu	Değişiklik yok	Azalış oldu	Toplam
Aile büyüklerinin kararıyla-Görüşüm alınmadan	14	26	4	44
Aile büyüklerinin kararıyla-Görüşüm alınarak	37	82	3	122
Kendimiz tanışarak-Aile büyüklerinin onayıyla	79	389	19	487
Kendimiz tanışarak/Aile büyükleri istemediği halde	7	23	0	30
Toplam	137	520	26	683

Ki-kare = 21,996; sd = 6; p = 0,001

Buna göre, cevaplayıcıların dini yaşantılarında (ibadetler konusunda), beş yıl öncesine göre yaşanan değişimin, dini duygu ve düşüncelere benzer şekilde, evlenme biçiminden bağımsız olmadığı ortaya çıkmıştır. Aile büyüklerinin görüşlerinin ağırlıkta olmasıyla evlenenlerde dini yaşantılardaki artışın oransal olarak daha fazla olduğu görülmüştür.

Kurucuların Özellikleri (Anne-baba)

Bu evredeki cevaplayıcı annelerin yaşları 16 ila 57 arasında değişmekte olup, aritmetik ortalaması 27,81, medyan ise 27'dir. Bu evrede yer alan annelerin yaş gruplarına göre dağılımı tablodaki gibidir. Buna göre annelerin yaklaşık üçte ikisinin 25-34 yaş grubunda yer aldığı, 40 ve üzeri yaş grubunda bu evrede yer alan annelerin sadece %2 civarında olduğu görülmektedir.

Tablo 40. Kurucuların (Anne –Baba) Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş Grubu	Anne		Baba	
	Sayı	%	Sayı	%
16-19	12	1,8	3	,4
20-24	153	22,4	36	5,3
25-29	290	42,4	235	34,4
30-34	173	25,3	270	39,5
35-39	39	5,8	92	13,5
40-44	11	1,7	37	5,4
45-49	1	,1	4	,6
50-54	3	,4	3	,5
55-59	1	,1	1	,1
60-64			2	,3
Toplam	683	100,0	683	100,0

Bu dönemdeki babaların yaşları 18 ila 61 arasında değişmekte olup, aritmetik ortalaması 30,94, medyan ise 30'dur. Babaların dörtte üçü 25 ila 34 yaş grubundadır. 40-44 yaş grubunda olanlar %5 iken 24 ve altı yaş grubundaki babalar da %6 civarındadır.

Bu sonuçlar doğrultusunda bu evredeki ailelerdeki eşlerin yaş farklarının ortalaması olarak 3 olduğu söylenebilir.

Bu evrede yer alan annelerin ve babaların eğitim düzeyleri aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Bu evrede yer alan babaların eğitim düzeyinin annelere göre oransal olarak daha yüksek olduğu görülmektedir. Babaların dörtte biri üniversite mezunu iken, annelerin %16,3'ü üniversite mezunudur.

Tablo 41. Kurucuların Eğitim Düzeyleri

	Anne		Baba	
	Sayı	%	Sayı	%
Okuryazar değil	14	2,0	1	,1
İlköğretim	245	35,8	200	29,3
Lise	305	44,7	301	44,1
Üniversite	111	16,3	177	25,9
Cevapsız	8	1,2	4	,6
Toplam	683	100,0	683	100,0

Katılımcı babaların %71'i hayatlarının çoğunu şehir ve büyük şehir merkezinde, %13,2'si ilçe merkezinde geçirirken, %11,9'u köyde ve %2,9'u da kasabada geçirdiklerini belirtmişlerdir. Katılımcı anneler de büyük ölçüde babalara benzer sonuçlara sahiptir. Cevaplayıcıların %70,3'ü şehir ve büyükşehir merkezinde, %14,2'si ilçe merkezinde, %12,2'si köy ve %3,4'ü ise kasabada hayatlarının büyük bir kısmını geçirmişlerdir.

Bu sonuçlar doğrultusunda, bu evredeki evliliklerin çok büyük ölçüde benzer yerleşim yerlerinde hayatlarını geçiren insanlar arasında gerçekleştirildiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu dönemdeki katılımcı ailelerin kurucuları olan anne ve babaların mesleklerine ilişkin frekans tablosu aşağıda yer almaktadır.

Tablo 42. Kurucuların Meslekleri

	Anne		Baba	
	Sayı	%	Sayı	%
İşyeri sahibi veya ortağı	-	-	5	,7
Esnaf veya sanatkar	19	2,8	198	29,1
Ev hanımı	520	76,1	-	-
Vasfı teknik personel	23	3,4	72	10,5
Profesyonel meslek sahibi	17	2,5	42	6,2
Genel Müdür, üst düzey yönetici	1	,1	5	,7
Müdür, orta düzey yönetici	5	,8	14	2,0
Masa başı çalışan memur	49	7,2	85	12,5
Vasfsız işçi	37	5,4	224	32,9
Öğrenci	1	,1	1	,1
Çiftçi, balıkçı	-	-	4	,6
Emekli	-	-	3	,4
İşsiz	7	1,0	22	3,2
TSK veya Emniyet mensubu	-	-	3	,4
Cevapsız	4	,6	5	,7
Toplam	683	100,0	683	100,0

Bu kuruculardan annelerin tamamı hayattayken; babaların bir tanesi hariç tamamını hayattadır.

Bu evredeki katılımcı ailelerdeki annelerin 674 tanesi ilk evliliği olduğu cevabını verirken, 4 tanesi hayır cevabı vermiş ve 5 tanesi ise bu soruyu cevapsız bırakmıştır. Bu evredeki kurucu babaların 668 tanesi ilk evlilik sorusuna evet, 10 tanesi hayır cevabı verirken, 5 tanesi bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

Diğer Üyeler

Bu evredeki katılımcıların ilk çocuklarının cinsiyeti açısından dağılım şu şekildedir: 361 kız, 321 kız ve 1 cevapsız ya da çocuksuzdur. Birden fazla çocuğu olan katılımcıların son çocuklarının toplamı 174 olup, bunların 74'ü kız ve 100'ü erkektir.

Bu evredeki katılımcıların ilk çocuklarının doğum yıllarına göre dağılımı tabloda yer almaktadır.

Tablo 43. Evredeki Ailelerin Çocuklarının Doğum Yıllarına Göre Dağılımları

İlk çocuğun doğum yılı	İlk çocuk		Son çocuk	
	Sayı	%	Sayı	%
2004	99	14,5	1	,6
2005	92	13,5	9	5,2
2006	106	15,5	10	5,7
2007	105	15,4	35	20,1
2008	101	14,8	52	29,9
2009	144	21,1	57	32,8
2010	36	5,2	10	5,7
Toplam	683	100,0	174	100,0

En büyük çocuğu okul öncesi çağda olan ailelerin temsilcileri olarak araştırmaya katılan katılımcıların ifadelerine göre kadın için ideal evlilik yaş ortalaması 23,69 olarak hesaplanmış ve cevapların medyan değeri 25 olarak bulunmuştur. Yine aynı katılımcılara göre erkek için ideal evlilik yaş ortalaması 27,42 olarak hesaplanmış ve cevapların medyan değeri 27 olarak bulunmuştur.

Bu sonuçlar katılımcıların evlilik yaş ortalamaları ve kendi yaşları ile karşılaştırıldığında, bu evredeki katılımcıların kendi evlilik yaşlarına göre hem erkek hem de kadınlar için evlilik yaşlarının ortalama olarak “2 yaş daha geç” olmasını ideal olarak görmekte oldukları söylenebilir.

Oturduğunuz evde devamlı olarak kaç kişi yaşıyorsunuz? (Askerde, hapishanede olan fertler, şehir dışında öğrenciler dahil) Bu evredeki katılımcıların evde oturdukları kişi sayısının dağılımı tabloda görüldüğü gibidir.

Tablo 44. Evde Devamlı Oturan Kişi Sayıları

Kişi sayısı	Sayı	%
1	1	,1
2	7	1,1
3	453	66,4
4	144	21,1
5	35	5,1
6	22	3,2
7	11	1,6
8	8	1,2
9	1	,1
11	1	,1
Toplam	683	100,0

Bu evredeki katılımcıların yaklaşık üçte ikisi tek çocuklu, beşte biri ise iki çocuklu çekirdek aile şeklinde değerlendirilebilir. İki'den fazla çocuk sahibi ailelerin oranı ise %10 civarındadır. Bu evredeki ailelerin büyükanne ve büyükbaba ile birlikte yaşayanların oranı %2'dir.

Ev özellikleri

Katılımcıların oturdukları konut türlerinin dağılımı tabloda özetlenmiştir. Buna göre katılımcı ailelerin çoğu (%68,8) apartman dairesinde otururken, bundan sonra en büyük oranda müstakil evlerde (%24,6) oturulmaktadır.

Tablo 45. Oturulan Konut Türü

Konutun türü	Sayı	%
Konut yok	4	,6
Çadır/baraka	1	,1
Gecekondu (sağlıksız, oturulamayacak durumda)	20	3,0
Müstakil ev	168	24,6
Apartment dairesi	470	68,8
Apartment dairesi /Zemin	20	2,9
Toplam	683	100,0

Katılımcıların %45,7'si kendi konutunda otururken, %43,8'i kirada oturmaktadır. Cevaplayıcıların geri kalan %10,5'inin önemli bir kısmının kira vermeksizin ve çok az bir kısmının ise lojmanda oturduğu anlaşılmıştır.

Tablo 46. Konutun Kira Değeri

	N	En az TL	En çok TL	Ortalama TL	Std. Sapma
Aylık ödenen kira (TL)	302	50	800	351,21	146,674
Bulduğunuz semtte böyle bir evin yaklaşık kira bedeli ne kadardır?(TL)	613	50	2000	401,58	188,768

Kirada oturanlar 50 ila 800 TL arasında kira ödemekte olup, cevaplayıcıların kira ortalaması 351,21 TL'dir. Katılımcıların yaklaşık %90'ı oturdukları semtte yaklaşık kira bedeli olarak 50 ila 2000 TL arasında fiyat belirtmiş olup, bunların aritmetik ortalaması 401,58 TL olarak hesaplanmıştır. Bu iki veri birlikte değerlendirildiğinde katılımcıların oturdukları evde "ucuza oturduklarını düşündükleri" söylenebilir.

Katılımcıların oturdukları evde mutfak ve banyo hariç olmak üzere oda sayılarını gösteren dağılım tabloda sunulmuştur.

Tablo 47. Oda Sayıları

Oda sayısı	Sayı	%
1	2	,3
2	87	12,7
3	324	47,5
4	246	36,0
5	21	3,1
6	2	,3
8	1	,1
Toplam	683	100,0

Bu tabloya göre de katılımcı ailelerin oturdukları evlerin çoğu 3+1 ya da 2+1 olarak tabir edilen 2 oda bir salon, ya da 3 oda bir salon evlerden oluşmaktadır.

Aile Gündemi

En büyük çocukları okul öncesi çağda olan ailelerin çocuklara ilişkin gündemlerini oluşturan öncelikli iki konu, eğitim ve sağlık konuları olarak ifade edilmektedir. Bu evrede ailelerin babaya ilişkin gündemlerini oluşturan öncelikli iki konu, sağlık ve iş/ekonomik konular olarak belirtilmiştir. Ailelerin anneye ilişkin gündemlerini oluşturan öncelikli iki konu, babadakine benzer şekilde, sağlık ve ekonomik konular olarak belirtilmiştir. Ailenin geneline ilişkin yine sağlık ve ekonomik konular önemli iki konu olarak belirtilmektedir.

Önümüzdeki bir yıl içinde harcama yapmayı planladığınız aileniz için önemli bir şey var mı? Sorusuna katılımcıların çok büyük bir kısmı fikir belirtmezken (%88,6), fikir belirten az sayıdaki cevaplayıcıdan bir kısmı mobilya (%3,1) diğer bir kısmı ise otomobil (%1,5) cevabını vermiştir.

Önümüzdeki bir yıl içinde harcama yapmayı planladığınız aileniz için önemli bir şey var mı? (Yatırım olarak) sorusuna cevap olarak önemli bir kitle (%84) fikir belirtmez iken, eşyaya nispetle daha fazla bir cevaplayıcı kesim sırasıyla, ev(%6,3), otomobil (%3,7) ve altın cevabını vermiştir.

Gelir Özellikleri

Bu evredeki katılımcıların hiçbiri anne ya da babasından dul ve yetim aylığı almamaktadır.

Bu evrede yer alan katılımcıların yaklaşık %60'ı (414 cevaplayıcı) son bir ay içinde ücretli bir işte çalıştığını, diğerleri ise (269 cevaplayıcı) son bir ay içinde ücretli bir işte çalışmadığını belirtmiştir.

Çalışmayan 269 cevaplayıcıdan 247'si ev hanımı, 1'i öğrenci ve 2'si emekli olup, sadece 16'sı iş aradığını ifade etmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda, bu evredeki katılımcılar arasında işsizlik oranının oldukça az olduğu söylenebilir. Bu evredeki cevaplayıcı 357 anneden 104'ü fiilen bir iş sahibi olup, geri kalanların tamamına yakını ev kadını iken, 326 babadan 310'u fiilen bir işle meşgul ve çok az bir kısmı ya iş aramakta veya emeklidir.

Bu dönemi yaşayan ailelerin temsilcisi olarak araştırmaya katılan katılımcılardan çalışanların yaptıkları işlere göre dağılımı tabloda yer almaktadır.

Tablo 48. Katılımcıların Yaptıkları İşlere Göre Dağılımı

Yapılan iş	Sayı	%
Çiftçilik	2	,5
Vasıflı işçi (teknisyen)	78	18,8
Vasıfsız işçi	72	17,4
Tüccar	4	1,0
Esnaf	139	33,6
Masa başı çalışan / memur	81	19,6
Profesyonel meslek sahibi (Doktor, Avukat, Mühendis vs.)	24	5,8
Orta düzey yönetici/müdür	13	3,1
Üst düzey yönetici/genel müdür	1	,2
Toplam	414	100,0

Cevaplayıcılar aylık gelirlerinin 200 ila 13.000 TL arasında olduğunu ifade etmiş olup, aylık gelirlerinin aritmetik ortalaması 1.621 TL, standart sapması 1.277 TL olarak hesaplanmıştır.

Tablo 49. Gelir Durumları

	Sayı	%
525 TL'den az	26	4,0
525-699 TL arası	56	8,5
701-999 TL arası	75	11,4
1000-1499 TL arası	165	25,1
1500-1999 TL arası	131	19,9
2000-2999 TL arası	117	17,8
3000 TL'den fazla	88	13,4
Toplam	658	100,0

İşsiz olan 16 cevaplayıcıdan 13'ü bir aydır, 3'ü ise 2 aydan beri işsiz olduklarını belirtmiştir.

Bu evredeki katılımcılardan sadece 20'si evin hanımının ailesinden bir yardım aldığı, diğerleri ise almadıklarını belirtmiştir. Evin hanımının ailesinden yardım aldığı belirten cevaplayıcılar yıllık olarak bu yardım miktarının 50 ila 10.800 TL arasında olduğunu ifade etmiş olup, bu miktarın aritmetik ortalaması 1.537,50 TL, medyan değeri ise 500 TL olarak hesaplanmıştır.

Evin beyinin ailesinden yardım aldığı belirten katılımcı sayısı 49'dur. Evin beyinin ailesinden yardım aldığı belirten cevaplayıcılar yıllık olarak bu yardım miktarının 100 ila 8.400 TL arasında olduğunu ifade etmiş olup, bu miktarın aritmetik ortalaması 1.879,59 TL, medyan değeri ise 1.000 TL olarak hesaplanmıştır.

Bu evredeki katılımcılardan sadece 3'ü arkadaş veya komşulardan yardım aldıklarını belirtmiştir. Alınan yardım miktarları 3.000, 4.000 ve 5.000 TL olup, aritmetik ortalama ve medyan değeri 4.000 TL'dir. Bu yardımların bu evrede oldukça arzu olduğu söylenebilir.

Bu evredeki katılımcı ailelerin %46'sı (315 cevaplayıcı) borç veya taksitleri olduğunu ifade etmiştir. Cevap veren 304 katılımcı 50 ila 150.000 TL arasında borçları olduğunu belirtmiştir. Borçların aritmetik ortalaması 8.116,76 TL, medyan değeri ise 2.150 TL olarak hesaplanmıştır.

Borcu olduğunu ifade eden katılımcıların yaklaşık yarısı (153 cevaplayıcı) bankaya borcu olduğunu ifade ederken, 45 cevaplayıcı kredi kartı borcu, 25'i arkadaşlara elden borç, 25'i beyaz eşya borcu, 17'si mobilya borcu ve 14'ü bakkal borcu olduğunu belirtmiştir. Diğer cevaplayıcılar, otomobil, ev veya inşaat, giyim ve diğer taksit borçları olduğunu söylemişlerdir.

“Nakite ihtiyaç duyduğunuzda nasıl borçlanıyorsunuz?” sorusuna katılımcılar cevap olarak %42,9 oranında bankadan, %27,5 oranında aile büyüklerinden ve %23,2 oranında “arkadaşlardan veya akrabalarından cevabını verirken, sadece %6,4 oranında cevaplayıcı borç almadığını belirtmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda bu evredeki ailelerin borçlanma ihtiyaç ve eğilimlerinin oldukça yüksek olduğunu ve borçlanmada ilk seçeneğin bankalar olduğunu göstermektedir. Aile büyükleri ve yakın çevrenin de borçlanmada hala önemli bir kaynak olduğu da vurgulanmalıdır.

Katılımcı ailelerin dörtte üçü tasarruf yapamadıklarını ifade ederken, tasarruf yapabilenler sırasıyla altın, banka, döviz ve gayrimenkul yoluyla tasarruflarını değerlendirdiklerini belirtmiştir. Altın ve banka seçenekleri tasarruf yapanların yaklaşık %80'inin tercihini oluşturmaktadır.

Tüketim alışkanlıkları

Harcamalar

Bu evredeki katılımcı ailelerin aile olarak dışarıda (lokanta vb. yerlerde) yemek yeme sıklıkları tabloda görülmektedir. Tablodan görüleceği gibi, bu evredeki ailelerin yaklaşık dörtte üçü haftada bir veya birkaç kez dışarıda aile olarak yemek yediklerini belirtmişlerdir.

Tablo 50. Aile Olarak Dışarıda Yemek Yeme

Aile olarak dışarıda yemek yeme sıklığı	Sayı	%
Hiç	233	34,1
Ayda bir kez	289	42,3
Haftada bir kez	106	15,5
Haftada birkaç kez	48	7,1
Hemen hemen her gün	7	1,0
Toplam	683	100,0

Bu evredeki katılımcı ailelerin et ve et ürünlerini tüketme sıklıkları aşağıdaki tabloda verilmiştir. Katılımcı ailelerin et ve ürünlerini tüketme sıklıklarının dışarıda aile olarak yemek yeme sıklıklarına oranla daha düşük olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum, aile gelirleri, borçlu olma durumları, eşlerden ikisinin de çalışması ve evde yemek pişirmeme ve/veya et ürünlerine karşı ilgi zayıflıkları gibi hususlar birlikte dikkate alınarak açıklanabilir.

Tablo 51. Sebze, Meyve, Et ve Süt Tüketme Sıklığı

	Et ve ürünleri		Süt ve ürünleri		Sebze		Meyve	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Hiç	29	4,2	4	,6	6	,9	6	,9
Ayda bir kez	157	23,0	20	2,9	10	1,4	16	2,3
Haftada bir kez	209	30,6	57	8,3	60	8,8	67	9,8
Haftada birkaç kez	225	33,0	159	23,3	204	29,9	177	25,9
Hemen hemen her gün	63	9,2	443	64,9	403	59,0	417	61,1
Toplam	683	100,0	683	100,0	683	100,0	683	100,0

Bu kategorideki ailelerin yaklaşık üçte ikisi hemen her gün süt ve ürünleri tüketirken, hiç tüketmeyenler yok denecek kadar azdır. Katılımcı ailelerin sebze tüketme sıklıklarının oldukça yüksek olduğu söylenebilir. Bu sonuç, et ve ürünleri tüketimi sonuçlarıyla birlikte değerlendirildiğinde, yukarıda yapılan yorumu destekler niteliktedir. Bu evredeki ailelerin sıkça sebze ve meyve tükettikleri görülmektedir. Ayrıca meyve tüketme sıklıklarının sebze tüketme sıklıkları ile oldukça benzer olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 52. Aylık Harcama Bilgileri

Harcama Kalemi	N	Medyan	En az TL	En Çok TL	Ortalama TL	Standart sapma	Ortalama / Ortalamalar Toplamı
Gıda	683	300	25	2.000	307,75	208,91	0,105
Kadın giyim	615	41,67	1	500	61,86	74,56	0,021
Erkek giyim	606	33,33	2	2.500	61,89	131,42	0,021
Çocuk giyim	624	50	2	1.000	65,57	90,07	0,022
Kira	302	350	50	800	351,21	146,67	0,120
Yakıt (konut için)	470	83,33	5	350	92,33	59,47	0,032
Eğitim	97	80	4	750	127,74	139,85	0,044
Haberleşme (tel., internet vb.)	609	50	2	600	66,21	64,98	0,023
Sağlık	306	40	1	500	56,18	64,34	0,019
Konut (kooperatif, arsa)	28	200	2	1.667	380,12	480,87	0,130
Ulaşım	455	80	2	1.200	101,38	114,40	0,035
Eğlence/kültür/sanat	193	50	4	600	67,79	70,10	0,023
Su-elektrik-gaz	668	100	3	500	116,51	70,37	0,040
Alkollü içecek	85	80	4	500	105,11	101,39	0,036
Sigara	380	150	10	900	151,46	99,32	0,052
Hediye (düğün, sünnet vb.)	182	20	2	400	36,99	50,85	0,013
Lokanta ve otel	275	50	3	2.000	85,68	135,14	0,029
Mobilya	68	55	8	500	88,95	94,12	0,030
Beyaz eşya	86	50	2	700	102,82	137,40	0,035
Kişisel bakım ürünleri	419	30	1	300	48,77	48,07	0,017
Oyuncak	349	20	1	200	32,52	33,05	0,011
Bakım hizmeti (çocuk veya yaşlı)	65	50	1	650	100,64	126,23	0,034
Otomobil sahipliği için	77	125	8	1.667	220,24	280,80	0,075
Diğer	4	86,50	0	200	93,25	95,26	0,032
Toplam			143	20.984	2922,97		1,000

Bu evredeki katılımcı ailelerin tüketim harcamalarına ilişkin önemli bazı kalemlerin harcama tutarları, aritmetik ortalamaları ve medyan değerleri ile standart sapmalar yukarıdaki tabloda yer almaktadır.

Tabloya bakıldığında, bu evredeki ailelerin ortalama harcamaları içindeki oransal olarak en yüksek harcama kalemi konut sahipliği için yapılan harcamalardır. Bundan sonra kira ve gıda harcamaları gelmektedir. Bundan sonra oransal olarak otomobil sahipliği için ödene miktarı sigara harcamaları izlemektedir.

Pek çok harcama kaleminde standart sapma değerlerinin yüksek olması, ailelerin aylık gelirlerine bağlı olarak harcama kalemlerinde oldukça farklı dağılımlar olduğunun göstergesidir. En düşük ve en yüksek harcama miktarları arasındaki belirgin farklılıklar da bu sonucu destekler mahiyettedir.

Ailelerin Diğer Bazı Tüketim Alışkanlıkları

Bu evredeki ailelerin harcama kalemleri dışındaki bazı tüketim alışkanlıklarına ilişkin değerlendirmeler aşağıdaki gibi özetlenebilir.

Bu soruya cevap veren 396 katılımcının cevaplarından hareketle aritmetik ortalama olarak ailede 1,29 ve medyan değeri olarak da ailede 1 kişinin sigara içme alışkanlığına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu 396 cevaplayıcıya göre ayda ortalama 32,37 paket sigara tüketilmektedir. Bunun medyan değeri 30 olup, standart sapması ise 18,91'dir. Ayda bir paket sigara içilen ailelerin oranı %73,5 iken, 2 paket içilen ailelerin oranı ise %24,2'dir.

Bu evredeki ailelerin boş zamanlarını değerlendirme aktiviteleri aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 53. Boş Zamanları Değerlendirme Aktiviteleri

Boş zamanları değerlendirme	Birinci tercih		İkinci tercih	
	Sayı	%	Sayı	%
Alışveriş yaparız	124	18,2	97	14,2
Pikniğe gideriz	48	7,0	65	9,5
Evde oturur sohbet ederiz	114	16,7	158	23,2
Televizyon seyrediyoruz	274	40,1	133	19,5
Yakınlarımızı ziyaret ederiz	80	11,7	126	18,4
Özel bir şey yapmayız	16	2,3		
Gezeriz	13	2,0	10	1,6
Kitap okuyoruz	3	,4	2	,3
Sinema tiyatrosu	4	,6	3	,4
Örgü, el işi	2	,3		
Çocuklarla ilgileniyoruz	4	,6	7	1,0
İnternet	1	,1		
İbadet ederiz			1	,1
Hayvanlarla ilgileniyoruz			1	,1
Cevapsız			80	11,7
Toplam	683	100,0	683	100,0

Bu evredeki katılımcı aileler bakımından, televizyon izleme en sık yapılan aktivite olarak göze çarparken, evde oturup sohbet etme ikinci sırada yer almaktadır. Daha sonra sırasıyla alışveriş yapma, yakınları ziyaret etme ve pikniğe gitme aktiviteleri gerçekleştirilmektedir.

Bu evrede yer alan katılımcı ailelerin günlük gazete satınalma alışkanlıkları aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 54. Günlük Gazete Satınalma Alışkanlıkları

Günlük gazete satınalma alışkanlığı	Sayı	%
Düzenli olarak alınız	129	18,9
Düzensiz olarak alınız	229	33,5
Günlük gazete almayız	325	47,6
Toplam	683	100,0

Cevaplayıcıların yaklaşık yarısı günlük gazete alamadıklarını belirtmiştir. Düzenli olarak gazete aldığını belirtenlerin oranı ise beşte birden daha azdır. Bu sonuçların açıklanmasında farklı gerekçeler öne sürülebilir. Ancak, katılımcıların buldukları dönem itibarıyla çocuklarıyla daha fazla ilgilenmek durumunda oldukları bir aile yaşam evresi olması da bu sonuçta etkili olmuş olabilir.

Katılımcı ailelerin, ailece günde ne kadar süre televizyon izlediklerinin dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 55. Ailece Günde Ortalama Televizyon İzleme Süresi

	Sayı	%
1-2 saat	184	26,9
3-4 saat	331	48,5
5-6 saat	130	19,0
7 saatten fazla	34	5,0
Evde TV yok	4	,6
Toplam	683	100,0

Aile olarak TV'de seyredilen program türü olarak haber programları ve yerli diziler ilk iki sırayı almaktadır. Katılımcıların dörtte üçü bu iki program türünü yoğun olarak izlediğini belirtmiştir. Daha sonra ise %5 oranında eğlence-müzik programları ile çizgi filmler gelmektedir.

Tüketim kararları

Tüketim kararlarında aile bireylerinin etki derecelerini belirlemek amacıyla toplanan veriler, aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 56. Tüketim Kararlarında Aile Bireylerinin Etkileri

Mal ve hizmetler	N	Satınalma kararlarında en çok etkili olanlar (%)				
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-baba birlikte	Gelenekler
Gıda	683	21,2	43,6	,4	34,8	100,0
Temizlik	681	11,0	63,5	,4	25,0	100,0
Babanın giyimi	668	60,7	10,3	,0	28,9	100,0
Annenin giyimi	672	4,8	67,9	,4	26,9	100,0
Çocuğun giyimi	666	6,5	43,0	5,6	45,0	100,0
Erkek bakım ürünleri	641	64,2	10,3	,3	25,2	100,0
Kadın bakım ürünleri	646	5,7	70,4	,3	23,6	100,0
Oyuncak	635	7,8	27,6	13,6	51,0	100,0
Beyaz eşya	643	11,3	13,0	1,6	74,2	100,0
Mobilya	645	11,7	11,4	1,2	75,7	100,0
Otomobil	616	38,8	2,8	1,1	57,3	100,0
Ev sahibi olma	601	15,6	3,7	1,3	79,3	100,0
Okul/dershane seçimi	502	12,8	5,2	3,4	78,6	100,0
Tatil	602	12,5	6,7	1,5	79,3	100,0
İletişim (telefon, internet)	643	36,7	7,5	,9	54,9	100,0
Ev tekstil (perde, örtü vs.)	645	5,3	52,4	2,0	40,3	100,0
Eğlence (sinema, tiyatro)	583	13,3	9,8	2,6	74,3	100,0
Gazete / dergi	585	31,8	11,5	1,7	54,9	100,0
Takı / mücevher	621	7,3	45,5	2,3	45,0	100,0
Elektronik aletler (bilgisayar, cep telefonu vs.)	654	40,9	4,4	2,5	52,2	100,0

Kişisel kullanımı söz konusu ürünlerde genellikle ilgili aile bireyinin satınalma kararlarında ağırlıklı etkili olduğu, buna karşılık, ortak kullanıma açık ürünlerde anne-baba birlikte ya da annenin söz sahibi olacağı gıda ve temizlik gibi ürünlerde ise annenin daha etkili olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum, benzer araştırma sonuçları ve beklentilerle uyumludur. 12 kalem üründe anne baba birlikte karar verirken, 6 kalem üründe anne söz sahibi ve 2 kalem üründe de baba söz sahibidir.

Satınalma Kriterleri

Yukarıda belirtilen ürün ve hizmetlerin satın alınmasında aile bireylerinin etki dereceleri ortaya konmuş idi. Bu kez, bu ürün ve hizmetlerin satın alınmasında en fazla etkili olduğu düşünülen faktörler sorulmuştur. Aile yaşam döngüsünün bu evresindeki katılımcı ailelerde söz konusu ürün ve hizmetlerin satın alınmasında en fazla etkili olduğu belirtilen faktörlerin dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 57. Mal ve Hizmetleri Satınalma Kararlarında Etkili Olan Faktörler

Mal ve hizmetler	N	Satınalma kararlarında en çok etkili olan faktörler (%)				
		Marka	Kalite	Fiyat	İnançlara uygunluk	İhtiyaca uygunluk
Gıda	679	9,7	40,4	29,9	2,0	18,0
Temizlik	679	9,9	36,1	35,6	0,6	17,8
Babanın giyimi	664	10,1	28,0	38,3	0,7	22,9
Annenin giyimi	672	9,4	29,0	37,4	1,0	23,2
Çocuğun giyimi	669	8,2	30,7	35,8	0,5	24,8
Erkek bakım ürünleri	638	9,9	28,4	32,0	0,9	28,8
Kadın bakım ürünleri	644	9,6	29,2	31,1	2,0	28,1
Oyuncak	640	2,5	21,4	43,4	1,1	31,6
Beyaz eşya	647	18,9	24,8	24,3	1,2	30,8
Mobilya	643	12,0	28,3	24,4	0,8	34,5
Otomobil	616	16,7	18,4	29,5	1,0	34,4
Ev sahibi olma	602	2,5	13,0	38,5	1,3	44,7
Okul/dershane seçimi	513	3,7	26,7	30,0	2,2	37,4
Tatil	599	2,5	11,4	43,6	2,8	39,7
İletişim (telefon, internet)	636	6,3	14,6	40,6	1,4	37,1
Ev tekstil (perde, örtü vs.)	643	4,4	25,8	34,2	1,5	34,1
Eğlence (sinema, tiyatro)	597	1,7	13,5	42,9	3,4	38,5
Gazete / dergi	597	12,1	16,7	32,7	3,2	35,3
Takı / mücevher	618	3,9	17,9	40,3	1,8	36,1
Elektronik aletler (bilgisayar, cep telefonu vs.)	651	14,3	23,6	30,6	1,1	30,4

Tablodan da izlenebileceği gibi, gıda ve temizlik ürünlerinde kalite, giyim ürünleri, kişisel bakım ürünleri, oyuncak, tatil, iletişim, ev tekstili ürünleri, eğlence, takı ve elektronik ürünlerde fiyat, beyaz eşya, mobilya, otomobil, konut, okul/dershane seçimi ve gazete/dergi satınalma kararlarında ise en fazla ihtiyaca uygunluk faktörünün etkili olduğu anlaşılmaktadır. Kalite ve inançlara uygunluk faktörlerinin söz konusu ürünler bakımından ilk sırada etkileyici faktör olarak çıkmamış olması da dikkat çeken bir sonuç olarak belirtilmelidir.

Bu arada, temizlik ürünlerinde kalite yanında fiyatın; giyim ve kişisel bakım ürünlerinde fiyat yanında kalite ve ihtiyaçlara uygunluğun; konut, otomobil ve gaze-

te/dergi ürünlerinde ihtiyaca uygunluk yanında fiyatın, tatil, eğlenme, iletişim ve ev tekstili ürünlerinde ise fiyat yanında ihtiyaçlara uygunluğun da satınalma kararlarında etkili faktörler arasında yer aldıkları görülmektedir.

Aile yaşam döngüsünün bu evresindeki katılımcı ailelerin bir taraftan aylık gelir ortalamalarının nispeten düşük olması, küçük yaşta çocuklara sahip olmaları, evlilik sonrası artan harcamalar ve ailelerin hemen hemen yarısının borçlu olmasının sonuçlarda etkili olduğunu söylemek mümkündür.

Genel olarak bakıldığında 12 kalem üründe en belirleyici kriter fiyat olurken, 6 kalem üründe ihtiyaca uygunluk ve 2 kalem üründe ise kalite en belirleyici kriter olarak kullanılmaktadır.



3. EN BÜYÜK ÇOCUK İLKÖĞRETİM ÇAĞINDA

Çocuğun, üyesi olduğu ailenin yapısına, aile içi ilişkilere, ailenin tüketim tutum ve davranışlarına ve aile bağlamında diğer birçok durumlara önemli etkilerde bulunduğu bilinen bir konudur. İlk çocuğun doğuşuyla, o güne kadar aileyi teşkil eden ve ailenin en temel unsuru olan karı-kocanın hem statülerinin ve hem de tutum ve davranışlarının birçok bakımdan değişmesinin veya yeni boyutlar kazandığı bilinmektedir. Dahası, çocuğun belirli yaş evrelerinde mensubu olduğu aile yapısına ve özellikle de başta anne ve babası olmak üzere aile bireylerinin birçok bakımdan tutum ve davranışlarında değişikliklere yol açtığı veya yeni boyutlar kazandırdığı da bilinmektedir. Bunlar hem bilimsel araştırmaların yaygın bilinen tespitleri ve hem de insanların tecrübelerinin kazandırdığı tartışma götürmez gerçeklerdir. Dolayısıyla çocuğun öğrenci olarak okula başlaması da bu bağlamda özel önemi olan dönemlerden ve durumlardan birisi olarak anlam kazanmaktadır. Çocuğun okullu olması, okul aracılığıyla sosyal hayata açılması hem çocuğun ve hem de ailesinin yaşamında önemli değişikliklere ve yeni durumlara yol açtığı gibi, ilköğretim çağı olarak tanımlanan 7–14 yaşları bir çocuğun kişilik ve kimliğinin oluşumunda önemli dönemlerden birisi olarak ayrıca önem ifade etmektedir. Zira çocuğun içinde bulunduğu ve ilköğretim çağına denk gelen 7–14 yaşları çocuğun kimlik ve kişiliğinin oluştuğu önemli yıllar olduğu kadar, çocuk merkezli değişim ve oluşum yıllarının etkileri doğrudan ailesinin tutum ve davranışlarında da önemli değişikliklere ve yeni tutum ve tavırların oluşmasına yol açmaktadır. Tüm bunlar, aile yaşam döngüsünü oluşturan dönemlerin hangileri olduğunu ve her bir dönemin temel özelliklerini tespit amacıyla olan bu araştırmanın, en büyük çocuğu ilköğretim çağına bulunan aile yapılarını ayrı bir başlık altında incelemeyi gerekli kılmıştır.

Aile yaşam döngüsünün üçüncü dönemini oluşturan ailenin en büyük çocuğunun ilköğretim çağına bulunduğu dönemin verilerini elde etmeyi sağlayan örneklem grubun bazı olgusal özellikleri şunlardır: katılımcı sayısı 668 kişi olup, araştırmaya katılanların %22'sini teşkil etmektedirler. Katılımcıların %59,3'ü kadın, %40,7'si erkektir. Yine bu katılımcıların %96,7'si evlidir.

Aile Özellikleri

Ailenin en büyük çocuğunun ilköğretim çağına olduğu ve ortalama 7 yıl kadar süren dönem, aile yaşam döngüsünün önemli aşamalarından birisini oluşturmaktadır. Aile yaşam döngüsünün 3. aşamasını oluşturan bu dönem farklı özellikler açısından incelendiğinde diğer dönemlerden farklı olmayı sağlayan durumlar daha açık bir şekilde gözlenebilmektedir. Bu amaçla öncelikle aile özellikleri dikkate alınacaktır.

Dönemin temel özelliğini/farklılığını ailenin ilk/en büyük çocuğu ve bu çocuğun içinde bulunduğu yaş grubu (7-14 yaş) oluşturduğu için, ailenin dönemsel özelliği olarak öncelikle çocuk(lar)ın temel özelliklerini ve diğer dönemler açısından farklılıklarını tespit etmek anlamlı olacaktır. Bu dönemdeki ailelerin %29,2'si tek çocuğa, %47,2'si ise iki çocuğa sahiptir. Dolayısıyla dönemin temel belirleyicisi olan çocuğun ilköğretim çağına olması özelliği, büyük oranda tek çocuk olmama özelliğiyle ikinci bir özelliğe daha kavuşmuş olmaktadır. Ancak bu özelliğin bir önceki döneme göre önemli bir farklılığa uğradığı tespit edilen önemli bir özellik olarak anlam kazanmaktadır. Zira ailenin en büyük çocuğunun ilköğretim öncesi çağda (0-6 yaş) olduğu aile yaşam döneminde ailelerin %73,9'u tek çocuğa, %22,4'ü ise iki çocuğa sahiptir. Buna karşılık en büyük çocuğun ailenin tek çocuğu olması özelliği ailenin en büyük çocuğunun ergenlik çağına olduğu dönemde (15-19 yaş) azalma göstermekte ve %20,3'e inerken, iki çocuklu olma oranı ise %41,8 olarak tespit edilmektedir. Elbette ki tüm bunlar aile kurucularının evlilik tarihleriyle ve süreleriyle doğrudan ilgilidir. Konu bağlamında mevcut veriler gözden geçirildiğinde, en büyük çocuğu ilköğretim çağına bulunan ailelerdeki aile kurucularının evlenme tarihlerinin ortalama %10'lar düzeyinde olmak üzere 1995-2001 tarihleri arasındaki yıllarda yer aldığı, aile kurucularının toplam %66,7'sinin bu tarihlerde evlendikleri tespit edilmektedir. Bu tarihler ise aile kurucularının evlilik süreleri açısından daha çok (%54,7) 11-15 yıl evli oldukları döneme karşılık gelmektedir. Aile kurucularının 6-10 yıl evli oldukları dönem oranı %27,3, 16-20 yıl evli oldukları dönem oranı ise %13,3'tür. Ancak ilginçtir katılımcıların %1,4'ü 3-5 yıldır evli olduklarını ifade etmişlerdir. Kısa süredir evli olduklarını beyan eden ailelerden 5'inde (Toplam 9 kişiden 5'i) eşlerden birisinin daha önce bir evliliği bulunmaktadır.

Tablo 58. Evlilik Süresi

	Sayı	%
1-2 yıllık evli	2	,3
3-5 yıllık evli	9	1,4
6-10 yıllık evli	178	27,3
11-15 yıllık evli	357	54,7
16-20 yıllık evli	87	13,3

21-25 yıllık evli	16	2,5
26-30 yıllık evli	3	,5
36-40 yıllık evli	1	,2
Toplam	653	100,0

Anne-baba ve çocuğun birlikte yaşama oranı %98 civarında seyretmektedir. Çekirdek aile yapısını oluşturan bu bireylerin dışında ailenin kurucuları olan karı-kocanın anne ve babalarının da aile ile birlikte yaşama oranı %30 civarındadır. Ancak kayınpeder ile kaynananın aile ile yaşama oranı arasında küçük de olsa bir fark bulunmaktadır. Kaynananın evde yaşama oranı %30 civarında olmasına karşılık, kayınpederin çocuklarıyla birlikte aynı evde yaşama oranı %26 civarındadır. Bu farklılık kadınların erkeklerden daha uzun yaşamasıyla açıklanabilir.

Kurucuların Özellikleri

Dönemin, aile özellikleri açısından dikkat çeken farklılığı, aile kurucularının evlenme biçimlerinde açığa çıkmaktadır. En büyük çocuğu okul çağında bulunan ailelerin aile kurucularının %53,3'ü evlenme biçimi olarak “kendimiz tanışarak-aile büyüklerinin onayıyla” özelliğini ifade etmişlerdir. Bu evlenme biçimi, bu gruptaki aile için en yüksek oranlı evlenme biçimini teşkil etmektedir. Ayrıca araştırma verileri diğer aile yaşam dönemleri açısından gözden geçirilecek olursa, önemli ve ilginç bir durum tespit edilmektedir. Konuya ilişkin verileri içeren tablo gözden geçirildiğinde evlenme biçimini “kendimiz tanışarak-aile büyüklerinin onayıyla” biçiminde ifade edenlerin evlilik sürelerinin daha uzun olduğu gözlenmektedir.

Tablo 59. Evlenme Biçimi

	Sayı	%
Aile büyüklerinin kararıyla-Görüşüm alınmadan	84	12,6
Aile büyüklerinin kararıyla-Görüşüm alınarak	190	28,4
Kendimiz tanışarak-Aile büyüklerinin onayıyla	356	53,3
Kendimiz tanışarak/Aile büyükleri istemediği halde	38	5,7
Toplam	668	100,0

En büyük çocuğu ilköğretim çağında olan aile yaşam dönemindeki aile kurucularının önemli özelliklerinden birisi olarak, kendilerini tanıma biçimleri dikkat çekmektedir. Araştırma verilerine göre en büyük çocuğu ilköğretim çağında bulunan aile yapılarındaki aile kurucuları muhafazakâr bir eğilime sahiptirler. Çünkü %31 oranla kendilerini muhafazakâr, %32,7 oranla da milliyetçi olarak tanımlamaktadırlar.

Tablo 60. Katılımcıların Dünya Görüşleri

	Sayı	%
Liberal	20	3,2
Milliyetçi	205	32,7
Muhafazakâr	194	31,0
Sosyal demokrat	179	28,6
Hiçbiri	26	4,2
Diğer	2	,3
Toplam	626	100,0

Aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi, en büyük çocuğu ilköğretim çağında olan ailelerde annelerin %82,5'inin mesleği ev hanımıdır. Buna karşılık çocuksuz evlilerde annelerden ev kadını olanların oranı %57,7, en büyük çocuğun okul öncesi çağda olduğu aile yapılarında ise annenin mesleğinin ev kadını olduğu kadınların oranı %76,6'dır. Bu durum iki şekilde izah edilebilir: Birincisi çocuklar kadınları ev dışı işte çalışmaktan alıkoyan önemli bir faktördür. İkincisi ise zaman geçtikçe çalışan kadın sayısı artmaktadır. Bu dönem ailelerdeki babaların en yüksek oranla yer aldıkları meslek grubu %33,7 ile esnaf ve sanatkâr, %31,1'lik oranla da vasıfsız işsizdir. Masa başı işte memur olarak çalışanların oranı ise %11,3'tür.

Tablo 61. Kurucuların Meslekleri

	Anne		Baba	
	Sayı	%	Sayı	%
İş yeri sahibi veya ortağı	1	,1	7	1,1
Esnaf veya sanatkâr	26	3,9	221	33,7
Ev hanımı	551	82,5	-	-
Vasıflı teknik personel	13	1,9	64	9,8
Profesyonel meslek sahibi	5	,7	12	1,8
Genel Müdür, üst düzey yönetici	-	-	4	,6
Müdür, orta düzey yönetici	1	,1	7	1,1
Masa başı çalışan memur	30	4,5	74	11,3
Vasıfsız işçi	35	5,2	204	31,1
Çiftçi, balıkçı	-	-	5	,8
Emekli	2	,3	14	2,1
TSK veya Emniyet mensubu	-	-	7	1,1
İşsiz	4	,6	37	5,6
Toplam	668	100,0	656	100,0

Tablo 62. Kurucuların Yaşları

	Anne		Baba	
	Sayı	%	Sayı	%
20-24 yaş	9	1,3	2	,3
25-29 yaş	104	15,6	15	2,2
30-34 yaş	269	40,3	155	23,2
35-39 yaş	194	29,0	276	41,3
40-44 yaş	72	10,8	166	24,9
45-49 yaş	13	1,9	36	5,4
50-54 yaş	5	,7	15	2,2
55-59 yaş	1	,1	2	,3
65 + yaş	1	,1	1	,1
Toplam	668	100,0	668	100,0

En büyük çocuğu ilköğretim çağında olan aile yaşam dönemindeki aile kurucularının yaş grupları incelendiğinde, bu gruptaki aile kurucularından annenin yaş grubu ağırlıklı olarak %40,3 ile 30-34, %29 ile de 35-39'dur. Buna karşılık babaların yaş grubu %41,3 ile 35-39, %24,9 ile de 40-44 aralığında yer almaktadır. Bu da genel bir değerlendirme anne yaş ortalamasının baba yaş ortalamasına göre düşük olduğu anlamına gelmektedir. Konu bağlamında istatistiksel analiz yapıldığında anne yaş ortalamasının 36,1, baba yaş ortalamasının ise 37,6 olduğu tespit edilmiştir. Kurucular arasında erkekler lehine 1,5 yaş kadar bir fark bulunmaktadır.

Tablo 63. Kurucuların Eğitimleri

	Anne		Baba	
	Sayı	%	Sayı	%
Okuryazar değil	22	3,3	3	,5
İlköğretim	373	55,8	331	50,2
Lise	220	32,9	229	34,7
Üniversite	53	7,9	96	14,6
Toplam	668	100,0	659	100,0

En büyük çocuğu ilköğretim çağında olan aile yaşam dönemindeki aile kurucularından annelerin %55,8'inin eğitim ilköğretim, %32,9'u ise lise mezunudur. Buna karşılık babaların %50,5'inin eğitim düzeyi ilköğretim, %34,7'sinin ki ise lisedir. Genel bir değerlendirmeye babaların eğitim düzeyinin annelerinkinden görece yüksek olduğu söylenebilir. Bu da ülkemizdeki genel evlenme eğilimi açısından beklenen bir

durumdur. Zira, ülkemizde erkekler kendilerinkine oranla daha düşük eğitim düzeyine sahip eşi, kadınlar da kendilerinkine oranla daha yüksek eğitim düzeyine sahip eşi tercih etmektedirler. Bu veriler bu görüşü desteklemektedir.

Tablo 64. Annenin-Babanın Hayatlarının Çoğunu Geçirdikleri Yerleşim Yeri

	Anne		Baba	
	Sayı	%	Sayı	%
Köy	106	15,9	106	15,9
Kasaba	22	3,3	23	3,4
İlçe	125	18,7	128	19,2
Şehir	238	35,6	239	35,8
Büyükşehir	175	26,2	170	25,4
Yurtdışı	2	,3	2	,3
Toplam	668	100,0	668	100,0

Aile kurucularının toplumsal kökenlerini, kültürel aidiyetlerini belirlemek için, hayatlarının çoğunu geçirdikleri yerleşim yerine ilişkin bilgileri içeren tablo incelendiğinde, hem annenin/kadının hem de babanın/kocanın daha çok şehirde yaşadığı tespit edilmektedir. Büyükşehirde yaşayanların oranı da oldukça yüksektir. Hayatının büyük çoğunluğunu köyde geçirenlerin oranı %15,9 oranındadır. Eşler hayatlarının çoğunluğu aynı düzeyde yerleşim yerinde geçirmiş olmaları doğaldır. Çünkü bu dönemdeki eşler birbirleriyle uzun süreler geçirmiş durumdadırlar.

Ev Özellikleri

En büyük çocuğu ilköğretim çağında olan aile yaşam dönemindeki ailelerin önemli bir kesimi (%61,4) apartman dairesinde, %28,1'i, de müstakil evde yaşamaktadır. Bu oranlar bu aile yaşam dönemini diğer yaşam dönemlerinden ayrıcalıklı kılmamaktadır. Ancak oturlan evin aileye ait olma oranı (%52,1) bu dönemde önceki dönemlere göre artış kaydederken, evin kiralık olması ise (%38,2) azalma kaydetmektedir. Örneğin çocuksuz/yeni evlilerin oturdukları evin aileye ait olma oranı %43,8 olmasına karşılık, evin kira olma oranı ise %50,7'dir.

Tablo 65. Konutun Türü

	Sayı	%
Konut yok	2	,3
Çadır/baraka	1	,1
Gecekondu (sağlıksız, oturulamayacak durumda)	42	6,3
Müstakil ev	188	28,1
Apartman dairesi	410	61,4
Apartman dairesi /Zemin	25	3,7
Toplam	668	100,0

Oturulan evin oda sayısına ilişkin veriler incelendiğinde, iki değişken arasındaki istatistiksel ilişkin anlamlı ve son derece güçlü olduğu anlaşılıyor (P:0.000, C:0,390). Araştırma verilerinden ailelerin yarısının (%50,3) üç odalı evde yaşadığı, %35'inin ise 4 odalı yerde oturduğu anlaşılmaktadır. Buradaki oda sayısına salon dahil olduğuna göre ailelerin yarısının 2+1 niteliğinde evde, yaklaşık 1/3'ünün ise 3+1 niteliğinde evde oturduğu anlaşılmaktadır. Oturulan evin oda sayısına ilişkin bilgilerle evin bir başka niteliği karşılaştırıldığında, oturan müstakil evlerin yarıdan fazlasının (%60,1) 2+1 niteliğinde ev olduğu görülmektedir. Sanıldığı gibi aksine, müstakil evde oturmak, daha rahat, geniş ve lüks şartlarda yaşamak anlamına gelmemektedir. Çünkü oturan müstakil evlerin %16'sı 1+1, %17'si ise 3+1 niteliğine sahiptir. Apartman dairesinde oturanların oturdukları evin oda sayılarına ilişkin veriler incelendiğinde, önemli bir kesimin (%46,1) 2+1, (%46) 3+1 niteliğinde apartman dairesinde yaşadığı anlaşılmaktadır. 4+1 apartman dairesinde oturanların oranı sadece %2,4'tür.

Tablo 66. Evin Mülkiyet Durumu

	Sayı	%
Kendi evim	348	52,1
Kira	255	38,2
Kira ödemedi kullanan	60	9,0
Lojman	5	,7
Toplam	668	100,0

Ailelerin yaşadıkları evle ilgili sahiplik durumlarına ilişkin veriler incelendiğinde, ailelerin yarıdan fazlasının (%52,1) kendi evinde yaşadığı, %9'unun ise kira ödemesini gerektirmeyecek evde yaşadığı tespit edilmiştir. Kira karşılığı bir evde yaşayanların oranı ise %38,2'dir (Tablo.4.24). Yaşanılan evle ilgili sahiplik durumu ile yaşanılan evin niteliği bilgileri karşılaştırıldığında, yaşadığı eve sahip olanların önemli bir kesiminin (%67) apartman dairesi sahibi olduğu, %28,2'sinin ise müstakil eve sahip

olduğu anlaşılmaktadır. Gecekondu niteliğinde, sağlıksız bir eve sahip olan ve bu evde yaşayanların oranı ise %1,6'dır. Kirada oturanların çoğu (%59,6) bir apartman dairesinde oturmaktadır. Müstakil evde kira ödeyerek yaşayanların oranı da yüksektir (%24,3). Burada ilginç ve önemli bir veri ile karşı karşıyayız. Gecekondu niteliğinde, sağlıksız bir evde kira ödeyerek yaşayanların oranı görece oldukça yüksektir (%10,2). Gecekondu niteliğinde, sağlıksız bir evde yaşayan ama evin sahibi olmadığı gibi, kira da ödemeyenlerin oranı son derece yüksektir (%16,7). Evin niteliği, kira vermeme nedenini bir ölçüde açıklamaktadır.

Aile Gündemi

Aile yaşam döngüsünün üçüncü aşamasını oluşturan bu dönemde ailenin çocuk(lar)la ilgili birinci sıradaki en önemli gündemini %91 gibi son derece yüksek bir oranla eğitim oluşturmaktadır. Zira dönemi ayrıcalıklı kılan temel özellik çocuğun okula başlamasıdır. Ancak kabul etmek gerekir ki çocukla ilgili birinci öncelikli gündemin “eğitim” olmasına karşılık gündemin oranının %91 gibi son derece yüksek bir orana sahip olması çok da öngörülecek bir durum olarak düşünülmemektedir. İlginç olan bir başka durum ise aile yaşam döngüsünün hiçbir döneminde çocukla ilgili birinci öncelikli gündem konusu olarak eğitimin bu kadar yüksek düzeyde yer almamasıdır. Bu ise konu bağlamında bu dönemi farklı kılan bir özellik olarak anlam kazanmaktadır.

Tablo 67. Ailenin Gündemini Oluşturan Konular

	Genel		Çocuk		Baba		Anne	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Eğitim	111	18,8	539	91,0	68	12,5	88	16,7
Evlilik	36	6,1	7	1,2	42	7,7	93	17,7
Sağlık	270	45,7	36	6,1	219	40,3	250	47,5
İş/İşsizlik	62	10,5	2	,3	148	27,2	58	11,0
Ekonomik	111	18,8	5	,8	67	12,3	36	6,8
Diğer konular	1	,2	3	,5	-	-	1	,2
Toplam	591	100,0	592	100,0	544	100,0	526	100,0

Aile yaşam döngüsünün bu döneminde çocukla ilgili ikinci öncelikli gündem konusunun ise sağlık olduğu anlaşılmaktadır. Sağlık konusunun gündem oluşturma oranı %71'dir. Bundan sonra çocuklarla ilgili gündem maddesi olarak ekonomi gündeme gelmektedir (%21). Bu da beklenen bir durum olarak anlam kazanmaktadır. Zira çocuğun okula başlaması, aile için yeni harcamalar demektir.

Bu dönemde aile kurucularından baba/koca ile ilgili olmak üzere ailenin birinci öncelikli gündemini sağlık (%40,3) oluştururken, diğer iki önemli gündem konularını ise birbiriyle ilişkili işsizlik (%27,2) ve ekonomik (%12,3) konular oluşturmaktadır. Ailenin baba/koca ile ilgili yaygın gündemini işsizlik ve ekonomik konular oluşturduğu ailenin ikinci öncelikli gündeminden hareketle tespit etmek daha kolay hale gelmektedir. Çünkü ailenin baba/koca ile ilgili ikinci öncelikli gündem konusunu %73,2 oranıyla ekonomik konular, %17,4'lük oranla da işsizlik oluşturmaktadır.

Ailenin anne/karı ile ilgili birinci öncelikli gündemini %47,5'lik oranla sağlık, %11'lik oranla işsizlik, %6,8'lik oranla da ekonomik konular oluşturuyor. Ailenin anne/karı ile ilgili ikinci öncelikli gündemini ise %24'lük oranla sağlık, %9,9'lük oranla işsizlik oluştururken, %64,2'lik oranla ekonomik konular oluşturuyor. Burada hareketle şunu söylemek mümkündür: Ailelerin aile yaşam döngüsünün bu üçüncü döneminde ekonomik konular ailelerin değişmeyen ve baskın bir gündem konusudur. Ancak araştırmanın önemli bir bulgusu olarak ifade etmek gerekirse ailenin anne/karı ile ilgili gündem konuları arasında birinci öncelikli konular sıralamasında %17,7'lik oranla evlilik gündem teşkil ediyor. Hâlbuki baba/koca ile ilgili birinci öncelikli konular arasında evliliğin oranı %7,7 gibi görece daha düşük bir düzeyde yer almaktadır. Ancak ilginçtir anne/karı için ailenin ikinci öncelikli konuları arasında evlilik konusu hiç yer almamaktadır.

Ailenin gündem konularını aile bireylerinden ayırıp, aile bağlamında genel konular olarak dile getiren cevaplar dikkate alındığında, ailenin birinci öncelikli ilk dört gündem konusunu sağlık (%45,7), ekonomi(%18,8), eğitim (%18,8), işsizlik(%10,5) oluşturuyor. Bu sıralamada evlilik konusu ailenin genel gündem konusu olarak %6,1'e geriliyor. Bu da evlilik konusunun daha çok anne/karı ile ilgili özel bir gündem konusu olarak anlam kazandığını göstermesi açısından önemlidir. Ailenin ikinci düzeyde gündem konularını ise ekonomik konular (%75,5), işsizlik (%15,4) ve sağlık (%8,3) oluşturmaktadır.

Ailenin Gelir Özellikleri

Bu dönemdeki ailelerin gelirleri aylık olarak 12000 TL'ye kadar çıkabilmektedir. En düşük gelir belirten ailenin ise 20 TL gelir belirttiği görülmüştür. Gelirini belirten 641 aileye ait ortalama gelir 1.104 TL'lik standart sapma ile 1.362 TL'dir.

Aşağıdaki tabloda ailelerin gelir grupları verilmiştir. Buna göre 1000-1499 TL geliri olan aileler en büyük oranı (%28,7) oluşturmaktadır. 700-2999 TL arasında geliri olan ailelerin toplam içindeki payı ise %70'in üstündedir.

Tablo 68. Gelir Grupları

	Sayı	%
525 TL'den az	56	8,7
525-699 TL arası	65	10,1
700-999 TL arası	94	14,7
1000-1499 TL arası	184	28,7
1500-1999 TL arası	105	16,4
2000-2999 TL arası	82	12,8
3000 TL'den fazla	55	8,6
Toplam	641	100,0

Ailelerin ekonomik durumu dikkate alınacak olursa, en büyük çocuğu okul çağında olan ailelerin %55,1'inin borçlu olduğu anlaşılmaktadır. Ekonomik desteğe ihtiyaç hissedilince geleneksel olarak ilk planda akla gelen yakın akrabalarından destek talep etmek/yakın akrabalara borçlanılmaktadır. Aile kurucularından annenin/kadının ailesinden ekonomik yardım aldığı ifade edenlerin oranının %5,4 olmasına karşılık, babanın/kocanın ailesinden ekonomik yardım aldığı ifade edenlerin oranı ise %6,4'tür.

Borçlu olanların borçlarının önemli bir kısmının bankaya olduğu tespit edilmiştir. Bankaya borçlu olduğunu ifade edenlerin oranı %41,3, kredi kartı aracılığıyla yine bankaya borçlandığını ifade edenlerin oranı ise %12,5'tir. Bunların dışında görece daha düşük oranlarda olmak üzere bakkal/market/esnafa borçlu olanların oranı %8,7, arkadaşına borçlu olduğunu ifade edenlerin oranı ise %11,7'dir.

Tablo 69. Alacaklılar

	Sayı	%
Bakkal,Market,Esnaf	32	8,7
Mobilyacı	16	4,3
Tarım kredi koop. , Esnaf k. Koop.	1	,3
Beyaz eşya	13	3,5
Arkadaşına,elden,şahıslara, akrabalara	43	11,7
Banka (Kredi)	152	41,3
Kredi kartları	46	12,5
Dershane,Kurs,Eğitim,Okul	4	1,1
Kömür,odun	3	,8
Eczane,sağlık	1	,3
Elektrik-su faturalar, doğalgaz	4	1,1

Ev tadilatı, inşaat	14	3,8
Kira	5	1,4
Taksitler	10	2,7
Mağaza, giyim	6	1,6
İptek bocu, icra	1	,3
Vergi, maliye	3	,8
Ev ihtiyacı	2	,5
İş yerine	2	,5
Ticari	3	,8
Otomobil, araç	6	1,6
Araç tamirâtı	1	,3
Toplam	368	100,0

Tablo 70. Borçlanma Kaynakları

	Sayı	%
Aile büyüklerinden	150	22,5
Arkadaşlardan-akrabalardan	202	30,2
Bankadan	285	42,7
Borçlanmam, borç almam	31	4,6
Toplam	668	100,0

Modern zihniyetin/ yaşam tarzının gereklerine uygun olarak, borçlanma ihtiyacı açığa çıktığında öncelikle tercih edilen yer bankadır. En büyük çocuğun okul çağında olduğu ailelerin %42,7'si, ihtiyaç hissettikleri zaman bankaya borçlandıklarını ifade etmişlerdir. Bu eğilim, borçluların borçlandıkları yere ilişkin bilgilerle örtüşmektedir. Arkadaşlarına/akrabalarına borçlanmayı tercih ettiğini ifade edenlerin oranı ise %30,2'dir.

Tablo 71. Tasarrufları Değerlendirme Biçimi

	Sayı	%
Döviz alıyoruz	18	2,7
Altın alıyoruz	44	6,6
Bankaya yatırıyoruz	44	6,6
Borsada hisse senedi olarak değerlendiriyoruz	2	,3
Özel finans kurumlarında katılım hesabı açıyoruz	1	,1
Gayrimenkul alıyoruz	13	1,9
Tasarruf yapmıyoruz	543	81,3
Eldede biriktiriyoruz	3	,4
Toplam	668	100,0

Katılımcılara tasarruf yapıp/yapmadıkları sorusu yöneltilmiştir. En büyük çocuğun okul çağında olduğu ailelerin %81,3'ü tasarruf yapmadığını ifade etmiştir. Tasarruf yapma imkânına sahip olanların tasarruflarını değerlendirme tarzları içinde altın almak ve bankaya yatırmak en yaygın yöntemleri oluşturmaktadır.

Tüketim Davranışları

En büyük çocuğu ilköğretim çağında olan ailelerin %41,8'i boş zamanlarında birinci öncelikli olmak üzere TV izlediklerini ifade etmişlerdir. Yine birinci öncelikli olmak üzere bu ailelerin %18,7'si boş zamanlarını değerlendirmek için evde oturup aile bireyleri ile sohbet ettiklerini, %15,1'i ise alışverişe çıktıklarını ifade etmişlerdir. Yakınlarını ziyaret ettiğini ifade edenlerin oranı ise %9,7'dir. Boş zamanları değerlendirme tarzı ile ilgili olarak ikinci öncelikle yapılan/tercih edilen şey %28,6 ile TV seyretmek, %22,1 ile yakınları ziyaret etmek, %11,1'de pikniğe gitmenin tercih edildiğini tespit ediyoruz. İkinci aşamada tercih edilen biçimiyle evde oturup aile bireyleriyle sohbet etme oranı ise %23,7'dir.

Tablo 72. Boş Zamanları Değerlendirme

İlk tercih	Sayı	%
Alışveriş yaparız	101	15,1
Pikniğe gideriz	49	7,3
Evde oturur sohbet ederiz	125	18,7
Televizyon seyrederiz	279	41,8
Yakınlarımızı ziyaret ederiz	65	9,7
Özel bir şey yapmayız	14	2,1
Gezeriz	6	,9
Çocukların dersleriyle ilgileniriz	2	,3
Kitap okuruz	4	,6
İbadet ederiz	1	,1
Sinema tiyatro	3	,4
Örgü, el işi	5	,7
Ders yaparız	1	,1
Çocuklarla ilgileniriz	8	1,2
Ev işi	2	,3
Bahçe düzenleme	2	,3
İnternet	1	,1
Toplam	668	100,0

İkinci Tercih	Sayı	%
Alışveriş yaparız	62	10,8
Pikniğe gideriz	64	11,1
Evde oturur sohbet ederiz	136	23,7
Televizyon seyrederiz	164	28,6
Yakınlarımızı ziyaret ederiz	127	22,1
Gezeriz	6	1,0
Kitap okuruz	4	,7
İbadet ederiz	1	,2
Sinema tiyatro	5	,9
Örgü, el işi	1	,2
Fal bakarız	1	,2
Spor yaparız	1	,2
Çocuklarla ilgileniriz	2	,3
Toplam	574	100,0

Aile özellikleri arasında, bahsedilen olgusal özelliklere ilaveten, aile bireylerinin bazı alışkanlıkları ve yaşama tarzları dikkate alınacak olursa; bu bağlamda olmak üzere öncelikle aile bireylerinin TV seyretme durumlarına ilişkin araştırma verileri dikkate alınabilir. En büyük çocuğu ilköğretim çağında olan ailelerin %48,7'sinde günlük TV izleme oranınının 3-4 saat olduğu tespit edilmiştir. Buna karşılık %19'luk bir kesim ise günde 5-6 saat TV izlediğini ifade etmiştir. Günde 7 saatten fazla TV izleyenlerin oranı ise %7'dir. Geri kalanlar ise 1-2 saat TV izlediklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 73. Ailece TV İzme Süresi (Günlük)

	Sayı	%
1-2 saat	165	24,7
3-4 saat	325	48,7
5-6 saat	127	19,0
7 saatten fazla	47	7,0
Evde TV yok	4	,6
Toplam	668	100,0

TV'nin bu kadar çok izlenmesi, aile bireylerinin en temel gündelik faaliyetleri arasında TV izlemenin yer alması, ne tür programlar daha fazla izleniyor sorusuna yönelik bir ilgiyi gündeme getirmektedir. Bu bağlamda yöneltilmiş soruya alınan cevaplar ailelerin birinci öncelikle daha çok haber programları (%44,5) ve yerli dizi (%33,5) izlediğini açığa çıkarmıştır. İlk tercih olarak eğlence ve müzik programlarını izlediğini ifade edenlerin oranı %4,3'tür. En büyük çocuğu ilköğretim çağında bulunan bu ailelerin %3,9'unda ise çizgi filmlerin izlendiği tespit edilmektedir. İkinci öncelikli izlenen programlar ile ilgili cevaplar dikkate alındığında ise haber programlarını izleme oranınının birinci öncelikliye göre yarı yarıya düştüğü (%19,9), buna karşılık eğlence ve müzik programlarını izleme oranı %9'a çıkarken, spor programları, kadın programları, tartışma/sohbet programları %5-10 arası izlenme oranına ulaştığı anlaşılmaktadır.

Tablo 74. Aile Olarak TV'de Seyredilen Program Türü

İlk tercih			İkinci Tercih		
	Sayı	%		Sayı	%
Haber	297	44,5	Haber	129	19,9
Eğlence/müzik	29	4,3	Eğlence/müzik	58	9,0
Yerli dizi	224	33,5	Yerli dizi	202	31,2
Yabancı dizi	11	1,6	Yabancı dizi	18	2,8
Belgesel	10	1,5	Belgesel	31	4,8
Kadın programları	15	2,2	Kadın programları	30	4,6
Tartışma/sohbet	8	1,2	Tartışma/sohbet	41	6,3
Spor programları	13	1,9	Spor programları	47	7,3
Yerli sinema	6	,9	Yerli sinema	20	3,1
Yabancı sinema	11	1,6	Yabancı sinema	20	3,1
Çizgi film	26	3,9	Çizgi film	29	4,5
Yarışmalar	7	1,0	Yarışmalar	20	3,1
Dini programlar	6	,9	Dini programlar	1	,2
Çocuk programları	1	,1	Ekonomi	1	,2
Evde TV yok	4	,6	Toplam	647	100,0
Toplam	668	100,0			

Eve gazete almakla ilgili soru, en büyük çocuğu okul çağında olan ailelerin yaklaşık yarısının (%47,6) evine hiç gazete almadığını ortaya koymuştur. Buna karşılık düzenli olarak her gün gazete aldığını ifade edenlerin oranı %22,3'tür. Diğerleri ise düzensiz olarak gazete aldığını ifade etmişlerdir.

Tablo 75. Eve Günlük Gazete Alma

	Sayı	%
Evet düzenli olarak alırız	149	22,3
Düzensiz olarak alırız	201	30,1
Hayır günlük gazete almamız	318	47,6
Toplam	668	100,0

Katılımcıların evlenme biçimleri ile gazete satın alma sıklıkları ilişkisi dikkate alındığında, yapılan ki-kare testi sonucuna göre iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir (P=0,001). Evine düzenli veya düzensiz olarak gazete alanların daha çok kendi aralarında tanışarak ve aile büyüklerinin onayıyla evlenenler olduğu, gazete almayanların ise daha çok aile büyüklerinin kararıyla ama görüşleri alınmadan evlenenler olduğu tespit edilmiştir.

Ailelerin tüketim eğilimlerine, davranışlarına ilişkin bir dizi soru yöneltilmiş ve en büyük çocuğun ilköğretim çağında bulunduğu ailelerin yaşam döngüsünün üçüncü döneminde tüketim eğilimlerinin/davranışlarının niteliklerini ve niceliklerini belirlemek amaçlanmıştır. Konu bağlamında yer alan veriler üç ayrı başlık altında değerlendirileceklerdir. Bunlar harcamalar, tüketim kararı ve satın alma kriterleridir.

Harcamalar

Ailelerin özellikle temel gıda ürünlerinde tüketim sıklıklarının, aile yaşam döngüsünde dönemler arası farklılaşmaya neden olup olmadığını tespit etmek için, konu bağlamında katılımcılara yöneltilmiş soruların cevapları gözden geçirildiğinde, temel gıda ürünlerinde tüketim sıklıklarının ayrıştırmacı bir niteliğe sahip olmadığı tespit edilmiştir. Et ürünleri, süt ürünleri, sebze ve meyve tüketim sıklığıyla ilgili olarak dönemlerin büyük oranda benzeştikleri, mevcut farklılığında anlamlı bir farklılık düzeyini işaret etmediği gözlenmektedir.

Tablo 76. Sebze, Meyve, Et ve Süt Tüketme Sıklığı

	Et ve ürünleri		Süt ve ürünleri		Sebze		Meyve	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Hiç	56	8,4	12	1,8	3	,4	7	1,0
Ayda bir kez	167	25,0	23	3,4	30	4,5	30	4,5
Haftada bir kez	226	33,8	86	12,9	77	11,5	82	12,3
Haftada birkaç kez	172	25,7	140	21,0	185	27,7	152	22,8
Hemen hemen her gün	47	7,0	407	60,9	373	55,8	397	59,4
Toplam	668	100,0	668	100,0	668	100,0	668	100,0

Ailelerin gıda harcama miktarları aile yaşam döngüsünün dönemlerinde bir farklılaşmaya neden olup olmadığını tespit etmek için, konu ile ilgili veriler gözden geçirildiğinde temel gıda ürünlerinin sıklığında karşımıza çıkan benzeşme, harcama miktarlarında da karşımıza çıkmaktadır. Ailelerin temel gıda harcamalarıyla ilgili veriler, ailelerin hangi yaşam döneminde olursa olsun ortalama %70 oranında aylık 100-400 TL civarında harcama yaptıkları tespit edilmiştir. Harcama miktarının %30'u ise 200-300 TL aralığında gerçekleşmektedir. Aile yaşam döngüsü dönemleri arasındaki farklılaşma istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılaşmaya yol açmamaktadır.

Temel gıda ürünlerinin tüketilme sıklığının aile yaşam döngüsünde dönemler arası farklılığa yol açmamasına karşılık, aile olarak dışarıda yemek yeme alışkanlığının dönemselsel farklılığa yol açtığı tespit edilmiştir. Aile yaşam dönemleri ile ailece dışarıda yemek yeme sıklığı arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve güçlü sayılabilecek bir ilişki bulunduğu anlaşılmıştır. Katılımcılara yöneltilmiş olan “aile olarak dışarıda

(lokanta ve vb. yerlerde) yemek yeme sıklığınız nedir?” sorusuna alınmış cevaplar bu farklılığın ayrıntılarını ortaya koymaktadır.

Konu ile ilgili verilerin bulunduğu tablo gözden geçirildiğinde aile yaşam döngüsünün ilk dönemlerinde haftada birkaç kez sıklığında dışarıda yemek yenilmesine karşılık, haftada bir kez dışarıda yemek yenilmede azalma gözlenmektedir. Aile yaşam döngüsünün ilk dönemlerinde, özellikle de ilk iki döneminde dışarıda yemek yenilme sıklığı on beş günde bir sıklığında kayda değer bir farklılaşma olduğu dikkat çekmektedir. Genel bir değerlendirmeye, aile yaşam döngüsünün ilk dönemlerinde ailece dışarıda yemek yenilme sıklığı görece daha seyrek, ileri dönemlerinde ise görece daha sık gerçekleşmektedir. Hâlbuki özellikle aile yaşam döngüsünün sonraki dönemlerinde ekonomik ihtiyaçlar daha fazlaştığı için bu durumun tersi beklenirdi ancak beklenti ile olgu örtüşmemiş olması ilginç ve önemli bir bulgu değerine kavuşmaktadır.

Ailelerin dışarıda yemek yeme sıklıklarının aile yaşam döngüsü dönemleri arasında yol açtığı farklılık, beklentiye uygun olarak, dışarıda yenilen yemek harcama miktarlarında da farklılığa yol açmaktadır. Aile yaşam döngüsünün dönemleri ile dışarıda yenilen yemek harcama miktarları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir ($P=0,008$). Aile yaşam döngüsünün en büyük çocuğun okul çağında olduğu döneminde dışarıda yenilen aylık yemek harcamalarının miktarları şu şekilde belirlenmiştir: %12,5 oranında 20 TL'den az, %26,4'ü 20-49 TL arasında, %35,6'i 50-99TL arasında ve %25,5'i de 100TL'den fazla harcama yapmaktadır.

Tablo 77. Aile Olarak Dışarıda (Lokanta Vb. Yerlerde) Yemek Yeme Sıklığı

	Sayı	%
Hiç	307	46,0
Ayda bir kez	268	40,1
Haftada bir kez	70	10,5
Haftada birkaç kez	19	2,8
Hemen her gün	4	,6
Toplam	668	100,0

Aile yaşam döngüsünün üçüncü aşamasını oluşturan en büyük çocuğun ilköğretim çağında bulunduğu ailelerin dışarıda (lokanta vs) yemek yeme sıklıklarıyla ilgili veriler gözden geçirildiğinde, ailelerin yarısına yakını (%46) dışarıda yemek yemeye çıkmadıklarını ifade etmişlerdir. Ayda bir defa dışarıda yemek yediklerini ifade edenlerin oranı ise %40,1'dir.

Ailelerin borçluluk durumlarıyla, dışarıda yemek yeme sıklıkları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($P=0,001$). Araştırma verilerine göre borcu olduğunu ifade edenlerin %53,5'i çok seyrek olmak üzere ailece dışarıda yemek yediklerini ifade etmişlerdir. Buna karşılık borcu olmadığını ifade edenlerin %36,7'si çok seyrek olmak üzere ailece yemek yemeye çıktıklarını ifade etmişlerdir.

Aile yaşam döngüsünün üçüncü aşamasını oluşturan en büyük çocuğun ilköğretim çağında bulunduğu ailelerdeki harcamalarla ilgili ayrıntılı bilgilere ulaşmak için kadın, erkek, çocuk giyim harcamalarının miktarlarına ilişkin verileri gözden geçirmek yararlı olacaktır. Ailelerin geçirildiğinde; harcama türlerinde ve harcama miktarlarında üç ürüne ilişkin harcama miktarında değişkenler arasında istatistiksel açıdan anlamlı ($P<0,05$) ve görece yüksek ilişki bulunduğu tespit edilmiştir (C değerleri: kadın giyim harcamaları: 0,278; erkek giyim harcamaları: 0,265; çocuk giyim harcamaları: 0,205).

Tablo 78. Aylık Harcama Bilgileri

	N	Medyan TL	En az TL	En çok TL	Ortalama TL	Standart Sapma	Ortalama / Ortalamalar Toplamı
Gıda harcamaları	666	250,00	5	2000	304,06	218,210	0,110
Kadın giyim harcamaları	592	25,00	1	500	43,94	56,220	0,016
Erkek giyim harcamaları	574	20,83	1	600	41,85	55,689	0,015
Çocuk giyim harcamaları	621	33,33	2	500	54,24	60,724	0,020
Kira gideri	258	300,00	25	1000	338,10	147,224	0,123
Yakıt (konut için) gideri	503	70,00	4	350	86,10	59,941	0,031
Eğitim harcamaları	552	80,00	2	1500	109,97	137,950	0,040
İletişim (telefon, internet vb.) harcamaları	594	50,00	2	583	60,48	52,133	0,022
Sağlık harcamaları	341	30,00	1	500	47,70	59,242	0,017
Konut (kooperatif, arsa vs.) yatırımları	34	215,00	8	1800	367,65	427,579	0,133
Ulaşım harcamaları	457	70,00	2	2000	98,25	128,955	0,036
Eğlence, kültür-sanat harcamaları	175	50,00	1	300	53,81	48,431	0,020
Su, Elektrik, Gaz harcamaları	657	100,00	5	833	112,32	74,958	0,041
Alkollü içecek harcamaları	69	50,00	4	300	79,21	69,037	0,029
Sigara harcamaları	380	150,00	6	1300	151,70	110,358	0,055
Hediye (düğün, sünnet vs.) harcamaları	216	20,83	1	700	42,23	74,811	0,015
Lokanta ve otel harcama türüne aylık ne kadar harcıyorsunuz?	208	50,00	4	600	66,81	72,952	0,024
Mobilya harcamaları	57	65,00	8	700	98,67	110,390	0,036
Beyaz eşya harcamaları	62	50,00	1	250	72,52	59,337	0,026
Kişisel bakım ürünleri (parfüm vb.) harcamaları	379	30,00	2	1200	46,43	75,721	0,017
Oyuncak harcamaları	230	20,00	1	250	24,71	28,242	0,009
Bakım hizmeti (çocuk veya yaşlı için) harcamaları	52	50,00	8	650	84,71	118,976	0,031
Otomobil sahipliği harcamaları	101	100,00	3	1000	163,45	184,681	0,059
Diğer harcamalar	12	148,33	8	450	205,28	151,001	0,075
			105	19866	2754,19		1,000

Bu dönemdeki ailelerin tüm kalemler en üst limitten alındığında 20.000 TL'ye yakın gider olduğu görülmektedir. Bu dönemdeki ailelerin ortalama harcamalarının toplamı ise 2.754TL olarak bulunmuştur. En büyük çocuğu ilköğretim çağıında olan ailelerin ortalama gelirlerinin yaklaşık olarak 1.632 TL olduğu hatırlanırsa daha gerçekçi bir değerlendirme yapılmış olur.

Ancak bazı kalemlere bu dönemdeki ailelerin ortalama olarak gelirleri içinde oransal olarak en çok yer tutan harcama kalemi konut edinme için yapılan harcamalar oluşturmaktadır. Bundan sonra kira giderleri, gıda gelirleri, otomobil giderleri ve sigara harcamaları sırayla takip etmektedir.

Tüketim Kararları

Bireysel veya ailenin genel kullanımı için ihtiyaç hissedilen ürün veya hizmetlerin edinilmesiyle ilgili kararların aile içinde alınmasında kimin etkili olduğunu tespit etmek amacıyla yöneltilen sorulara ilişkin cevaplar, söz konusu kararda kimin etkili olduğunu belirleme imkânı sağlamış bulunuyor. En büyük çocuğu okul çağıında bulunan ailelerde ihtiyaç hissedilen ürün veya hizmetlerin edinilmesiyle ilgili kararların alınmasında kimin etkili olduğuna ilişkin verileri içeren tablo gözden geçirilecek olunursa; Aile kurucularından babanın/kocanın, alınmasında daha etkili olduğu ürün ve hizmetler şunlardır: kendi giysisi (%62,9), kendisinin ihtiyaç hissettiği erkek bakım ürünleri (%62,7), bilgisayar, telefon vs gibi elektronik eşyalar (% 45,3).

Tablo 79. Satınalma Kararında Etkili Kişiler

	%				
	Baba	Anne	Çocuk	Anne-baba birlikte	Toplam
Gıda	19,0	51,2	,8	29,0	100,0
Temizlik	9,8	66,9	,6	22,7	100,0
Babanın giyimi	63,1	12,7	,3	23,9	100,0
Annenin giyimi	6,5	70,5	,5	22,5	100,0
Çocuğun giyimi	7,8	41,6	13,2	37,4	100,0
Erkek bakım ürünleri	63,0	15,1	,7	21,3	100,0
Kadın bakım ürünleri	3,9	76,8	,5	18,8	100,0
Oyuncak	6,7	28,4	25,9	39,0	100,0
Beyaz eşya	13,8	14,1	1,2	71,0	100,0
Mobilya	12,7	13,7	1,2	72,4	100,0
Otomobil	35,8	5,1	,9	58,2	100,0
Ev sahibi olma	16,0	6,3	,9	76,8	100,0
Okul/dershane seçimi	14,7	11,7	4,1	69,5	100,0
Tatil	13,5	10,0	1,1	75,4	100,0
İletişim (telefon, internet)	41,8	10,1	1,3	46,8	100,0
Ev tekstil (perde, örtü vs.)	5,9	57,8	,7	35,6	100,0
Eğlence (sinema, tiyatro)	14,3	12,8	5,9	66,9	100,0
Gazete / dergi	37,3	15,7	2,6	44,4	100,0
Takı / mücevher	8,9	49,1	1,8	40,2	100,0
Elektronik aletler (bilgisayar, cep telefonu vs.)	45,6	6,9	2,4	45,1	100,0

Aile kurucularından annenin/kadının, alınmasında daha etkili olduğu ürün ve hizmetler ise şunlardır: Gıda ürünleri (%51,2), temizlik ürünleri (%66,9), kendi giysisi (70,5), çocuk(lar)ın giysisi (%41,6), kendisinin ihtiyaç hissettiği kadın bakım ürünleri (%76,8), perde, örtü gibi ev tekstil ürünleri (%57,8), takı/mücevher (%49,1).

Aile kurucularından annenin ve babanın, satın alınmasında birlikte karar verdikleri, birlikte verilen kararlarının daha etkili olduğu ürün ve hizmetler ise şunlardır: Oyuncak (39,0), beyaz eşya (%71), mobilya (%72,4), otomobil (%58,2), ev (%76,8), okul/dershane (%69,5), tatil (%75,4), iletişim hizmetleri (%46,8), Kültür, sanat, eğlence (%66,9), gazete/dergi (%44,4).

En büyük çocuğu okul çağında bulunan ailelerde ihtiyaç hissedilen ürün veya hizmetlerin edinilmesiyle ilgili kararların alınmasında çocukların diğer karar unsurlarına göre daha etkili olduğu herhangi bir ürün bulunmadığı tespit edilmiştir. Çocukların en çok etkili olduğu ürün oyuncaktır (%25,8). Oyuncak alımında çocukların karara etkisi ise annenin ve anne-baba birlikteliğinin etkisinde daha düşüktür. Çocukların oyuncaktan sonra en çok etkili olduğu ürün ise kendi giysileridir (%13,2). Çocuk giysisi alımında çocukların karara etkisi ise annenin ve anne-baba birlikteliğinin etkisinden daha düşüktür.

Toplamda 20 kalem üründen 10 tanesinde anne-baba birlikte karar verirken, 7 kalem üründe anne daha etkili, 3 kalem üründe ise baba daha etkilidir. Konuya ilişkin veriler genel bir değerlendirmeye tabi tutulacak olursa aile bireyleri veya ailenin genel kullanımı için ihtiyaç hissedilen ürün veya hizmetlerin edinilmesinde kadının/annenin etkisi babaya/kocaya veya çocuklara göre oldukça yüksektir ve yaygındır.

Satın Alma Kriterleri

Bireysel veya ailenin genel kullanımı için ihtiyaç hissedilen ürün veya hizmetlerin edinilmesiyle ilgili satın alma kriterlerinin neler olduğunu tespit etmek amacıyla yöneltilen sorulara ilişkin cevaplar, ürün veya hizmetlerin edinilmesinde etkili olan kriterleri belirleme imkânı sağlamış bulunuyor. En büyük çocuğu okul çağında bulunan ailelerde ihtiyaç hissedilen ürün veya hizmetlerin satın alınma kriterleri ile ilgili verilerin bulunduğu tablo gözden geçirilecek olursa; ürün veya hizmetin markasının o ürün veya hizmetin satın alınmasında diğer kriterlere göre daha etkili olduğu herhangi bir ürün veya hizmet bulunmamaktadır. Satın alınmasında markasının en etkili olduğu ürün/hizmet otomobil (%20,5), gazete/dergi (%11) ve elektronik ürünlerdir (%14,7).

Tablo 80. Satınalma Karar Kriterleri

	%				
	Marka	Kalite	Fiyat	İnançlara uygunluk	İhtiyaca uygunluk
Gıda	8,5	35,7	35,4	2,4	18,0
Temizlik	9,2	30,3	40,1	,8	19,6
Babanın giyimi	9,2	23,3	41,8	1,1	24,6
Annenin giyimi	8,5	21,5	43,5	1,7	24,8
Çocuğun giyimi	8,6	22,9	41,5	1,2	25,8
Erkek bakım ürünleri	8,9	25,8	33,2	1,0	31,1
Kadın bakım ürünleri	9,0	26,7	32,6	1,2	30,6
Oyuncak	2,7	13,8	45,8	,9	36,8
Beyaz eşya	16,6	24,2	22,1	,8	36,2
Mobilya	12,2	27,6	24,0	,7	35,5
Otomobil	20,5	17,9	26,7	,7	34,3
Ev sahibi olma	2,1	15,7	36,0	1,0	45,2
Okul/dershane seçimi	3,2	34,5	29,5	1,2	31,7
Tatil	1,2	11,6	43,8	2,0	41,5
İletişim (telefon, internet)	5,1	13,6	44,0	1,0	36,3
Ev tekstil (perde, örtü vs.)	4,5	23,3	34,8	,5	37,0
Eğlence (sinema, tiyatro)	2,5	11,8	39,1	2,3	44,2
Gazete / dergi	11,0	14,3	31,1	3,9	39,8
Takı / mücevher	3,7	14,0	41,6	,9	39,9
Elektronik aletler	14,7	19,7	29,6	,6	35,3

En büyük çocuğu okul çağında bulunan ailelerde ihtiyaç hissedilen ürün veya hizmetlerin satın alınmasında mal veya hizmetin kalitesinin o mal veya hizmetin satın alınmasında diğer kriterlere göre daha olduğu mal veya hizmetler şunlardır: Gıda ürünleri (%35,7), okul/dershane (%34,5).

İhtiyaç hissedilen ürün veya hizmetlerin satın alınmasında ürün veya hizmetin fiyatının o ürün veya hizmetin satın alınmasında diğer kriterlere göre daha etkili olduğu ürün ve hizmetler şunlardır: temizlik ürünleri (%40,1), babanın giysisi (%41,8), annenin giysisi (%43,5), çocuk(lar)ın giysisi (%41,5), erkek bakım ürünleri (%33,2), kadın bakım ürünleri (%32,6), oyuncak (%45,8), tatil (%43,8), iletişim hizmetleri (%44), takı/mücevher (%41,6).

İhtiyaç hissedilen ürün veya hizmetlerin satın alınmasında ürün veya hizmetin inanca/dine uygunluğunun o ürün veya hizmetin satın alınmasında diğer kriterlere göre daha etkili olduğu ürün ve hizmet bulunmamaktadır. Bir ürün veya hizmetin

satın alınmasında o ürün veya hizmetin inanca uygunluğunun en etkili olduğu ürün/hizmet gazete/dergi (%3,9) ve gıda ürünleridir (%2,4).

İhtiyaca uygunluğun bir ürün veya hizmetin satın alınmasında diğer satın alma kriterlerine göre en etkili olduğu ürün veya hizmetler şunlardır: Beyaz eşya (%36,2), mobilya (%35,5), otomobil (%34,3), ev (%45,2), ev tekstili (%37), kültür, sanat, eğlence (%44,2), takı/mücevher (%39,9), elektronik ürünler (35,3).

En büyük çocuğun okul çağında bulunduğu ailelerde ihtiyacı hissedilen mal veya hizmetin satın alınmasında etkili olan kriterler dikkate alındığında, genel bir değerlendirmeyle en etkili kriterin mal veya hizmetin fiyatı olduğu (10 kalem üründe), bu kriteri “ihtiyaca uygunluk” kriteri (8 kalem üründe) takip etmektedir. Kalite sadece iki kalem üründe satın alma kriteri olarak kullanılmaktadır.



4. YETİŞKİN ÇOCUĞU OLAN AİLELER

Aile Yaşam Döngüsünün bir aşaması da yetişkin çocuklu aile dönemidir. Yaşam dönemleri içinde en uzun dönemdir. En büyük çocuğun ergenlik çağına gelmesinden başlayarak son çocuğun da evden ayrılarak kurucu eşleri baş başa bıraktığı zamana kadar geçen süreyi kapsamaktadır. Bu durum çocuk sayısına, çocukların cinsiyetine göre ve çocukların iş bulma ya da evlenme yaşlarına göre değişebilmektedir.

Bu dönemdeki ailelerin çocuklarının yaşları 14'ten büyüktür. Üst limit çok seyrek de olsa 35 yaşının üstüne kadar çıkabilmektedir. Türkiye'de kurucu anne-babalar için çocuk –kaç yaşında olursa olsun- çocuk olarak görüldüğü için bu dönem hem yaygın olarak görülen bir dönem hem de uzun bir zaman süresini de içermektedir.

Aile Özellikleri

Aile yaşam dönemleri içinde en uzun dönemlerden birini yetişkin çocuğun olduğu oluşturmaktadır. Bundan dolayı bu grubum toplam içindeki oranı da yüksek çıkmıştır.

Tablo 81. Evlilik yaş grupları

	Sayı	%
1-2 yıllık evli	2	,2
6-10 yıllık evli	9	,8
11-15 yıllık evli	32	2,9
16-20 yıllık evli	330	29,6
21-25 yıllık evli	279	25,0
26-30 yıllık evli	223	20,0
31-35 yıllık evli	140	12,6
36-40 yıllık evli	51	4,6

	Sayı	%
1-2 yıllık evli	2	,2
6-10 yıllık evli	9	,8
11-15 yıllık evli	32	2,9
16-20 yıllık evli	330	29,6
41 ve daha fazla yıldır evli	49	4,4
Toplam	1115	100,0

Bu dönemdeki ailelerin çoğu (%97,1) 16 yıldan daha fazla süreden beri evli bulunmaktadır. 35 yıldan daha uzun süreden beri evli olan ailelerden sonra bu kategoride büyük bir azalma olduğu görülmekte, 41 yıldan daha fazla süredirolan evli ailelerinde bu kategoride yer aldığı gözlenebilmektedir. Çocuğun yaşı baz olarak ele alındığında 14 yaşındaki bir çocuğun ailenin kuruluşunun 15. yılında olduğu varsayımıyla bu dönen 20 yıldan fazla sürmektedir. Kısa süre evli olduğu halde bu dönemi yaşayan ailelerden en az çiftlerden birisi için ikinci evlilik olduğu düşünülerek tablo açıklanabilmektedir. Bu döneme ait ailelere ilişkin verilere göre 34 erkek ve 15 kadın için yaşadıkları evlilik ikinci evlilikleridir.

Bu dönemdeki ailelerin çoğunun kurulma biçiminde aile büyüklerinin onayı ve kendilerinin rızası vardır. Az sayılamayacak ölçüde görüşü alınmadan evlendirilen aileler bulunmaktadır. Ailenin onayını almadan evlenenler de bulunmaktadır.

Tablo 82. Evlenme Biçimi

	Sayı	%
Aile büyüklerinin kararıyla-görüşüm alınmadan	185	16,2
Aile büyüklerinin kararıyla-görüşüm alınarak	448	39,2
Kendimiz tanışarak-Aile büyüklerinin onayıyla	453	39,6
Kendimiz tanışarak/Aile büyükleri istemediği halde	57	5,0
Toplam	1143	100,0

Kendi rızası olmadan evlenen 185 kişiden 155 tanesi kadın ve 30 tanesi erkektir. Başka bir ifadeyle bu dönemdeki ailelerin içinde sadece kadınlar kadar olmasa da erkekler de kendi görüşleri alınmadan aile kararlarıyla evlendirilmişlerdir.

Tablo 83. Son Beş Yıl İçinde Dini Düşünce ve İbadetlerde Değişim

	Dini duygularınızda ve düşüncelerinizde		Dini yaşantılarınızda (ibadetler konusunda)	
	Sayı	%	Sayı	%
Artış oldu	246	21,5	253	22,1
Değişiklik yok	869	76,0	865	75,7
Azalış oldu	28	2,4	25	2,2
Toplam	1143	100,0	1143	100,0

Bu dönemdeki kurucuların çok büyük bir çoğunluğu son beş yıl içinde dini düşünce ve dini yaşantıda önemli değişiklik olmadığını ifade etmektedirler. Artış olduğunu söyleyenler ikinci büyük oranı oluşturmaktadır.

Kurucuların özellikleri

Aile yaşam döngüsünün bu döneminde yer alan kuruculardan erkeklerin 40-59 yaş grubunda yer aldığı görülmektedir. Kadınlarda ise bu dönem 35-54 yaş aralığında bir yığılmaya karşılık gelmektedir.

Tablo 84. Kurucuların Yaşları

	Erkek		Kadın	
	Sayı	%	Sayı	%
20-24 yaş	1	,1	1	,1
25-29 yaş	3	,3	1	,1
30-34 yaş	11	1,0	49	4,3
35-39 yaş	84	7,3	235	20,6
40-44 yaş	248	21,7	300	26,2
45-49 yaş	290	25,4	252	22,0
50-54 yaş	252	22,0	177	15,5
55-59 yaş	146	12,8	68	5,9
60-64 yaş	50	4,4	39	3,4
65 + yaş	58	5,1	21	1,8
Toplam	1143	100,0	1143	100,0

Tabloda görüldüğü gibi yetişkin çocuklu aile dönemini yaşayan ailelerde kurucu annelerin de kurucu babaların da çoğunluğunun ilköğretim mezunu olduğu anlaşılmaktadır. Bundan sonra lise mezunları ikinci büyük grubu oluşturmaktadır. Ancak dikkat çeken nokta, eğitim düzeyi olarak erkeklerin kadınlardan nispi olarak daha yüksek olduğudur. Bu durum Türkiye gerçekleriyle örtüşmektedir.

Tablo 85. Kurucuların Eğitimleri

	Erkek		Kadın	
	Sayı	%	Sayı	%
Okuryazar değil	22	2,0	82	7,2
İlköğretim	651	57,8	759	67,0
Lise	342	30,3	240	21,2
Üniversite	112	9,9	51	4,5
Toplam	1127	100,0	1132	100,0

Bu dönemde bulunan ailelerin kurucularından olan annelerin çok büyük bir çoğunluğu “ev hanımı”dır. Erkeklerde bu kadar büyük bir yığılma sözkonusu değildir. Buna göre esnaf ve sanatkarlar, işçiler ve emekliler toplandığında bile ev hanımı olanların oranına yetişememektedir.

Tablo 86. Kurucuların Meslekleri

	Erkek		Kadın	
	Sayı	%	Sayı	%
Esnaf veya sanatkar	313	28,0	42	3,7
Ev hanımı	-	-	941	82,5
Vasıflı teknik personel	56	5,0	7	,6
Profesyonel meslek sahibi	30	2,7	4	,4
Genel Müdür, üst düzey yönetici	3	,3	2	,2
Müdür, orta düzey yönetici	7	,6	4	,4
Masa başı çalışan memur	70	6,3	33	2,9
Vasıfsız işçi	292	26,1	39	3,4
Öğrenci	-	-	1	,1
Emekli	263	23,5	63	5,5
İşsiz	58	5,2	5	,4
Çiftçi, balıkçı	15	1,3	-	-
İş yeri sahibi veya ortağı	5	,4	-	-
TSK veya Emniyet mensubu	6	,5	-	-
Toplam	1118	100,0	1141	100,0

Aile yaşam döngüsünün bu döneminde bulunan aileler içinde 4 tanesinde kurucu anne hayatta değilken 30 tanesinde de kurucu olan baba hayatta değildir.

**Tablo 87.** Kurucular Hayatının Çoğunu Ne Büyüklükteki Bir Yerleşim Yerinde Geçirdi?

	Erkek		Kadın	
	Sayı	%	Sayı	%
Köy	199	17,4	203	17,8
Kasaba	57	5,0	54	4,7
İlçe	224	19,6	222	19,4
Şehir	379	33,2	381	33,3
Büyükşehir	281	24,6	282	24,7
Yurtdışı	3	,3	1	,1
Toplam	1143	100,0	1143	100,0

Kurucuların hayatlarının çoğunu geçirdikleri yerler tabloda görülmektedir. Nereye tamamı aynı oranlara sahip olan kurucuların bu durumu son derece mantıklıdır. Çünkü bu dönemde bulunan kurucular hayatlarının çoğunu artık birlikte geçirmiş durumdadırlar.

Çocuklar

Aile yaşam döngüsünün bu döneminde ailelerin sahip olduğu çocuk sayıları aşağıdaki tabloda görülmektedir. Buna göre en çok 2 çocuklu aileler bulunmaktadır. Bundan sonra 3 çocuklu ailelerin ondan sonra da tek çocuklu ailelerin oranını yüksek olduğu gözlenmektedir.

Tablo 88. Çocuk Sayısı

Çocuk sayısı	Kız		Erkek		Toplam çocuk sayısı	
	Sayı	%	Sayı	%		
1	481	52,7	500	52,4	141	12,3
2	253	27,7	300	31,4	443	38,8
3	118	12,9	110	11,5	281	24,6
4	39	4,3	29	3,0	147	12,9
5	17	1,9	12	1,3	62	5,4
6	2	,2	3	,3	34	3,0
7	3	,3	1	,1	19	1,7
8 ve daha fazla					16	1,5
Toplam	913	100,0	955	100,0	1143	100,0

İlk çocuğun cinsiyetinin kız ya da erkek olması oransal olarak birbirine eşit oranlardadır. Ancak, “hangi cinsiyete sahip çocuk doğduktan sonra çocuk yapmayı bırakmaktadır?” sorusuna bir miktar da olsa cevap olabilecek oran erkek çocuklar olduktan sonra çocuk yapmayı kesmenin daha yaygın olduğunu göstermektedir.

Tablo 89. İlk ve Son Çocukların Cinsiyetleri

	İlk çocuğun cinsiyeti		Son çocuğun cinsiyeti	
	Sayı	%	Sayı	%
Kız	582	51,0	439	44,4
Erkek	560	49,0	550	55,6
Toplam	1142	100,0	989	100,0

Çocukların eğitimleri hakkındaki tablo özellikle son çocuğun eğitim hayatına başlamamış ya da tamamlamamış olabileceği ihtimaliyle birlikte değerlendirilmelidir. Buna göre ilk çocukların tahsilleri yüksek görürse de bunun aldatıcı olabileceği düşünülmektedir. Bu veriyi araştırmaya katılan ailelerin ilk çocuklarının % 51,4'nün son çocukların ise %56,9'unun öğrenci olduğu bilgisi desteklemektedir.

Tablo 90. İlk ve Son Çocuğun Eğitimi

	İlk çocuğun eğitimi		Son çocuğun eğitimi	
	Sayı	%	Sayı	%
Okuryazar değil	9	,8	97	9,8
İlköğretim	333	29,4	462	46,9
Lise	517	45,7	286	29,0
Üniversite	272	24,0	140	14,2
Toplam	1131	100,0	985	100,0

İşe başlama yaşı ile ilgili sorulara verilen cevaplara göre 15 yaş ve daha büyük çocuklar bir işte çalışmaya başlamaktadır. İşe başlama yaşındaki kırılmalar 15 yaş, 19 yaş, ve 25 yaş olarak tespit edilmiştir. Çocukların çoğunun 19-24 yaş arasındaki 5 yıllık dönemde işe başladıkları görülmektedir.

Tablo 91. İlk ve Son Çocuğun İşe Başlama Yaşları

	İlk çocuğun işe başlama yaşı		Son çocuğun işe başlama yaşı	
	Sayı	%	Sayı	%
14 yaş ve daha küçük	17	6,5	11	7,8
15- 18 yaş	69	26,3	38	27,0
19-24 yaş	136	52,0	72	51,0
25 yaşından sonra	40	15,2	20	14,2
Toplam	262	100,0	141	100,0

Hem işe başlama yaşlarının hem de evlilik yaşlarının gruplandırılmasında mevcut verilerin birikimli olarak değerlendirilmesinden yararlanılmıştır. Birikimli yüzdeler değerlendirilmiş ve önemli kırılmalar ve yığılmalar esas alınarak bu aralıklar belirlenmiştir.

Tablo 92. İlk ve Son Çocuğun Evlenme Yaşları

	İlk çocuğun evlenme yaşı		Son çocuğun evlenme yaşı	
	Sayı	%	Sayı	%
17 yaş ve daha küçük	17	7,2	5	9,8
18- 25 yaş	165	70,3	31	61,0
25 yaş ve daha büyük	53	22,5	15	29,2
Toplam	235	100,0	51	100,0

Bu dönemdeki ailelerin ilk çocuklarının evlenme yaşları büyük oranda (%70,2) 18-25 yaş arasına karşılık gelmektedir. 18 yaşından küçük evlenenler olduğu gibi 25 yaşından büyük evlenenler de bulunmaktadır. Ancak 25 yaşından büyük evlenenlerin oranı nispeten daha büyüktür. Son çocuklarda da benzer bir durum söz konusudur.

Tablo 93. İlk ve Son Çocuğun Evden Ayrılma Yaşları

	İlk çocuğun evden ayrılma yaşı		Son çocuğun evden ayrılma yaşı	
	Sayı	%	Sayı	%
17 yaş ve daha küçük	22	8,7	6	9,8
18- 25 yaş	183	72,6	41	67,2
25 yaş ve daha büyük	47	18,7	14	23,0
Toplam	252	100,0	61	100,0

Bu dönemdeki ailelerin büyük bir çoğunluğunun (%72,6) ilk çocukları evden 18-25 yaşları arasında ayrılmaktadır. 17 yaş ve daha önce ayrılanlar da bulunmaktadır. İlk ayrılan çocuklar arasında 39 yaşında olanlar da bulunmaktadır. Bu durum Türk ailelerinde “39 yaşındaki aile üyelerinin çocuk olarak algılandığını” göstermektedir. İkinci çocukların evden ayrılma yaşları hakkındaki oranlarda farklılıklar olsa da ilk çocuklar için söylenenler son çocuklar için de geçerli görülmektedir.

Çocukların evden ayrılma nedenleri arasında birinci sırayı evlilikler almaktadır. Evlilikten sonra eğitim evden ayrılma nedeni olarak gösterilmektedir.

Tablo 94. İlk ve Son Çocuğun Evden Ayrılma Nedeni

	İlk çocuğun evden ayrılma nedeni		Son çocuğun evden ayrılma nedeni	
	Sayı	%	Sayı	%
Evlilik	241	75,8	51	60,0
Eğitim	59	18,6	27	31,8
İş	18	5,7	7	8,2
Toplam	318	100,0	85	100,0

1126 Aileden sadece 11 tanesinin ilk çocuğu hayatta değildir. Son çocuğu hayatta olmayan ailelerin sayısı ise sadece 2'dir.

Tablo 95. Nişanlı Olan Çocuğunuz Var mı?

	Sayı	%
Hayır	1066	93,3
Kızımız nişanlı	42	3,7
Oğlumuz nişanlı	35	3,1
Toplam	1143	100,0

Bu dönemdeki ailelerin 77 sinde nişanlı olan bir çocuk bulunmaktadır. Bu çocukların 42'si erkek ve 35 tanesi de kız olup nişanlılık süreleri devam etmektedir. Nişanlı olan kızların 17 ile 31 yaş aralığında olduğu verilerden tespit edilmiştir. 17-20 yaş arasındaki kızlar nişanlı kızların %28,6'sını, 21-24 yaşlarındaki kızlar %30,9'unu ve 25 yaştan büyüklerise %40,5'ini oluşturmaktadır. Nişanlı olan erkek çocukların ise 20 ile 34 yaş arasında bulunmaktadır. Nişanlı olan erkek çocukların yaklaşık olarak %60'ı 24-28 yaş aralığında bulunmaktadır.

Nişanlı çocuğu olan ailelerin %70,6'sı nişanlılık döneminin 1 yıldan daha az süreceğini belirtmektedir. 2 yıl süreceğini belirtenlerin oranı ise %23,5'tir. Geri kalanların nişanlılık süresi daha uzundur.

Diğer aile üyeleri

Bu dönemdeki ailelerin genellikle aile üyelerinden (anne-baba ve çocuklar) oluşan bir topluluk olarak yaşadıkları görülmektedir. Bazı aileler yanlarında çekirdek ailede olmayan başka kişilerle birlikte yaşamaktadırlar.

Tablo 96. Evde Devamlı Yaşayan Kişi Sayısı

	Sayı	%
1-2 kişi	43	3,7
3	266	23,3
4	433	37,9
5	210	18,4
6	101	8,8
7 kişi ve daha fazla	90	7,9
	1143	100,0

Kuruculardan birisinin anne ya da babasının (kayınvalide ya da kayınbaba)bulduğu ailelerin sayısı, bu dönemi temsil eden 1143 aile içinde 40 tanedir. Gelinin de evde olduğu aile sayısı ise 21'dir.

Ev Özellikleri

Aile yaşam döngüsünün bu döneminde ailelerin %65,5'i apartman dairesinde (zemin katla birlikte) oturuyorlar. Bundan sonra en çok oturlan ev türü müstakil evlerdir.

Tablo 97. Oturulan Evin Özellikleri

Konutun türü			Evin mülkiyet durumu		
	Sayı	%		Sayı	%
Konut yok	2	,2	Kendi evim	722	63,2
Gecekondu	50	4,4	Kira	330	28,9
Müstakil ev	343	30,0	Kira ödemedemeden kullanıyor	80	7,0
Apartment dairesi	730	63,9	Lojman	11	1,0
Apartment dairesi /Zemin	18	1,6			
Toplam	1143	100,0	Toplam	1143	100,0

Katılımcıların belirttiğine göre aylık ödenen kira miktarı 30 TL ile 1.400 TL arasında değişmektedir. Kirada oturanlar ortalama olarak 350 TL civarında kira ödemektedir. Kirada oturmayanlar için evlerinin kira değerinin yüksek olarak algılandığı görülmektedir.

Tablo 98. Aylık Ödenen Kira

	N	En az	En çok	Ortalama	Std. sapma
Aylık ödenen kira (TL)	336	30	1400	348,96	163,679
Bulduğunuz semtte böyle bir evin yaklaşık kira bedeli ne kadardır?(TL)	1049	30	2000	397,69	190,717

Ailelerin oransal olarak %47'si çoğu 2+1 evlerde otururken, %38,9'u da 3+1 evlerde oturmaktadır. 4+1 veya daha fazla sayıda odası olan evlerde oturanların oranı %3,4'tür. Bu dönemi yaşayan ailelerin yaklaşık % 11'i bir ya da iki odalı evlerde oturmaktadır.

Aile Gündemi

Aile yaşam döngüsünün bu döneminde ailenin bütününün gündemini meşgul eden ilk konu sağlık olarak görülmektedir. Bundan sonra ekonomik konular aile gündemini işgal etmektedir. Birinci sırada yer alan konular arasında ikinci sırada yer alan ekonomik konular ikinci konular arasında da oldukça önemli bir yer tuttuğundan oldukça önemlidir.

Tablo 99. Ailenin Gündemini Oluşturan Aile ile İlgili Konular

	İlk konu		İkinci konu	
	Sayı	%	Sayı	%
Eğitim	172	17,3	1	,1
Evlilik	54	5,4	3	,4
Sağlık	433	43,6	80	11,6
İş/İşsizlik	139	14,0	83	12,1
Ekonomik	193	19,4	511	74,3
Diğer konular	3	,3	10	1,5
Toplam	994	100,0	688	100,0

Bu dönemde ailenin kurucusu olan babanın gündemini oluşturan ilk konu sağlıkla ilgili konulardır. Bundan sonra işle ilgili konular ikinci gündem maddesini oluşturmaktadır. Üçüncü sırada ekonomik konular gelmektedir.

Tablo 100. Ailenin Gündemini Oluşturan Baba ile İlgili Konular

	İlk konu		İkinci konu	
	Sayı	%	Sayı	%
Eğitim	100	11,1		
Evlilik	46	5,1	3	,5
Sağlık	409	45,2	38	5,8
İş/İşsizlik	213	23,6	125	19,1
Ekonomik	132	14,6	479	73,2
Diğer konular	4	,4	9	1,4
Toplam	904	100,0	654	100,0

Aile gündemini meşgul eden konular arasında anne ilgili olarak en çok yer tutan konu sağlık sorunlarıdır. Sağlık sorunlarının arkasından en çok annenin gündemini oluşturan konu evlilik konularıdır. Gündemi meşgul eden konulardan ikincisinin evlilik olması annenin evliliği ile mi yoksa çocukların evliliği ile ilgili olduğu konusunda soru işareti oluşturmaktadır. Ancak burada evlilik konularının daha çok çocukların evlilikleri ile ilgili bir gündem olduğu düşünülmektedir.

Tablo 101. Ailenin Gündemini Oluşturan Anne ile İlgili Konular

	İlk konu		İkinci konu	
	Sayı	%	Sayı	%
Eğitim	115	12,7	1	,1
Evlilik	152	16,8	9	1,3
Sağlık	451	49,9	130	19,4
İş/İşsizlik	96	10,6	82	12,2
Ekonomik	86	9,5	434	64,7
Diğer konular	4	,4	15	2,2
Toplam	904	100,0	671	100,0

Çocuklarla ilgili gündem maddesine gelindiğinde açık bir şekilde çocuklarla ilgili gündemin eğitim olduğu görülmektedir. Diğer konular eğitimle karşılaştırıldığında önemsiz gibi kalmaktadır.

Tablo 102. Ailenin Gündemini Oluşturan Çocuklarla İlgili Konular

	İlk konu		İkinci konu	
	Sayı	%	Sayı	%
Eğitim	755	73,2	1	,1
Evlilik	78	7,6	20	2,9
Sağlık	77	7,5	383	54,9
İş/İşsizlik	85	8,2	88	12,6
Ekonomik	36	3,5	189	27,1
Diğer konular			17	2,4
Toplam	1031	100,0	698	100,0

Tablo 103. Torun Sizin İçin Ne Anlam İfade Ediyor?

	Sayı	%
Henüz torunum yok	891	78,0
Hayatın neşe kaynağı	186	16,3
Çocuklarımızın boşluğunu dolduruyor	19	1,7
Çocuklarımızla gerçekleştiremediklerimizi torunumuzla gerçekleştiriyoruz	33	2,9
Torunlarımı fazla görmüyorum	14	1,2
Toplam	1143	100,0

Gelir Özellikleri

Bu dönemde bulunan ailelerin aylık ortalama gelirleri 1511,7 TL olarak hesaplanmıştır. 30 TL lik bir gelirle herhangi bir ailenin yaşaması mümkün değildir. Ancak beyan edilen gelirler 30 liraya kadar inmektedir. Bunun yanı sıra en yüksek gelir de ortalama gelirin yaklaşık 12 katı kadardır. Bu durum aile yaşam döngüsünün bu dönemdeki ailelerin içinde hem maddi durumu çok zayıf olanların hem de çok iyi olanların varlığına bir işaret olarak kabul edilebilir.

	N	En Az	En Çok	Ortalama	Std. Sapma
Ailenin aylık toplam geliri	1093	30,00	19000,00	1511,7429	1362,42172

Gelir gruplarını gösteren tablodan da anlaşılacağı gibi, ailelerin %83'ü 700 TL'den fazla gelire sahiptir. Bu dönemdeki ailelerin %75'i 700 TL ile 3000 TL arasında bir gelire sahiptir. Bu dönemdeki ailelerin ortalama aylık gelirleri yaklaşık 1511 TL'dir.

Aşağıda yer alan ve gelir gruplarını gösteren tablo ortalama gelir miktarını destekleyecek veriler içermektedir. Buna göre oransal olarak en büyük grup 1000-1499 TL arasında geliri olan ailelerden oluşmaktadır. Yaklaşık olarak bu dönemde yaşayan ailelerin 3/4'ü 700 TL'den fazla fakat 3000 TL'den az bir gelire sahiptir.

Tablo 104. Gelir Grupları

	Sayı	%
525 TL'den az	89	8,1
525-699 TL arası	99	9,1
700-999 TL arası	175	16,0
1000-1499 TL arası	279	25,5
1500-1999 TL arası	197	18,0
2000-2999 TL arası	167	15,3
3000 TL'den fazla	87	8,0
Toplam	1093	100,0

Yetişkin çocuklu ailelerin %52,1'inin (596 aile) çeşitli miktarlarda borcu bulunmaktadır. Borcunun miktarını belirten 522 aileden en düşük borcu olanın 22 TL, en yüksek borcu olanın ise 100.000 TL borcu bulunmaktadır. Bu kategorideki ailelerin ortalama olarak 7737,8 TL borcu bulunmaktadır.

Ailelerin içinde en çok banka kredisi kullananlar (%44,3), kredi kartı borçluları (%12,8), bakkal market veya diğer esnafa borçlu olanlar (%22,3), arkadaş akraba çevresine borçlu olanlar (%9,9) bulunmaktadır. Bu alacaklılar grubu yetişkin çocuklu ailelerin borçlu olduğu kesimin yaklaşık olarak %90'ını oluşturmaktadır. Bunların dışında, dersane, odun-kömür, gibi borçlar yer almaktadır.

Borç almak gerektiğinde hangi kaynaklara başvurulduğunu gösteren tabloya göre aileler en çok bankalara, daha sonra arkadaş ve akrabalara başvurumaktadırlar.

Tablo 105. Borçlanma Biçimi

	Sayı	%
Aile büyüklerinden	189	16,5
Arkadaşlardan-akrabalardan	344	30,1
Bankadan	532	46,5
Borçlanmam, borç almam	78	6,8
Toplam	1143	100,0

Bu dönemi yaşayan ailelerin % 78,4'ü tasarruf yapamadıklarını ifade etmektedirler. Tasarruf yapabilenler ise bankada yatırarak (%7,5), altın alarak (%7), döviz alarak (%3,2), gayri menkul alarak (%2,6) ya da başka yollarla değerlendirdiklerini ifade etmektedirler.

Bir yıl içinde eşya olarak bir şey almayı planlıyor musunuz? Sorusuna katılımcıların %90'ı cevap vermemiştir. Bir beyaz eşya ya da mobilya almak isteyenlerin oranı ise %5,9'dur. Yatırım niyetiyle gelecek bir yıl içinde alınması planlanan bir şey var mı sorusuna ailelerin %88,7'si cevap vermezken %5'i ev almayı, %1,5'i dearaba almayı planladıklarını ifade etmişlerdir.

Tüketim Alışkanlıkları

Harcamalar

Aile boş zamanlarını nasıl tüketmektedir sorusunun cevabı tabloda görülmektedir. Buna göre boş zamanları değerlendirmede en çok kullanılan aktiviteler televizyon seyretme, evde oturup sohbet etme ve alışverişe çıkma şeklinde gerçekleşmektedir. Yakınların ziyaret edilmesi de bu dönemdeki aileler için önemli bir boş zaman değerlendirme yöntemidir.

Tablo 106. Boş Zamanları Değerlendirme

İlk tercih			İkinci Tercih		
	Sayı	%		Sayı	%
Alışveriş yaparız	133	11,6	Alışveriş yaparız	99	10,1
Pikniğe gideriz	65	5,7	Pikniğe gideriz	97	9,9
Evde oturur sohbet ederiz	233	20,4	Evde oturur sohbet ederiz	318	32,5
Televizyon seyrederez	553	48,4	Televizyon seyrederez	234	23,9
Yakınlarımızı ziyaret ederiz	96	8,4	Yakınlarımızı ziyaret ederiz	210	21,5
Özel bir şey yapmayız	27	2,4	Gezeriz	7	,7
Gezeriz	8	,7	Kitap okuruz	3	,3
Kitap okuruz	2	,2	İbadet ederiz	3	,3
İbadet ederiz	5	,4	Sinema tiyatrosu	2	,2
Sinema tiyatrosu	2	,2	Örgü, el işi	1	,1
Örgü, el işi	9	,8	Tatile gideriz	1	,1
Spor yaparız	1	,1	Ev işi	1	,1
Çocuklarla ilgileniriz	3	,3	Bahçe düzenleme	1	,1
Bahçe düzenleme	1	,1	Balık tutmak	1	,1
Balık tutmak	1	,1			
İnternet	1	,1			
Toplam	1143	100,0	Toplam	978	100,0

Aile boş zamanları değerlendirmede en çok kullanılan televizyon, aileler tarafından günlük olarak ne kadar süre seyredilmektedir. Ailelerin %46'sı günde 3-4 saat televizyon seyrettiklerini ifade etmektedirler. Daha uzun ya da daha kısa süre televizyon seyredenlerin oranları tabloda görülebilmektedir.

Tablo 107. Ailece TV İzleme Süresi (Günlük)

	Sayı	%
1-2 saat	284	24,8
3-4 saat	526	46,0
5-6 saat	235	20,6
7 saatten fazla	98	8,6
Toplam	1143	100,0

Televizyonda en çok seyredilen haber programı haber programlarıdır. Bundan sonra yerli dizilerin seyredildiği ifade edilmektedir. Diğer program türlerinin bu dönemdeki aileler tarafından seyredilme yüzdeleri tabloda görülmektedir.

Tablo 108. Aile Olarak TV'de Seyredilen Program Türü

İlk tercih			İkinci Tercih		
	Sayı	%		Sayı	%
Haber	616	53,9	Haber	215	19,3
Eğlence/müzik	37	3,2	Eğlence/müzik	90	8,1
Yerli dizi	324	28,3	Yerli dizi	423	38,0
Yabancı dizi	14	1,2	Yabancı dizi	30	2,7
Belgesel	18	1,6	Belgesel	59	5,3
Kadın programları	41	3,6	Kadın programları	46	4,1
Tartışma/sohbet	13	1,1	Tartışma/sohbet	68	6,1
Spor programları	30	2,6	Spor programları	66	5,9
Yerli sinema	10	,9	Yerli sinema	40	3,6
Yabancı sinema	12	1,0	Yabancı sinema	26	2,3
Çizgi film	10	,9	Çizgi film	9	,8
Yarışmalar	13	1,1	Yarışmalar	35	3,1
Dini programlar	5	,4	Dini programlar	4	,4
Toplam	1143	100,0	Eğitim programları	1	,1
			Toplam	1112	100,0

Bu dönemi yaşayan ailelerin önemli bir kısmı (%44,4) günlük gazete almadıklarını ifade etmektedirler. Düzenli olarak günlük gazete alanların oranı ise %23,6'dır.

Tablo 109. Eve Gazete Alma Durumu

	Sayı	%
Evet düzenli olarak alırsınız	270	23,6
Düzensiz olarak alırsınız	366	32,0
Hayır günlük gazete almazsınız	507	44,4
Toplam	1143	100,0

Aile yaşam döngüsünde yetişkin çocuklu döneminde et, süt, sebze ve meyve tüketim sıklıkları ile ilgili istatistikler tabloda yer almaktadır. Buna göre hiç et tüketmeyenlerin oranı %6,9'dur. Ayda bir kez et tüketenlerin miktarı da oldukça yüksektir. Et tüketimi ile ilgili en yüksek oran haftada bir kez et ve et ürünleri tüketme şeklindedir. Haftada bir ya da birkaç kez et ya da et ürünleri tüketen ailelerin toplam oranı %55,6'dır.

Tablo 110. Sebze, Meyve, Et ve Süt Tüketme Sıklığı

	Et ve ürünleri		Süt ve ürünleri		Sebze		Meyve	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Hiç	79	6,9	35	3,1	7	,6	13	1,1
Ayda bir kez	351	30,7	69	6,0	33	2,9	44	3,8
Haftada bir kez	371	32,5	159	13,9	125	10,9	147	12,9
Haftada birkaç kez	264	23,1	298	26,1	339	29,7	252	22,0
Hemen her gün	78	6,8	582	50,9	639	55,9	687	60,1
Toplam	1143	100,0	1143	100,0	1143	100,0	1143	100,0

Süt ürünlerini hemen hergün tüketenlerin oranı toplam aile sayısının yarısından fazladır. Seze tüketiminde ve meyve tüketiminde de benze şekilde hemen hergün sebze ve meyve tüketenlerin oranları bu kategorideki aile sayısının yarısından fazladır.

Aylık harcamalar bakımından bu gruptaki ailelerin en büyük gider kalemleri olarak kira, gıda, konut yatırımları, sigara, alkollü içecek harcamaları sıralanmaktadır. Diğer harcama kalemlerine ilişkin oranlar tabloda görülebilmektedir.

Tablo 111. Aylık Harcama Bilgileri

	N	Medyan TL	En az TL	En çok TL	Ortalama TL	Standart Sapma	Ortalama / Ortalamalar Toplamı
Gıda harcamaları	1092	300,00	10	2000	326,84	215,772	0,105
Kadın giyim harcamaları	941	25,00	1	520	44,28	59,814	0,014
Erkek giyim harcamaları	903	25,00	1	500	42,06	53,257	0,014
Çocuk giyim harcamaları	869	41,67	3	2500	62,65	108,705	0,020
Kira gideri	324	350,00	30	1400	351,73	164,625	0,113
Yakıt (konut için) gideri	808	83,33	4	350	93,14	64,276	0,030
Eğitim harcamaları	772	102,08	4	2500	224,45	304,031	0,072
İletişim (telefon, internet vb.) harcamaları	984	50,00	3	700	70,23	63,827	0,023
Sağlık harcamaları	540	40,00	1	1000	58,33	78,293	0,019
Konut (kooperatif, arsa vs.) yatırımları	39	200,00	8	1630	306,13	388,142	0,099
Ulaşım harcamaları	779	100,00	3	2000	101,05	109,678	0,033
Eğlence, kültür-sanat harcamaları	273	50,00	1	3200	75,59	198,986	0,024

Su, Elektrik, Gaz harcamaları	1087	100,00	8	500	118,52	67,337	0,038
Alkollü içecek harcamaları	97	70,00	4	1500	123,20	172,756	0,040
Sigara harcamaları	602	150,00	7	1300	175,40	122,344	0,057
Hediye (düğün, sünnet vs.) harcamaları	350	20,00	3	420	37,28	51,416	0,012
Lokanta ve otel harcama türüne aylık ne kadar harcıyorsunuz?	271	50,00	1	400	74,71	63,870	0,024
Mobilya harcamaları	91	62,50	8	300	83,36	69,471	0,027
Beyaz eşya harcamaları	110	70,00	3	750	92,83	99,521	0,030
Kişisel bakım ürünleri (parfüm vb.) harcamaları	576	30,00	1	200	40,53	34,149	0,013
Oyuncak harcamaları	123	20,00	1	100	21,57	21,405	0,007
Bakım hizmeti (çocuk veya yaşlı için) harcamaları	52	30,00	2	600	63,91	98,168	0,021
Otomobil sahipliği harcamaları	151	100,00	0	1200	165,37	184,494	0,053
Diğer harcamalar	26	250,00	23	1700	348,88	423,118	0,112
Toplam			127	27270	3102,05		1

Bir aile için bütün harcama kalemleri en yüksek değerden ele alındığında bir aylık toplam harcama miktarı 27.270 TL olarak hesaplanmaktadır. Her birini en azdan alma durumunda ise bir ailenin aylık harcamaları 127 lira olarak bulunmaktadır. Ancak her ikisi de uç noktalardır. Ortalamalardan bulunan toplam daha gerçekçi bir rakamdır. Ancak bu durumda da ailenin ortalama geliri ile harcamaları arasında yaklaşık iki kat fark bulunduğu görülmektedir. 1511 TL ortalama geliri olan aile 3102 TL'lik harcamayı nasıl gerçekleştirmektedir? Bu sorunun cevabı katılımcıların gelir kalemlerinden bazılarını gizlemiş olmaları ya da tüketim harcamalarının abartılması ile veya her ikisi ile birden açıklanabilir.

Harcamalar tablosunda ilginç bir şekilde sigara harcamaları toplam harcamalar içindeki oranı itibarıyla dördüncü sıradadır. Bu haliyle ulaşım harcamaları, elektrik su gaz gibi harcamaları geride bırakmıştır. Sigara içme alışkanlıklarını gösteren tabloda yer almaktadır. Buna göre sigara içenlerin sayısının fazlalığı ve aylık tüketilen sigara paketi sayısının yüksekliği bu bilgiyi desteklemekte ve açıklamaktadır.

Tablo 112. Sigara İçme Alışkanlıkları

Hanede sigara içme alışkanlığı olan kaç kişi var?	Evinizde ayda kaç paket sigara içiliyor?	
	Sayı	%
1 kişi	399	59,9
2 kişi	201	30,2
3 kişi	42	6,3
4 kişi	20	3,0
5 kişi	2	,3
6 kişi	2	,3
Toplam	666	100,0

Tüketim Kararları

Aile yaşam döngüsünün yetişkin çocuklu döneminde satın alınan ürünlere kimlerin karar verdiğine ilişkin istatistiklerin yer aldığı tablo aşağıda yer almaktadır. Buna göre “baba” sadece kendi giyimi ve bakım ürünleri konusunda karar verici konumdadır. Anne, gıda ürünleri, temizlik ürünleri, annenin giyimi, çocuk giyimi, ev tekstili ve takılar konusunda karar vericidir. Çocukların yaşlarının karar vermeye uygun olmasına rağmen çocuklar hiçbir konuda anne babanın önüne geçmemişlerdir. Birçok konuda anne baba kararları birlikte vermektedirler.

Tablo 113. Satınalma Kararında Etkili Kişiler

N=1143	%				
	Baba	Anne	Çocuk	Anne-baba birlikte	Toplam
Gıda	18,2	56,5	1,0	24,4	100,0
Temizlik ürünleri	11,2	70,5	1,0	17,3	100,0
Babanın giyimi	62,1	17,3	,6	20,0	100,0
Annenin giyimi	4,6	76,6	1,2	17,5	100,0
Çocuğun giyimi	5,8	29,6	42,0	22,7	100,0
Erkek bakım ürünleri	61,1	16,3	5,5	17,1	100,0
Kadın bakım ürünleri	4,4	77,5	2,9	15,1	100,0
Oyuncak	7,7	21,5	35,0	35,8	100,0
Beyaz eşya	13,3	18,6	,9	67,3	100,0
Mobilya	14,2	17,3	1,0	67,6	100,0
Otomobil satın alma	40,6	7,1	2,0	50,3	100,0
Ev satın alma	21,6	6,9	1,3	70,2	100,0
Okul dersane seçimi	16,3	11,9	15,5	56,3	100,0
Tatil	15,2	10,5	4,2	70,0	100,0
İletişim hizmetleri	36,3	11,9	7,2	44,5	100,0
Ev tekstili ürünleri	7,5	57,2	1,4	33,9	100,0
Kültür, sanat, eğlence	14,7	14,4	13,2	57,7	100,0
Gazete, dergi	38,7	16,6	5,9	38,8	100,0
Takı mücevher	8,6	52,5	3,5	35,3	100,0
Elektronik ürünler	36,8	9,9	10,9	42,3	100,0

Satınalma Kriterleri

Satınalma kriterleri bakımından bu dönemdeki ailelerin karar verme kriteri olarak kullandığı 5 kriterin dağılımı tabloda görülmektedir. Buna göre markanın en belirleyici olduğu bir ürünün olmaması ilgi çekicidir. Benzer şekilde inançlara uygunluk kriterinin en önemli olduğu bir ürün bulunmamaktadır. Fiyatın en önemli kriter olduğu ürünler, giyim ürünleri, oyuncak, tatil ve iletişim hizmetleridir. Geri kalan ürünlerin tercihinde ihtiyaca uygunluk kriteri ön plana çıkmaktadır.

Tablo 114. Satınalma Karar Kriterleri

	%					
	Marka	Kalite	Fiyat	İnançlara uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Gıda	9,0	35,0	34,8	1,7	19,5	100,0
Temizlik ürünleri	7,2	29,7	40,4	,9	21,8	100,0
Baba için giyim ürünleri	7,9	21,7	40,7	,9	28,9	100,0
Anne için giyim ürünleri	5,8	20,5	42,3	1,7	29,7	100,0
Çocuk için giyim	11,5	23,9	36,5	1,0	27,1	100,0
Erkek bakım ürünleri	7,6	21,4	33,1	1,1	36,8	100,0
Kadın bakım ürünleri	5,8	21,8	33,8	1,3	37,3	100,0
Oyuncak	2,9	12,6	42,1	1,1	41,3	100,0
Beya eşya	15,9	21,9	23,5	,5	38,1	100,0
Mobilya	9,5	25,4	25,6	,4	39,1	100,0
Otomobil	18,3	15,1	27,7	,4	38,5	100,0
Ev	1,5	13,3	38,0	1,6	45,6	100,0
Okul dersane	2,9	32,6	28,1	1,1	35,2	100,0
Tatil	1,1	10,3	44,9	2,6	41,0	100,0
İletişim hizmetleri	5,6	13,1	42,5	1,2	37,7	100,0
Ev tekstili ürünleri	3,6	23,3	34,0	,8	38,4	100,0
Kültür sanat ve eğlence hizmetleri	2,4	13,0	40,2	2,4	41,9	100,0
Gazete dergi	14,3	15,8	29,9	3,5	36,4	100,0
Takı mücevher	1,9	15,3	38,6	1,5	42,6	100,0
Elektronik ürünler	13,6	18,3	29,9	1,0	37,1	100,0

5. ÇOCUKLAR EVDEN AYRILMIŞ EŞLER BAŞBAŞA KALMIŞ

Aile Yaşam Döngüsü'nün beşinci dönemi tüm çocukların evden ayrılmış olduğu ve kurucu üyelerin baş başa kaldıkları dönemdir. Bu dönem de süre olarak oldukça uzun bir süreyi içerebilmektedir. Erken yaşta çocukları evlendirenlerin ve çekirdek aile olarak yaşayanların bu kategoriye daha erken yaşlarda girmesi sözkonusu olabilmektedir.

Ailenin Genel Özellikleri

Çocukları evden ayrılmış ve eşlerin baş başa kaldığı dönemde bulunan ailelerin evlenme biçimi ile ilgili verileri içeren tablo aşağıda yer almaktadır. Buna göre

Tablo 115. Evlenme Biçimi

	Sayı	%
Aile büyüklerinin kararıyla-Görüşüm alınmadan	57	23,5
Aile büyüklerinin kararıyla-Görüşüm alınarak	107	44,0
Kendimiz tanışarak-Aile büyüklerinin onayıyla	74	30,5
Kendimiz tanışarak/Aile büyükleri istemediği halde	5	2,1
Toplam	243	100,0

Bu kategorideki ailelerin %95'inin evlilik yaşları 20 yıl ve daha fazladır. En küçük evlilik yaşı olan aile bir yıldan daha az (ikinci evlilik şeklinde) ve en büyük evlilik yaşı bu kategorideki aileler içinde 68 yıldır. Bu kategoride veri toplanan ailelerden %84'ü 30 yıldan daha fazla süredir evlidir. Evlilik süresi az olan ailelerin ikinci evliliklerini yapmış olmamaları mümkündür. Nitekim bu kategorideki aileler içinde kadınlardan 6 kişi erkeklerden 11 kişi yaşadıkları evliliğin ilk evlilikleri olmadığını ifade etmişlerdir.

	Sayı	%
1-2 yıllık evli	1	,4
3-5 yıllık evli	2	,9
6-10 yıllık evli	2	,9
11-15 yıllık evli	4	1,7
16-20 yıllık evli	2	,9
21-25 yıllık evli	4	1,7
26-30 yıllık evli	22	9,5
31-35 yıllık evli	50	21,6
36-40 yıllık evli	61	26,4
41 ve daha fazla yıldır evli	83	35,9
Toplam	231	100,0

Çocukları evden ayrılmış ailelerin çocuk sayıları aşağıda yer alan tabloda görülmektedir. Buna göre bu dönemde bulunan ve örnekleme dahil edilmiş ailelerin %47,3'ünün 1 çocuğu bulunmaktadır. 1-2 çocuklu aileler birlikte düşünüldüğünde %81,6'lık bir oranı temsil etmektedir. 3 ve daha fazla çocuğu olan ailelerin toplam içindeki oranı % 10'dan daha azdır.

Tablo 116. Çocuk Sayıları

Adet	Erkek		Kız	
	Sayı	%	Sayı	%
1	92	44,9	95	47,3
2	64	31,2	69	34,3
3	33	16,1	18	9,0
4	11	5,4	13	6,5
5	2	1,0	5	2,5
6	2	1,0	1	,5
7	1	,5		
Toplam	205	100,0	201	100,0

Bu dönemdeki ailelerin toplam 747 (392 tanesi erkek ve 355 tanesi kız olmak üzere)adet çocuğu bulunmaktadır. 205 aile için ortalama çocuk sayısı 3,6 olarak bulunmaktadır.

Tablo 117. Ailenizin Beş Yıl Öncesine Göre

	Dini duygularınızda ve düşüncelerinizde		Dini yaşantılarınızda (ibadetler konusunda)	
	Sayı	%	Sayı	%
Artış oldu	55	22,6	60	24,7
Değişiklik yok	183	75,3	177	72,8
Azalış oldu	5	2,1	6	2,5
Toplam	243	100,0	243	100,0

Kurucuların Özellikleri

Bu dönemdeki ailelerde bulunan kuruculara anneler arasında en genç olanı 40 yaşındadır. 87 yaşına kadar kurucu anneler örnekleme temsil edilmektedir. Kadınların ortalama yaşı 60 iken erkeklerin ortalama yaşı 62'dir. Örnekleme dahil edilen ailelerin tamamında kurucuların her ikisi de hayattadır.

Tablo 118. Kurucuların Yaş Grupları

	Annenin yaş grupları		Babanın yaş grupları	
	Sayı	%	Sayı	%
40-44 yaş	4	1,6	3	1,2
45-49 yaş	16	6,6	6	2,5
50-54 yaş	54	22,2	24	9,9
55-59 yaş	67	27,6	59	24,3
60-64 yaş	48	19,8	67	27,6
65 + yaş	54	22,2	84	34,6
Toplam	243	100,0	243	100,0

Örnekleme yer alan katılımcı aileler içinde kurucu erkeklerin yaşlarını gösteren tabloya göre %34,6'sı 64 yaşın üzerindedir. Aynı zamanda katılımcı ailelerde erkeklerin %87'si, kadınların da %70'i 55 yaş ve daha üstü yaşlardadır. Başbaşa kalma yıllarını yaşayanlar içinde daha genç yaştaki kadınların oranı erkeklere göre daha fazladır.

Bu dönemi yaşayan aileler içinde hem erkeklerde hem de kadınlarda ilköğretim okuyanların ağırlığı belirgindir. Okur yazar olmayanların oranları da Türkiye ortalamasının üzerinde görülmektedir. Bunlara paralel olarak üniversite eğitimi almış kadınların ve erkeklerin oranı da oldukça düşüktür. Bu durum ülke gerçekleriyle örtüşmektedir.

Tablo 119. Kurucuların Eğitimleri

	Annenin eğitimi		Babanın eğitimi	
	Sayı	%	Sayı	%
Okuyamaz değil	44	18,1	21	18,1
İlköğretim	161	66,3	151	66,3
Lise	25	10,3	43	10,3
Üniversite	13	5,3	27	5,3
Toplam	243	100,0	242	100,0

Aile kurucuları yaşlarına uygun olarak önemli ölçüde emekli olmuş durumdadır. Erkeklerde emeklilik %76 iken kadınların %15,6'sı emekli olmuştur. Ancak kadınlar içindeki ev hanımı oranının yüksekliği dikkat çekmektedir. Kurucu erkekler arasında iş hayatına devam edenler arasında en büyük oranları esnaf ve sanatkarlarla vasıfsız işçiler oluşturmaktadır.

Tablo 120. Kurucuların Meslekleri

	Babanın mesleği		Annenin mesleği	
	Sayı	%	Sayı	%
İş yeri sahibi veya ortağı	1	,4	-	-
Esnaf veya sanatkar	17	7,0	1	,4
Vasıflı teknik personel	5	2,1	-	-
Profesyonel meslek sahibi	3	1,2	1	,4
Masa başı çalışan memur	5	2,1	1	,4
Vasıfsız işçi	17	7,0	-	-
Çiftçi, balıkçı	4	1,7	-	-
Emekli	184	76,0	38	15,6
İşsiz	5	2,1	-	-
TSK veya Emniyet mensubu	1	,4	-	-
Ev hanımı	-	-	202	83,2
Toplam	242	100,0	243	100

Çocuklar

Evden ayrılmış olsalar da çocuklar aile ile bağlarını tamamen koparmış omamaktadırlar. Bu nedenle bu bölümde çocuklar da ele alınmaktadır.

Bu dönemdeki ailelerin ilk ve son çocukların eğitimleri ve mesleklerine ilişkin bilgiler aşağıdaki tablolarda yer almaktadır. Buna göre okur yazar olmayan çocukları olan aileler bulunmaktadır. Büyük oranda ilköğretim ve lise mezunu çocuklar bulunmakta ve fakat önemli oranda da üniversite eğitimi almış çocuklar bulunmaktadır.

Tablo 121. Çocukların Eğitimleri

	İlk çocuğun eğitimi		Son çocuğun eğitimi	
	Sayı	%	Sayı	%
Okuryazar değil	4	1,7	1	,5
İlköğretim	83	35,2	67	33,2
Lise	80	33,9	77	38,1
Üniversite	69	29,2	57	28,2
Toplam	236	100,0	202	100,0

Bu dönemde yaşayan ailelerin çocuklarının meslekleri arasında en büyük oranı ev hanımı olanlar oluşturmaktadır. Bundan sonra en büyük kategori vasıfsız işçiler kategorisidir. Masa başı çalışan memurlar bu sıralamada üçüncülüğü almaktadır.

Tablo 122. Çocukların Meslekleri

	İlk çocuğun mesleği		Son çocuğun mesleği	
	Sayı	%	Sayı	%
İş yeri sahibi veya ortağı	1	,4		,5
Esnaf veya sanatkar	14	6,0	10	5,0
Ev hanımı	81	34,8	59	29,5
Vasıflı teknik personel	10	4,3	17	8,5
Profesyonel meslek sahibi	19	8,2	16	8,0
Genel Müdür, üst düzey yönetici	1	,4		
Müdür, orta düzey yönetici	2	,9		
Masa başı çalışan memur	38	16,3	30	15,0
Vasıfsız işçi	50	21,5	50	25,0
Öğrenci	3	1,3	6	3,0
Çiftçi, balıkçı	5	2,1	2	1,0
Emekli	3	1,3	1	,5
İşsiz	4	1,7	7	3,5
TSK veya Emniyet mensubu	2	,9	2	1,0
Toplam	233	100,0	200	100,0

İlk çocuklar arasında 18 yaşından önce bir işe başlayanların oranı % 17,1'dir. Aynı oran son çocuklarda %19,1'dir. 24 yaşından sonra işe bağlayanların oranı da dikkat çekicidir. 24 yaşından sonra işe başlayan ilk çocukların oranı da % 36,8'dir son çocuklarda aynı oran ise %20'dir. İlk bakışta son çocukların daha erken yaşlarda işe başlamış oldukları görülmektedir. İlk çocuklarda ve son çocuklarda işe başlama yaşlarının yığıldığı yaş aralıkları 15 yaş ile 26 yaş arasındadır. Bu yaş aralıklarında hem ilk çocukların hem de son çocukların yaklaşık %90'ı işe başlamıştır.

Tablo 123. Çocukların İşe Başlama ve Evlenme Yaşları

	İlk çocuğun işe başlama yaşı		Son çocuğun işe başlama yaşı		İlk çocuğun evlenme yaşı		Son çocuğun evlenme yaşı	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
18 yaşından önce	20	17,1	21	19,1	7	5,3	9	8,2
18-22 yaşlarında	41	35,0	43	41,8	81	39,4	60	32,2
23-25 yaşlarında	40	34,2	34	30,9	63	30,5	63	36,8
26 yaş ve sonrası	16	13,7	9	8,2	51	24,8	39	22,8
Toplam	117	100,0	110	100,0	202	100,0	171	100,0

Çocukların büyük çoğunluğunun evden ayrılma nedeni evliliklerdir. Ancak son çocuklar arasında eğitim ve iş nedeniyle evden ayrılmışların varlığı dikkat çekicidir. Bu oranların ilk çocuğa göre daha yüksek oranlarda görülmesi de akla uygun düşmektedir.

Tablo 124. Çocukların Evden Ayrılma Nedenleri

	İlk çocuğun evden ayrılma nedeni		Son çocuğun evden ayrılma nedeni	
	Sayı	%	Sayı	%
Evlilik	219	92,4	174	87,9
Eğitim	7	3,0	14	7,1
İş	11	4,6	10	5,1
Toplam	237	100,0	198	100,0

Bu dönemi yaşayan aileler içinde ilk çocuğu hayatta olmayan 3 aile ve son çocuğu hayatta bulunmayan iki aile bulunmaktadır.

Bu dönemde olan aileler arasında 4 ailede nişanlı çocuk bulunmaktadır. Bunlardan 1 tanesi kız (27 yaşında) 3 tanesi de erkek (24, 29 ve 30 yaşlarında) çocuğudur. Nişanlılık dönemlerinin süre bakımından 3 tanesi için 1 yıldan az sürmesi beklenmektedir.

Kurucular hayatlarının büyük kısmını beraber geçirdikleri için aynı zamanda, hayatlarının büyük çoğunluğunu geçirdikleri yerleşim yerleri de aynıdır.

Tablo 125. Kurucular Hayatlarının Büyük Çoğunluğunu Nerde Geçirdi?

	Baba hayatının çoğunu ne büyüklükteki bir yerleşim yerinde geçirdi?		Anne hayatının çoğunu ne büyüklükteki bir yerleşim yerinde geçirdi	
	Sayı	%	Sayı	%
Köy	61	25,1	62	25,5
Kasaba	10	4,1	9	3,7
İlçe	36	14,8	37	15,2
Şehir	83	34,2	83	34,2
Büyükşehir	51	21,0	51	21,0
Yurtdışı	2	,8	1	,4
Toplam	243	100,0	243	100,0

Aile Gündemi

Eşlerin baş başa kaldığı dönemde aile gündemini ilgilendiren konuları içeren tablo aşağıda görülmektedir. Buna göre baba ile ilgili ilk gündem maddesi sağlık, sonra da ekonomik konulardır. Anne ile ilgili ilk gündem maddesi sağlık sonra evlilikle ilgili konular, sonra ekonomik konulardır. Ancak burada evlilik konusunun çocukların evliliği mi kendi evliliği mi olduğu açık değildir. Çocuklarla ilgili gündem maddeleri arasında da sağlık ilk sırayı alırken ikinci sırayı eğitim almaktadır.

Tablo 126. Aile Gündemi

	Baba ile ilgili gündem		Anne ile ilgili gündem		Aile ile ilgili gündem		Çocuklar ile ilgili gündem	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Eğitim	12	6,2	7	3,7	12	6,0	41	30,8
Evlilik	9	4,6	24	12,8	20	10,0	24	18,0
Sağlık	121	62,1	129	68,6	125	62,5	43	32,3
İş/İşsizlik	18	9,2	7	3,7	17	8,5	11	8,3
Ekonomik	34	17,4	19	10,1	25	12,5	14	10,5
Diğer konular	1	,5	2	1,1	1	,5		
Toplam	195	100,0	188	100,0	200	100,0	133	100,0

Ailenin genelini ilgilendiren gündem maddeleri arasında ise ilk sırayı sağlık konusu alırken, ikinci sırayı ekonomik konular, üçüncü sırayı evlilik konusu almaktadır.

Bu dönemdeki ailelerin torunlarının olması sözkonusudur. Torun konusundaki düşüncelerin ölçülmesi için soruya verilen cevaplar aşağıda yer alan tabloda görülmektedir. Buna göre katılımcı ailelerin %79,2'sinin torunu bulunmaktadır. Torun cevapların geneline bakıldığında büyüklerine yaşama sevinci katmaktadır.

Tablo 127. Torunların Anlamı

	Sayı	%
Henüz torunum yok	53	21,8
Hayatın neşe kaynağı	143	58,8
Çocuklarımızın boşluğunu dolduruyor	16	6,6
Çocuklarımızla gerçekleştiremediklerimizi torunumuzla gerçekleştiriyoruz	23	9,5
Torunlarımı fazla görmüyorum	8	3,3
Toplam	243	100,0

Ev Özellikleri

Çocukları evden göndermiş, baş başa kalmış çiftlerden oluşan bu dönemdeki ailelerin oturdukları evlerle ilgili bilgiler aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Buna göre Bu ailelerin büyük çoğunluğu (%63,8) apartman dairelerinde oturmaktadır. Bundan sonra en büyük oranda müstakil evlerde oturanlar (%30,5) ikinci sırayı almaktadır.

Tablo 128. Konutun Durumu

	Konutun türü			Evin mülkiyet durumu	
	Sayı	%		Sayı	%
Çadır/baraka	1	,4	Kendi evim	198	81,5
Gecekondu (sağlıksız, oturulamayacak durumda)	7	2,9	Kira	36	14,8
Müstakil ev	74	30,5	Kira ödemedenden kullanıyor	8	3,3
Apartman dairesi	155	63,8	Lojman	1	,4
Apartman dairesi /Zemin	6	2,5	Toplam	243	100,0
Toplam	243	100,0			

Bu dönemde yaşayan ailelerin büyük çoğunlu kendi evlerinde oturmaktadır. Ancak az sayılamayacak kadar önemli bir kısmı (%14,8) kirada oturmaktadır. Az sayıda aile kira ödemedenden evde otururken lojmanda oturan sadece bir aile bu kategoride yer almaktadır.

Oturulan evler için öden kira miktarı 67 TL ile 1.100 TL arasında değişmektedir. Ortalama olarak ödenen kira miktarı 304 TL'dir. Kira ödemedenden oturanlarla birlikte oturulan evin kira değeri ortalaması 384 TL olarak hesaplanmıştır. Özellikle kendi evinde oturan ailelerin oturdukları evin kira değerleri ortalamayı yukarı doğru çekmiştir.

Tablo 129. Evin Kira Değeri

	N	Min	Max	Ort	Std. Sapma
Aylık ödenen kira (TL)	37	67	1100	303,51	196,014
Bulduğunuz semtte böyle bir evin yaklaşık kira bedeli ne kadardır?(TL)	224	40	1500	383,97	186,201

Ailelerin %45,7'si 2+1 evler otururken, %41,2'side 3+1 evlerde oturmaktadır.

Ailenin Geliri

Çocuklarını evden göndererek baş başa kalmış ailelerin gelirleri 150 TL ile 10.500 TL arasında değişmektedir. Ortalama gelirleri ise 943 TL'lik standart sapma ile 1.188 TL'dir.

Ailelerin çoğunun 525 TL'den fazla ve 2.000 TL'den az gelirlerinin olduğu görülmektedir. Bu aralıkta gelire sahip olan ailelerin toplam içindeki oranı %77'dir.

Tablo 130. Ailenin Geliri

	Sayı	%
525 TL'den az	22	9,1
525-699 TL arası	32	13,2
701-999 TL arası	71	29,3
1000-1499 TL arası	54	22,3
1500-1999 TL arası	29	12,0
2000-2999 TL arası	24	9,9
3000 TL'den fazla	10	4,1
Toplam	242	100,0

Bu dönemdeki ailelerin %67,9'u borçları olmadığını dile getirmektedir. Geri kalan kısmının ise borçları bulunmaktadır. Borcu olduğunu söyleyen ve borcunun miktarını belirten 77 ailenin ortalama borcu 7321 TL'dir. Bu büyüklük bu döneme ait ortalama gelirin yaklaşık 7 katıdır. Borçlu olmayanların oranı yüksektir. Ancak borçlu olanların borçlarının gelirlerine oranı daha da büyüktür.

Tablo 131. Borcun Büyüklüğü

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Borcunuz ne kadar?	77	50	80000	7320,71	16292,965

Borçların büyük oranı (%60,2) bankalara olan borçlardan oluşmaktadır. Bundan sonra bakkal-market borçları (%6,4), mobilyacılar olan borçlar (%6,4) ve elden alınan borçlar (%6,4) en büyük oranları oluşturmaktadır.

Nakit paraya ihtiyaç duyulduğunda nasıl borçlanıldığına dair bilgileri içeren tablo aşağıda yer almaktadır. Buna göre bu kategorideki ailelerin birinci borçlanma kaynağı bankalardır. İkinci sırada arkadaşlar ve akrabalar gelmektedir.

Tablo 132. İhtiyaç Duyduğunuzda Nasıl Borçlanıyorsunuz?

	Sayı	%
Aile büyüklerinden	20	8,2
Arkadaşlardan-akrabalardan	93	38,3
Bankadan	96	39,5
Borçlanmam, borç almam	34	14,0
Toplam	243	100,0

Aile olarak tasarruflarını nasıl değerlendirdikleri konusuna gelince aileler, büyük oranda (%77) tasarruf yapamadıklarını ifade etmektedirler. Tasarruf yapabilenler ise bankaya yatırarak, altın alarak döviz ve gayri menkul olarak tasarruflarını değerlendirmektedir.

Tablo 133. Aile Olarak Tasarruflarınızı Daha Çok Nasıl Değerlendiriyorsunuz?

	Sayı	%
Döviz alıyoruz	5	2,1
Altın alıyoruz	19	7,8
Bankaya yatırıyoruz	25	10,3
Özel finans kurumlarında katılım hesabı açıyoruz	1	,4
Gayri menkul alıyoruz	5	2,1
Tasarruf yapmıyoruz	187	77,0
İş yerine mal alımı / ticari yatırım	1	,4
Toplam	243	100,0

İçinde bulunulan zaman diliminden sonraki bir yıl içinde satın alınması düşünülen eşyalar veya yatırımlar sorulduğunda ailelerin %92,2si her ikisinde de fikir belirtmemişlerdir. Bu durum çocuklarını evden göndermiş ailelerin eşya alma ihtiyaçlarının olmadığı ve yatırım yapmayı da düşünmedikleri şeklinde yorumlanabilir. Ancak bu durumun bir önceki tabloda yer alan ve %77 oranında tasarruf yapılamaması gerekçesiyle de ilgili olduğu düşünülebilir.

Tüketim Alışkanlıkları

Bu dönemdeki ailelerin boş zamanları değerlendirme biçimleri tabloda görülmektedir. Buna göre en çok televizyon seyrederek boş zamanlar doldurulmaktadır. Bundan sonra evde oturup sohbet ederek, alışveriş yaparak ve yakınları ziyaret ederek vakitler doldurulmaktadır.

Tablo 134. Boş Zamanları Değerlendirme

İlk tercih	Sayı	%
Alışveriş yaparız	29	11,9
Pikniğe gideriz	8	3,3
Evde oturur sohbet ederiz	43	17,7
Televizyon seyrederek	118	48,6
Yakınlarımızı ziyaret ederiz	25	10,3
Özel bir şey yapmayız	13	5,3
Kitap okuruz	1	,4
İbadet ederiz	1	,4
Örgü, el işi	1	,4
Spor yaparız	1	,4
Ev işi	2	,8
Bahçe düzenleme	1	,4
Toplam	243	100,0

İkinci Tercih	Sayı	%
Alışveriş yaparız	20	10,2
Pikniğe gideriz	17	8,7
Evde oturur sohbet ederiz	69	35,2
Televizyon seyrederek	44	22,4
Yakınlarımızı ziyaret ederiz	42	21,4
Gezeriz	2	1,0
Kitap okuruz	1	,5
İbadet ederiz	1	,5
Toplam	196	100,0

Bu dönemde olan ailelerin önemli bir kısmı (%41,2) günde 3-4 saat televizyon izlediğini ifade etmektedir. Bundan sonra en büyük oranı 5-6 saat televizyon izleyenler (%26,7) oluşturmaktadır. Daha sonra da 1-2 saat izleyenler (%21) gelmektedir.

Tablo 135. Ailece Ne Günde Kadar Süre Televizyon İzliyorsunuz

	Sayı	%
1-2 saat	51	21,0
3-4 saat	100	41,2
5-6 saat	65	26,7
7 saatten fazla	26	10,7
Evde TV yok	1	,4
Toplam	243	100,0

Televizyonda en çok seyredilen program türü olan haber programlarını seyreden ailelerin oranı (%64,6) diğerlerinden bariz bir şekilde fazladır. Bundan sonra en çok seyredilen program türü ise yerli dizilerdir.

Tablo 136. Aile Olarak TV'de Seyredilen Program Türü

İlk tercih			İkinci Tercih		
	Sayı	%		Sayı	%
Haber	157	64,6	Haber	43	18,0
Eğlence/müzik	7	2,9	Eğlence/müzik	19	7,9
Yerli dizi	49	20,2	Yerli dizi	98	41,0
Yabancı dizi	1	,4	Yabancı dizi	3	1,3
Belgesel	5	2,1	Belgesel	6	2,5
Kadın programları	10	4,1	Kadın programları	16	6,7
Tartışma/sohbet	5	2,1	Tartışma/sohbet	30	12,6
Spor programları	1	,4	Spor programları	11	4,6
Yabancı sinema	2	,8	Yerli sinema	5	2,1
Yarışmalar	3	1,2	Yabancı sinema	2	,8
Dini programlar	2	,8	Yarışmalar	6	2,5
Evde TV yok	1	,4	Toplam	239	100,0
Toplam	243	100,0			

Ailelerin günlük gazete alma durumları tabloda görülmektedir. Buna göre günlük gazete almayanların oranı, bu grubu oluşturan ailelerin yarısından fazladır (%54,7). Düzenli olarak gazete okuyan ailelerin toplam içindeki oranı %21,4'tür.

Tablo 137. Gazete Satınalma

	Sayı	%
Evte düzenli olarak alırız	52	21,4
Düzensiz olarak alırız	58	23,9
Hayır günlük gazete almayız	133	54,7
Toplam	243	100,0

Bu kategoride yer alan ailelerin çoğunluğu (%62,6) dışarıda yemek yemediklerini ifade etmektedirler. Ayda bir kez dışarıda yemek yiyenlerle (%25,9) bu oran %88'i geçmektedir. Haftada bir kez yemek yiyenlerin oranı %8,2 ve haftada birden fazla yemek yiyenlerin oranı da %3,3'tür.

Tablo 138. Aile Olarak Dışarıda (Lokanta Vb. Yerlerde) Yemek Yeme Sıklığı

	Sayı	%
Hiç	152	62,6
Ayda bir kez	63	25,9
Haftada bir kez	20	8,2
Haftada birkaç kez	7	2,9
Hemen hemen her gün	1	,4
Toplam	243	100,0

Çocukları evden göndererek evde baş başa kalmış ailelerin %35'i haftada bir kez et ve et ürünlerini tüketmektedir. Süt ve süt ürünleri tüketme konusunda en büyük oranı (%47,3) hemen her gün süt ve süt ürünleri tüketenler oluşturmaktadır.

Tablo 139. Sebze, Meyve, Et ve Süt Tüketme Sıklığı

	Et ve ürünleri		Süt ve ürünleri		Sebze		Meyve	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Hiç	20	8,2	6	2,5	1	,4	3	1,2
Ayda bir kez	72	29,6	20	8,2	7	2,9	10	4,1
Haftada bir kez	87	35,8	47	19,3	34	14,0	31	12,8
Haftada birkaç kez	52	21,4	55	22,6	82	33,7	58	23,9
Hemen her gün	12	4,9	115	47,3	119	49,0	141	58,0
Toplam	243	100,0	243	100,0	243	100,0	243	100,0

Süt ürünlerine benzer şekilde bu kategorideki aileler hemen her gün sebze ve meyve de tükettiklerini ifade etmektedirler.

243 aile içinde 90 ailede sigara içenler bulunmaktadır. Bu ailelerden 68 tanesinde (%75,6) 1 kişi sigara içerken 21 ailede (%23,3) 2 kişi sigara içmektedir. Bu ailelere ilişkin sigara tüketim miktarları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 140. Sigara Tüketim Miktarı (Aylık)

	Sayı	%
1-14 paket	11	12,2
15-29 paket	17	18,9
30-44 paket	43	47,8
45-59 paket	2	2,2
60-74 paket	13	14,4
75 paket ve fazlası	4	4,4
Toplam	90	100,0

Aylık sigara tüketimi miktarını gösteren miktarlar içinde en büyük oranı ayda 30-44 paket sigara tüketimi oluşturmaktadır. Bu miktar günlük 1- 1,5 paket sigara tüketimi anlamına gelmektedir.

Tüketim harcamaları için yapılan giderlerin 20 kalem için ortalamaları alınarak toplandığında 2408 TL olarak bulunmaktadır. Aylık ortalama geliri 1.188 TL olan ve aylık gelirinin yaklaşık 7 katı kadar borcu da bulunan bu grubun harcamaların kalem bazında ortalamaları aşağıdaki tabloda görülmektedir. Buna göre tüm harcamaların en az düzeyde olması durumunda toplam harcama 242 TL tüm harcamaların en üst seviyeden yapıldığında ise harcamaların toplamının 12.049 TL olduğu görülmektedir. Elbette hiçbir aile için ortalamalarının tamamının en az seviyeden ya da en çok seviyeden olması mümkün değildir.

Tablo 141. Aylık Harcama Bilgileri

	N	Medyan TL	En az TL	En çok TL	Ortalama TL	Standart Sapma	Ortalama/ Ortalamalar Toplamı
Gıda harcamaları	243	250	10	2000	301	240	0,125
Kadın giyim harcamaları	243	20	3	500	41	55	0,017
Erkek giyim harcamaları	243	20	2	500	38	54	0,016
Çocuk giyim harcamaları	243	42	8	300	60	62	0,025
Kira gideri	243	300	67	1100	304	196	0,126
Yakıt (konut için) gideri	243	70	3	300	87	57	0,036
Eğitim harcamaları	243	100	10	320	112	93	0,047
İletişim (telefon, internet vb.) harcamaları	243	50	3	300	55	43	0,023
Sağlık harcamaları	243	50	2	300	56	52	0,023
Konut (kooperatif, arsa vs.) yatırımları	243	21	0	150	35	44	0,015
Ulaşım harcamaları	243	50	2	500	79	86	0,033
Eğlence, kültür-sanat harcamaları	243	30	4	350	57	66	0,024
Su, Elektrik, Gaz harcamaları	243	100	10	800	108	80	0,045
Alkollü içecek harcamaları	243	45	5	300	79	85	0,033
Sigara harcamaları	243	150	8	500	141	92	0,059
Hediye (düğün, sünnet vs.) harcamaları	243	30	4	500	50	72	0,021
Lokanta ve otel harcamaları	243	50	2	1000	66	129	0,027
Mobilya harcamaları	243	83	17	200	98	72	0,041
Beyaz eşya harcamaları	243	92	20	300	97	78	0,040
Kişisel bakım ürünleri (parfüm vb.) harcamaları	243	30	2	300	36	37	0,015
Oyuncak harcamaları	243	18	3	129	31	38	0,013
Bakım hizmeti (çocuk veya yaşlı için) harcamaları	243	70	25	200	88	65	0,037
Otomobil sahipliği harcamaları	243	100	12	700	167	182	0,069
Diğer harcamalar	243	180	20	500	222	192	0,092
			242	12049	2408		1,000

Harcamalar içinde oransal olarak ortalama toplam harcamalarla kıyaslandığında en büyük oranı kira giderleri oluşturmaktadır. Bundan sonra en büyük harcama oranı değişik ama küçük kalem harcamalardan oluşan diğer harcamalar kalemi oluşturmaktadır. Daha sonra gıda harcamaları, otomobil harcamaları, sigara tüketimi için yapılan harcamalar sırayı izlemektedir.

Tablo 142. Satınalma Kararlarında Etkili Kişi

	%				
	Baba	Anne	Çocuk	Anne-baba birlikte	Toplam
Gıda	25,2	39,3	1,7	33,9	100,0
Temizlik ürünleri	17,0	53,9	2,1	27,0	100,0
Babanın giyimi	59,0	12,8	1,3	26,9	100,0
Annenin giyimi	9,7	61,0	2,5	26,7	100,0
Çocuğun giyimi	9,7	21,5	31,9	36,8	100,0
Erkek bakım ürünleri	64,9	10,6	3,4	21,2	100,0
Kadın bakım ürünleri	9,0	66,4	2,4	22,3	100,0
Oyuncak	10,1	16,7	22,5	50,7	100,0
Beyaz eşya	13,9	13,0	2,3	70,8	100,0
Mobilya	14,5	14,5	1,4	69,5	100,0
Otomobil satın alma	37,9	3,3	1,4	57,3	100,0
Ev satın alma	16,7	5,7	1,9	75,6	100,0
Okul dersane seçimi	15,0	10,7	10,0	64,3	100,0
Tatil	15,5	7,7	2,9	73,9	100,0
İletişim hizmetleri	37,4	7,2	4,1	51,4	100,0
Ev tekstili ürünleri	8,2	53,2	1,8	36,8	100,0
Kültür, sanat, eğlence	15,7	12,6	3,1	68,6	100,0
Gazete, dergi	40,4	10,6	3,8	45,2	100,0
Takı mücevher	10,9	42,8	3,5	42,8	100,0
Elektronik ürünler	40,1	6,0	4,6	49,3	100,0

Belirlenmiş 20 kalem ürünün satın alınmasında karar sahibinin kim olduğu konusunu açıklayan tablo incelendiğinde 12 kalem üründe anne-baba birlikte karar vermektedirler. 6 konuda kadınlar (gıda, temizlik, kadın giyim ürünleri, kadın bakım ürünleri, ev tekstili, takı-mücevher) vermektedir. 2 kalem üründe (babanın giyimi ve erkek bakım ürünleri) baba etkili kişi konumundadır.

Satınalma kararlarında etkili kriterler olarak 2 kriterin etkili olduğu görülmektedir. Seçilmiş 20 kalem üründen 10 tanesi için fiyat, 10 tanesi içinse ihtiyaca uygunluk karar kriteri olarak kullanılmaktadır.

Tablo 143. Satınalma Kararlarında Karar Kriterleri

	%					Toplam
	Marka	Kalite	Fiyat	İnançlara uygunluk	İhtiyaca uygunluk	
Gıda	4,9	34,6	38,7	,4	21,4	100,0
Temizlik ürünleri	6,6	27,6	44,0	,4	21,4	100,0
Babanın giyimi	8,5	20,9	42,3	,4	27,8	100,0
Annenin giyimi	8,5	19,2	44,0	,9	27,4	100,0
Çocuğun giyimi	7,9	18,5	37,7	2,0	33,8	100,0
Erkek bakım ürünleri	11,0	21,9	35,2	1,4	30,5	100,0
Kadın bakım ürünleri	8,6	22,9	34,8	1,9	31,9	100,0
Oyuncak	3,4	16,2	31,1	2,0	47,3	100,0
Beyaz eşya	17,6	24,3	21,6	1,4	35,1	100,0
Mobilya	13,8	26,3	22,8	1,3	35,7	100,0
Otomobil satın alma	18,9	17,5	25,9	1,4	36,3	100,0
Ev satın alma	1,9	15,7	36,7	3,3	42,4	100,0
Okul dersane seçimi	2,0	21,1	32,2	1,3	43,4	100,0
Tatil	2,3	11,7	43,2	3,8	39,0	100,0
İletişim hizmetleri	6,3	11,3	45,5	1,4	35,6	100,0
Ev tekstili ürünleri	3,2	26,2	34,4	,9	35,3	100,0
Kültür, sanat, eğlence	3,0	10,9	40,8	4,0	41,3	100,0
Gazete, dergi	12,4	14,3	32,4	3,8	37,1	100,0
Takı mücevher	2,4	13,1	44,2	1,5	38,8	100,0
Elektronik ürünler	13,3	17,0	32,1	1,4	36,2	100,0



6. EŞ ÖLMÜŞ, YALNIZ KALINMIŞ (YALNIZ KALMA YILLARI)

Aile Özellikleri

Katılımcı ailelerden 68'i eşi ölmüş ve yalnız kalmış kişilerdir. Aile yaşam döngüsünün bu evresinde yer alan cevaplayıcıların yaş grupları itibariyle en küçüğü 22, en büyüğü 83 yaşında olup, aritmetik ortalaması 61,43, medyan ise 61'dir. Bu evredeki cevaplayıcıların yaklaşık %65'i 58 ve üzeri yaşa sahiptir.

Örnekleme yer alan katılımcı ailelerin 57'sinde anneler hayatta iken, 11 tanesinde ise kurucu baba hayattadır. Bu sonuçlar doğrultusunda, ilerleyen aile yaşam döngüsünde annelerin/kadınların babalara/erkeklere oranla daha fazla yalnız kaldıkları bu evrede kadınların ağırlıkta olduğu söylenebilir.

Aile yaşam döngüsünün bu evresinde yer alanların evlenme biçimlerinin dağılımı tablodaki gibidir.

Tablo 144. Evlenme Biçimi

Evlenme biçimi	Sayı	%
Aile büyüklerinin kararıyla-görüşüm alınmadan	13	19,1
Aile büyüklerinin kararıyla-görüşüm alınarak	32	47,1
Kendimiz tanışarak-Aile büyüklerinin onayıyla	21	30,9
Kendimiz tanışarak/Aile büyükleri istemediği halde	2	2,9
Toplam	68	100,0

Tabloda da görüleceği üzere, aile yaşam döngüsünün ilerleyen aşamalarında, başka bir deyişle daha eski evliliklerde aile büyüklerinin görüşlerinin daha fazla baskın olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuçlar, aile yaşam döngüsü ilerledikçe daha geleneksel evlenme biçimlerinin ağırlık kazandığını göstermektedir.

Bu evredeki cevaplayıcıların hiçbiri evlilik sonrası aileleri ile birlikte yaşamamış, ayrı evde evliliklerini sürdürmüşlerdir.

Tablo 145. Çocuk Sayıları

	Kız çocuk sayısı		Erkek çocuk sayısı	
	Sayı	%	Sayı	%
1	26	38,1	28	41,2
2	13	19,1	15	22,1
3	8	11,8	6	8,8
4	5	7,4	1	1,5
5	1	1,5	2	2,9
6	-	-	3	4,4
7 veya daha fazla	-	-	1	1,5
Çocuksuz veya cevapsız	15	22,1	12	17,6
Toplam	68	100,0	68	100,0

Tablo 146. Toplam Çocuk Sayıları

Çocuk sayısı	Sayı	%
1	11	16,2
2	19	27,9
3	13	19,2
4	3	4,4
5	8	11,8
6	2	2,9
7	3	4,4
8	2	2,9
9	2	2,9
10	1	1,5
Çocuksuz	4	5,9
Toplam	68	100,0

Aile yaşam döngüsünün bu evresindeki katılımcı ailelerin 5 ve üzerinde çocuğa sahip olanların oranı dörtte bir olup, daha önceki evrelere oranla göre daha fazla olduğu anlaşılmaktadır.

Dokuz cevaplayıcının cevaplamadığı bu verilere göre, cevaplayıcılar 1940 ila 2007 yılları arasında evlendiklerini ifade etmişlerdir. Bu evredeki cevaplayıcıların evlilik yaş ortalaması 42,56 yıl olarak bulunmuştur. Cevaplayıcıların yaklaşık yarısının 42 yıl ve daha fazla süreden beri evlilik süresine sahip olduğu görülmüştür.

Evlilik yaş grupları dağılımı tabloda görüldüğü gibidir. Tablodan görülebileceği gibi, aile yaşam döngüsünün bu aşamasında yer alan katılımcı ailelerin dörtte üçü 21 ila 30 yıllık evlilik yaşına sahiptir.

Tablo 147. Evlilik Yaş Grupları

Evlilik yaş grupları	Sayı	%
3-5 yıllık evli	1	1,5
11-15 yıllık evli	2	2,9
16-20 yıllık evli	1	1,5
21-25 yıllık evli	5	7,4
26-30 yıllık evli	2	2,9
31-35 yıllık evli	5	7,4
36-40 yıllık evli	14	20,5
41 + yıllık evli	34	50,0
Cevapsız / tanımsız	4	5,9
Toplam	68	100,0

Aileyi temsil eden katılımcılara kendilerini genel olarak nasıl tanımladıkları sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevapların dağılımı tabloda görülmektedir.

Tablo 148. Katılımcıların Kendilerini Nasıl Tanımladıkları

Tanımlama biçimi	Sayı	%
Liberal	1	1,5
Milliyetçi	19	27,9
Muhafazakar	20	29,5
Sosyal demokrat	17	25,0
Hiçbiri	2	2,9
Cevapsız	9	13,2
Toplam	68	100,0

Aile yaşam döngüsünün bu evresindeki katılımcıların daha önceki dönemlere oranla milliyetçi ve muhafazakâr tanımlama biçimlerinin oransal olarak daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

“Ailenizin beş yıl öncesine göre, dini duygularınızda ve düşüncelerinizde nasıl bir değişim oldu?” sorusuna verilen cevaplardan oluşan tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 149. Dini Düşünceler ve İbadetlerde Değişim

	Dini duygu ve düşüncedeki değişim			
	Sayı	%	Sayı	%
Artış oldu	13	19,1	15	19,1
Değişiklik yok	55	80,9	53	80,9
Toplam	68	100,0	68	100,0

Tabloya göre katılımcıların %80,9'u dini duygu-düşüncelerde ve ibadetlerde son beş yıl içinde bir değişim olmadığını ifade etmişlerdir. Artış olduğunu söyleyenler de bulunmaktadır. Ancak hiçbir katılımcı dini duygu ve düşüncelerde ve ibadetlerde azalma olduğunu belirtmemiştir.

Cevaplayıcıların cinsiyetinin dini duygu ve düşünceler ile dini yaşantıdaki değişimlerde beş yıl öncesine göre değişim açısından ayırt edici bir faktör olmadığı yapılan ki-kare analizi sonucunda ortaya çıkmıştır.

Cevaplayıcıların evlenme biçiminin dini duygu ve düşünceleri ile dini yaşantılarında değişim bakımından ayırt edici bir faktör olup olmadığına da bakılmış olup, yapılan ki-kare analizleri sonucunda bu değişkenlerin birbirinden bağımsız oldukları sonucuna varılmıştır. Başka bir ifade ile kendileri ya da ailelerinin kararlarıyla evlenenlerin dini duygu ve düşüncelerle ibadetler konusunda birbirinden farklı davranmadıkları anlaşılmaktadır.

Kurucuların Özellikleri

Bu evredeki cevaplayıcı annelerin yaşları 23 ila 84 arasında değişmekte olup, aritmetik ortalaması 62,01, medyan ise 61,50'dir. Bu evrede yer alan annelerin yaş gruplarına göre dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 150. Kurucuların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Yaş Grubu	Anne		Baba	
	Sayı	%	Sayı	%
20-24	1	1,5		
25-29			1	1,5
35-39	1	1,5	1	1,5
40-44	2	2,9	5	7,4
45-49	4	5,9	3	4,4
50-54	7	10,3	8	11,7
55-59	11	16,2	17	25,0
60-64	15	22,1	32	47,0
65 +	27	39,6	1	1,5
Toplam	68	100,0	68	100,0

Bu evrede yer alan annelerin %60'dan biraz daha fazlasının 60 ve üzeri yaş grubunda yer aldığı, 65 ve üzeri yaş grubunda bu evrede yer alan annelerin ise yaklaşık %40 olduğu görülmektedir.

Bu evredeki cevaplayıcı babaların yaşları 26 ila 100 arasında değişmekte olup, aritmetik ortalaması 65,26, medyan ise 64'dür. Evrede yer alan babaların yaş gruplarına göre dağılımı Tablo 11'deki gibidir.

Bu evrede yer alan babaların yaklaşık dörtte üçünün 60 ve daha fazla yaş grubunda olduğu, 45 yaş ve altında olanların %10'dan biraz fazla olduğu anlaşılmıştır.

Bu sonuçlar doğrultusunda bu evredeki ailelerdeki eşlerin yaş farklarının ortalama olarak 3-4 yaş civarında olduğu söylenebilir.

Bu evrede yer alan annelerin eğitim düzeyleri aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 151. Kurucuların Eğitim Düzeyleri

	Anne		Baba	
	Sayı	%	Sayı	%
Okuryazar değil	17	25,0	7	10,3
İlköğretim	39	57,4	33	48,5
Lise	9	13,2	9	13,2
Üniversite	2	2,9	1	1,5
Cevapsız	1	1,5	18	26,5
Toplam	68	100,0	68	100,0

Bu evrede yer alan katılımcı kadın/annelerin dörtte birinin okuryazar olmadığı çok önemli bir kısmının ise ilköğretim eğitim düzeyinde olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar çerçevesinde aile yaşam döngüsü ilerledikçe eğitim düzeylerinin düştüğü anlaşılmaktadır.

Bu evrede yer alan babaların eğitim düzeyinin annelere göre oransal olarak daha yüksek olduğu görülmektedir. Babaların yarısından biraz daha azı ilköğretim mezunu iken, okuryazar olmayan babaların annelere oranla daha az olduğu görülmektedir.

Kurucu babaların %63,2'si hayatlarının çoğunu şehir ve büyük şehir merkezinde, %10,3'ü ilçe merkezinde geçirirken, %22,1'i köyde ve %2,9'u da kasabada geçirdiklerini belirtmişlerdir. Cevaplayıcılardan biri ise yurt dışında geçirdiğini ifade etmiştir.

Kurucu annelerin hayatlarının büyük bölümünün geçirdikleri yerleşim yerlerinin dağılımı babalarınki ile aynı orandadır. Bu sonuçlar doğrultusunda, bu evredeki evliliklerin çok büyük ölçüde benzer yerleşim yerlerinde hayatlarını geçiren insanlar arasında gerçekleştirildiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Örnekte yer alan ailelerin kurucuların meslek durumlarını gösteren tablo aşağıda yer almaktadır. Kadınların büyük oranda ev hanımı veya emekli olduğu görülmektedir. Erkeklerin de büyük ölçüde emekli oldukları görülmektedir. Emekli olmayan içinde ise en büyük grubu esnaf ve sanatkarlar oluşturmaktadır.

Tablo 152. Annelerin Meslekleri

Anne			Baba		
Meslek	Sayı	%	Meslek	Sayı	%
Esnaf veya sanatkar	3	4,4	Esnaf veya sanatkar	7	10,3
Ev hanımı	55	80,9	Vasfı teknik personel	1	1,5
Masa başı çalışan memur	2	2,9	Profesyonel meslek sahibi	1	1,5
Emekli	7	10,3	Masa başı çalışan memur	1	1,5
Cevapsız	1	1,5	Vasıfsız işçi	5	7,4
			Çiftçi, balıkçı	1	1,5
			Emekli	51	74,8
			TSK veya Emniyet mensubu	1	1,5
Toplam	68	100,0	Toplam	68	100,0

Çocuklar

Bu dönemde birden fazla çocuğu olan katılımcı ailelerin sayısı 52 olup, bunların 19'u son çocuklarının kız ve 33'ü erkek olduğunu belirtmiştir. 12 katılımcı ailenin ise tek çocuklu aile olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların ilk çocuklarının doğum yılları 1948 ila 1990 arasında değişmektedir. Katılımcı ailelerin yarısının ilk çocukları 1968-1983 yılları arasında doğmuştur

Son çocuklarının doğum tarihleri ise 1950 ila 1992 yılları arasında değişmekte olup, bu evredeki katılımcı ailelerin yaklaşık yarısının son çocukları 1970 ila 1984 yılları arasında doğmuştur.

Aile yaşam döngüsünün bu evresinde bulunan katılımcı ailelerin ilk ve son çocuklarının aile yaşam döngüsünün bundan önceki aşamalarındaki katılımcıların çocuklarının eğitim düzeylerine oranla daha düşük olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonucun, Türkiye'deki eğitim düzeyindeki artışla paralellik gösterdiği söylenebilir. İlk ve son çocukların eğitim düzeylerine ilişkin veriler tabloda sunulmuştur.

Tablo 153. İlk ve Son Çocuklarının Eğitim Düzeyleri

Eğitim düzeyi	İlk Çocuk		Son Çocuk	
	Sayı	%	Sayı	%
Okuryazar değil	1	1,5	1	1,5
İlköğretim	25	36,8	21	30,9
Lise	23	33,7	21	30,9
Üniversite	14	20,6	9	13,2
Cevapsız/çocuksuz veya tek çocuklu	5	7,4	16	23,5
Toplam	68	100,0	68	100,0

Bu evredeki katılımcı ailelerin ilk ve son çocuklarının meslek dağılımları tabloda yer almaktadır. İlk çocuklar arasında emekliler de vardır.

Tablo 154. İlk ve Son Çocuklarının Meslekleri

	İlk Çocuk		Son Çocuk	
	Sayı	%	Sayı	%
İşyeri sahibi veya ortağı	1	1,5	-	-
Esnaf veya sanatkar	5	7,4	6	8,8
Ev hanımı	22	32,3	13	19,1
Vasıflı teknik personel	8	11,7	5	7,4
Profesyonel meslek sahibi (Doktor, Avukat, Mühendis vs.)	2	2,9	3	4,4
Müdür, orta düzey yönetici	1	1,5	1	1,5
Masa başı çalışan memur	6	8,8	1	1,5
Vasıfsız işçi	7	10,3	12	17,6
Öğrenci	2	2,9	6	8,8
Emekli	5	7,4	-	-
Çiftçi/balıkçı	-	-	1	1,5
İşsiz	4	5,9	4	5,9
TSK veya Emniyet mensubu	1	1,5	-	-
Çocuk	-	-	1	1,5
Cevapsız/çocuksuz veya tek çocuklu	4	5,9	15	22,0
Toplam	68	100,0	68	100,0

Bu evredeki ailelerin ilk çocuklarından 34 tanesi iş sahibidir. Bunların en erken işe başlama yaşı 10 ve en geç işe başlama yaşı 28 olarak belirtilmiştir. İş başlama yaşlarının ortalaması 20 yaştır.

Katılımcı ailelerin son çocuklarından 24'ü iş sahibidir. Bu çocukların en erken işe başlama yaşı 13 ve en geç işe başlama yaşı 26 olarak belirtilmiştir. Son çocukların işe başlama için hesaplanana yaş ortalaması da 19,5'tir. Bu sonuçlar doğrultusunda, bu evredeki ailelerin son çocuklarının ilk çocuklara göre çok az da olsa daha erken iş sahibi olmaya başladıkları söylenebilir.

Bu dönemi temsil eden katılımcı ailelerin ilk çocuklarından 48'i, son çocuklarından ise 36'sı evlenmiştir. İlk çocuklar için evlenme yaş ortalaması 22 son çocuklar için 22,8'dir.

Katılımcı ailelerin ilk çocuklarından evden ayrılan 46'sının 17 ila 33 yaş arasında evden ayrıldıkları ifade edilmiştir. Bu yaşlar, önceki evrelerdeki ailelere oranla nispeten daha yüksek yaşları ifade etmektedir. Bu sonucun ortaya çıkmasında, okul nedeniyle ayrılmaların daha az olması ve daha uzun birlikte yaşama süreleriyle açıklanabilir.

Evden ayrıldığı belirtilen son çocuk sayısı 34 olup, bu çocukların 15 ila 34 yaşları arasında evden ayrıldıkları belirtilmiştir. İlk çocuklardan son çocukların da tamamı evlilik nedeniyle evden ayrılmıştır.

İlk çocuklardan sadece 1 tanesinin hayatta olmadığı belirtilmiştir. Son çocuklardan yine sadece 1 tanesinin hayatta olmadığı ifade edilmiştir.

Bu evredeki katılımcı ailelerden sadece 1 tanesi 1 çocuğun nişanlı olduğunu belirtmiştir. Nişanlı olan çocuğun erkek ve 22 yaşında olup, nişanlılık döneminin 1 yıldan daha az süreceği ifade edilmiştir.

Diğer Aile Üyeleri

Aile yaşam döneminin yalnızlık yıllarını temsil eden örneklemdaki katılımcıların evde oturdukları kişi sayısının dağılımı tabloda görülmektedir. Bu evredeki katılımcıların dörtte üçü yalnız yaşadığını belirtmiştir. Kuruculardan birisi eşini kaybettikten sonra yalnız kalmakta; fakat tamamen yalnız kalmamaktadır. Anadolu insanının geliştirdiği gelenekler ya da zorunluluklar nedeniyle çocuklardan birisi, torunlardan birisi kurucuların birinin yanına yerleşebilmektedir. Ya da yaşlı yalnızlar bunlardan birisinin yanına yerleşebilmektedir. Bu evredeki ailelerin yalnız yaşamayanların çok önemli bir kısmı çocukları ile birlikte yaşadıklarını söylemişlerdir.

Tablo 155. Evde Devamlı Oturan Kişi Sayıları

Evde oturan kişi sayısı	Sayı	%
1	51	75,0
2	7	10,3
3	5	7,4
4	2	2,9
5	2	2,9
7	1	1,5
Toplam	68	100,0

Ev Özellikleri

Katılımcıların oturdukları konut türlerinin dağılımı tabloda görülmektedir. Buna göre katılımcıların çoğu apartman dairelerinde oturmaktadır. Bundan sonra müstakil evlerde oturanların oranı yüksektir.

Tablo 156. Konut Türü

	Sayı	%
Gecekondu (sağlıksız, oturulamayacak durumda)	3	4,4
Müstakil ev	25	36,7
Apartment dairesi	39	57,4
Apartment dairesi /Zemin	1	1,5
Toplam	68	100,0

Katılımcıların %70'i kendi konutunda otururken, %20'si kirada oturmaktadır. Cevaplayıcıların geri kalan %10'unun ise kira vermeksizin oturduğu anlaşılmıştır.

Bu sonuçlara göre, aile yaşam döngüsünün ilerleyen aşamalarında ailelerin kendi konutlarına sahip olma oranları görünür bir şekilde artmaktadır.

Kirada oturanlar 150 ila 550 TL arasında kira ödemekte olup, cevaplayıcıların kira ortalaması 285,71 TL'dir. Önceki dönemlere göre ödenen kira bedellerinde azalma olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonucun da yalnız ve muhtemelen daha küçük konutlarda yaşamı sürdürmekle açıklanabileceği söylenebilir.

Tablo 157. Ödenen Kira Ya Da Evin Kira Değeri

	N	En az	En çok	Ortalama	Standart Sapma
Aylık ödenen kira (TL)	14	150	550	285,71	122,755
Bulduğunuz semtte böyle bir evin yaklaşık kira bedeli ne kadardır?(TL)	64	100	1000	367,58	201,811

Katılımcıların 64 tanesi bu soruyu cevaplamış olup, oturdukları semtte yaklaşık kira bedeli olarak 100 ila 1.000 TL arasında fiyat belirtmişlerdir. Belirtilen bu kira rakamlarının aritmetik ortalaması 367,58 TL olarak hesaplanmıştır. Önceki evreye oranla semt kira bedelleri üst sınırı ile ortalama değerindeki belirgin azalışlar, yalnız kalındığında daha mütevazı semtlerde yaşanmaya başlandığının bir göstergesi olarak algılanabilir.

Katılımcıların oturdukları evde mutfak ve banyo hariç olmak üzere oda sayılarını gösteren dağılım Tablo 20'de sunulmuştur.

Tablo 158. Konutlardaki Oda Sayıları

Oda sayısı	Sayı	%
1	2	2,9
2	19	27,9
3	26	38,3
4	21	30,9
Toplam	68	100,0

Oturulan oda sayıları çocuklu dönemlere oranla gösterdiği azalış yukarıdaki yorumları destekler niteliktedir.

Aile Gündemi

Bu evredeki ailelerin çocuklara ilişkin gündemlerini oluşturan öncelikli iki konu, sağlık ile evlilik konularıdır. Söz konusu katılımcı kişi erkekse gündemlerini oluşturan öncelikli iki konu, sağlık ve iş/ekonomik konular olarak belirtilmiştir.

Katılımcı kişilerin kadın olması durumunda ise gündemi oluşturan öncelikli iki konunun babalarla ilgili konulara benzer şekilde sağlık ve ekonomik konular olduğu görülmüştür.

Bu evredeki katılımcı ailelerden torunu olduğunu belirten 55 cevaplayıcının yaklaşık %80'i torunları hayatın neşe kaynağı olarak tanımlarken, %12'si çocukların boşluğunu doldurduğunu ifade ederken, %7'si ise torunlarını fazla göremediklerini söylemiştir.

Cevaplayıcıların hemen tamamına yakını bir fikir belirtmezken, çok az bir kısmı fırın ve mobilya ile bilgisayar cevabını vermiştir.

Önümüzdeki bir yıl içinde harcama yapmayı planladığınız aileniz için önemli bir şey var mı? (Yatırım olarak)

Bu soruda da önemli bir kitle fikir belirtmez iken, cevap veren 2 kişi ev almak, 1 kişi hacca gitmek ve 2 kişi de döviz ile altın saklamak cevabını vermiştir.

Bu sonuçlar çerçevesinde aile yaşam döngüsünün son evresinde geleceğe ilişkin çok fazla sayıda bir düşünce ve beklentinin olmadığı anlaşılmakta olup, bu sonucun doğal karşılanması gerektiği düşünülmektedir.

Gelir Özellikleri

Bu evredeki katılımcıların 12'si anne ya da babasından dul ve yetim aylığı almaktadır. Alman dul ve yetim aylığı olarak ise 350 ve 1.000 TL cevapları verilmiştir.

Eşinden nafaka aldığını belirten 4 cevaplayıcı bulunmaktadır. Bunlar 440 ile 550 TL arasında nafaka aldıklarını ifade etmişlerdir.

Bu evrede yer alan katılımcıların sadece 6'sı son bir ay içinde ücretli bir işte çalıştığını, 62'si ise son bir ay içinde ücretli bir işte çalışmadığını belirtmiştir.

Çalışmayan 62 cevaplayıcının 44'ü ev hanımı, 17'si emekli olup 1'i ise kira vb. geliri olduğunu ifade etmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda, bu evredeki katılımcılar arasında işsizlik oranının oldukça az olduğu söylenebilir. Bu evredeki katılımcılardan çalışan 6 cevaplayıcının 1'i vasıfsız iş, 3'ü esnaflık ve 2'si de masa başı iş yaptığını belirtmiştir.

Katılımcıların aylık ortalama toplam gelirleri 876,7 TL olarak hesaplanmıştır. Katılımcıların beyan edilen gelirleri 100 TL ile 4200 TL arasında değişmektedir.

Tablo 159. Ailenin Toplam Geliri

	N	En az	En Çok	Ortalama	Standart Sapma
Ailenin aylık toplam geliri	68	100,00	4200,00	876,7647	634,22639
Borcunuz ne kadar?	17	50	20000	4247,06	5669,338

Tablo 160. Gelir Grupları

	Sayı	%
525 TL'den az	16	23,5
525-699 TL arası	20	29,4
701-999 TL arası	11	16,2
1000-1499 TL arası	10	14,7
1500-1999 TL arası	7	10,3
2000-2999 TL arası	3	4,4
3000 TL'den fazla	1	1,5
Toplam	68	100,0

Bu evredeki katılımcılardan sadece 1 cevaplayıcı arkadaş veya komşularından 300 TL tutarında yardım aldığını belirtmiştir. Bu evredeki hanelerin ilk gelir kaynakları önemli ölçüde emekli maaşlarından oluşmaktadır.

Bu evredeki katılımcı ailelerin %25'i (17 cevaplayıcı) borç veya taksitleri olduğunu ifade etmiştir. Borcunun büyüklüğü konusunda bilgi veren 17 katılımcı 50 ila 20.000 TL arasında borçları olduğunu belirtmiştir. Borçların aritmetik ortalaması 4.247,06 TL'dir. Bu değer ortalama gelirin yaklaşık 5 katıdır.

Borcu olduğunu ifade eden katılımcıların yaklaşık %47'si banka kredisi borcu olduğunu ifade ederken, %18'i ise bakkal/market borcu olduğunu belirtmiştir. Diğer cevaplayıcılar ise ev tadilatı ve arkadaşlara elden borç cevaplarını vermiştir.

Katılımcılar ihtiyaç duyduklarında %42,6 oranında arkadaşlardan veya akrabalarından, %29,4 oranında bankadan borçlandıklarını ifade etmektedirler. Katılımcıların %22,1'i ise borç almadığını belirtmiştir. Önceki evrelerden farklı olarak bu evrede borçlanma kaynağı olarak banka kredilerinin ikinci sıraya düştüğü anlaşılmaktadır.

Bu soruya katılımcı ailelerin dörtte üçü tasarruf yapamıyoruz cevabı verirken tasarruf yapabilenler sırasıyla altın ve döviz yoluyla tasarruflarını değerlendirdiklerini belirtmiştir.

Tüketim Alışkanlıkları

Bu evredeki katılımcıların dışarıda (lokanta vb. yerlerde) yemek yeme sıklıkları tabloda görülmektedir. Tablodan görüleceği gibi, bu evredeki ailelerin üçte ikisi dışarıda yemek yemediklerini ifade etmişlerdir. Ayda bir kez diyenler %22' oranındadır. Haftada bir kez dışarıda yemek yediklerini ifade edenlerin oranı ise %8,8'dir.

Tablo 161. Dışarıda Yemek Yeme

	Sayı	%
Hiç	46	67,6
Ayda bir kez	15	22,1
Haftada bir kez	6	8,8
Hemen hemen her gün	1	1,5
Toplam	68	100,0

Aile yaşam döngüsünün bu dönemini yaşayan katılımcıların et ve ürünlerini tüketme sıklıklarının önceki evrelere oranla azaldığı anlaşılmaktadır. Bu sonuç, yalnız kalma ve gelirlerin azalması yanında yaşlılık ve sağlık sorunlarına bağlı olarak daha az et ürünleri tüketme zorunluluğu ile açıklanabilir.

Tablo 162. Sebze, Meyve, Et ve Süt Tüketme Sıklığı

	Et ve ürünleri		Süt ve ürünleri		Sebze		Meyve	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Hiç	6	8,8	6	8,8	1	1,5	3	4,4
Ayda bir kez	21	30,9	7	10,3	4	5,9	3	4,4
Haftada bir kez	21	30,9	9	13,2	8	11,8	12	17,7
Haftada birkaç kez	17	25,0	18	26,5	26	38,2	19	27,9
Hemen her gün	3	4,4	28	41,2	29	42,6	31	45,6
Toplam	68	100,0	68	100,0	68	100,0	68	100,0

Katılımcıların süt ve süt ürünleri tüketiminde ise et ve ürünleri tüketiminin fazlalığı dikkat çekicidir. Bu noktada, özellikle yalnız yaşayanların süt ve ürünlerine olan ihtiyaçları doğrultusunda tüketimin çok fazla azalmaması rol oynamış olabilir. Tablo bütün olarak incelendiğinde katılımcıların başlıca besin kaynaklarının süt ürünleri, sebze ve meyveler olduğu çağrışımını yaptırmaktadır.

Bu evredeki ailelerin boş zamanlarını değerlendirme aktiviteleri aşağıdaki tabloda verilmektedir. Bu evredeki katılımcı aileler bakımından, televizyon izleme en sık yapılan aktivite olarak göze çarparken, evde oturup sohbet etme ikinci sırada yer almaktadır. Daha sonra sırasıyla yakınları ziyaret etme ve alışveriş yapma aktiviteleri gerçekleştirilmektedir. Aile yaşam döngüsünde aşamalar ilerledikçe boş zamanlardaki aktivitelerden dışarıda harcanan zamanlar yerini içeride harcama gerektiren aktivitelere doğal olarak bırakmaktadır.

**Tablo 163.** Boş Zamanları Değerlendirme

	Birinci tercih		İkinci tercih	
	Sayı	%	Sayı	%
Alışveriş yaparız	3	4,4	7	10,3
Pikniğe gideriz	1	1,5	4	5,9
Evde oturur sohbet ederiz	13	19,2	13	19,1
Televizyon seyrediyoruz	34	50,0	8	11,8
Yakınlarımızı ziyaret ederiz	9	13,2	12	17,6
Özel bir şey yapmayız	3	4,4	-	-
İbadet ederiz	2	2,9	-	-
Örgü, el işi	2	2,9	-	-
Ev işi	1	1,5	-	-
Sinema tiyatro	-	-	1	1,5
Cevapsız	-	-	23	33,8
Toplam	68	100,0	68	100,0

Evredeki katılımcıların ailece günde ne kadar süre televizyon izlediklerinin dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 164. Ortalama Televizyon İzleme Süreleri

Ailece günde ortalama izlenen televizyon süresi	Sayı	%
1-2 saat	13	19,1
3-4 saat	28	41,2
5-6 saat	17	25,0
7 saatten fazla	8	11,8
Evde TV yok	2	2,9
Toplam	68	100,0

Bu dönemi yaşayan katılımcıların en çok seyrettiği televizyon programları haber programlarıdır. Bundan sonra ise sırayı önceki dönemlerde olduğu gibi yerli diziler almaktadır. Kadın programlarını seyrettiğini belirtenler yaklaşık %6 iken tartışma-sohbet programı cevabı verenler ise %4,4'tür.

Tablo 165. İzlenen Program Türleri

	Sayı	%
Haber	35	51,5
Eğlence/müzik	2	2,9
Yerli dizi	20	29,4
Belgesel	1	1,5
Kadın programları	4	5,9
Tartışma/sohbet	3	4,4
Dini programlar	1	1,5

	Sayı	%
Haber	35	51,5
Eğlence/müzik	2	2,9
Yerli dizi	20	29,4
Belgesel	1	1,5
Kadın programları	4	5,9
Evde TV yok	2	2,9
Toplam	68	100,0

Katılımcıların 17 tanesinin evinde sigara içilmektedir. 17 haneden 13'ünde sadece 1 kişinin sigara içtiği 3 hanede ise 2 kişinin sigara içtiği ifade edilmiştir.

Bu evrede yer alan katılımcı ailelerin günlük gazete satınalma alışkanlıkları aşağıdaki tabloda verilmiştir. Gazete almayanların oranının yüksekliği dikkat çekicidir.

Tablo 166. Günlük Gazete Satınalma Alışkanlıkları

	Sayı	%
Düzenli olarak alınız	6	8,8
Düzensiz olarak alınız	12	17,7
Günlük gazete almayız	50	73,5
Toplam	68	100,0

Cevaplayıcıların yaklaşık dörtte üçü günlük gazete almadıklarını belirtmiştir. Düzenli olarak gazete aldığını belirtenlerin oranı ise %10'dan daha azdır. Bu sonuçlardan hareketle, aile yaşam döngüsünün ilerleyen evrelerinde yalnız kaldıkça düzenli gazete satınalma alışkanlığında azalma olduğu söylenebilir.

Harcamalar

Bu evredeki katılımcı ailelerin tüketim harcamalarına ilişkin önemli bazı kalemlerin harcama tutarları, aritmetik ortalamaları ve medyan değerleri ile standart sapmalar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 167. Tüketim Harcamaları (Aylık/TL)

	N	Medyan TL	En az TL	En çok TL	Ortalama TL	Standart sapma	Ortalama/Ortalamalar Toplamı
Gıda	67	200	10	600	217,39	129,40	0,074
Kadın giyim	45	27	2	200	43,43	47,46	0,015
Erkek giyim	21	33,33	3	200	44,40	47,04	0,015
Çocuk giyim	7	25	8	150	43,57	48,66	0,015
Kira	14	262,50	150	550	285,71	122,75	0,097
Yakıt (konut için)	54	60	4	200	79,31	52,83	0,027
Eğitim	8	45	17	200	67,50	61,14	0,023

Haberleşme (tel., internet vb.)	53	40	1	150	43,95	28,75	0,015
Sağlık	32	50	4	200	57,03	51,16	0,019
Konut (kooperatif, arsa)	-	-	-	-	-	-	-
Ulaşım	36	50	4	300	58,07	53,91	0,020
Eğlence/kültür/sanat	8	40	3	150	56,56	48,56	0,019
Su-elektrik-gaz	66	70	15	350	87,26	58,01	0,030
Alkollü içecek	2	50	50	50	50	-	0,017
Sigara	20	135	50	300	147,58	85,54	0,050
Hediye (düğün, sünnet vb.)	21	16,67	3	100	29,17	24,16	0,010
Lokanta ve otel	13	50	8	167	53,46	44,43	0,018
Mobilya	1	100	100	100	100	-	0,034
Beyaz eşya	4	75	30	3.000	795	1470,29	0,270
Kişisel bakım ürünleri	27	20	4	100	25,71	20,61	0,009
Oyuncak	5	5	4	20	8,50	6,62	0,003
Bakım hizmeti (çocuk veya yaşlı)	3	30	25	100	51,67	41,93	0,018
Otomobil sahipliği için	5	100	20	250	104	95,02	0,035
Diğer	1	500	500	500	500	-	0,170
Toplam			1015	7937	2949,27		1,000

Tabloya bakıldığında, bu evredeki ailelerin kira ve gıda harcamalarının ilk iki sırada yer aldığı görülmüştür. Sigara harcamalarının oransal olarak yüksek çıkmış olması da dikkat çekici bir sonuçtur.

Bu evrede azalan harcama kalemleri olarak ise, mobilya, oyuncak, çocuk bakımı ve kişisel bakım ile hediye harcamaları dikkat çekmektedir. Beyaz eşya harcamalarının yüksek çıkmış olması az sayıdaki ailenin bu döneme ilişkin harcamalarını belirtmiş olmasından kaynaklanmaktadır.

Pek çok harcama kaleminde standart sapma değerlerinin yüksek olması, ailelerin aylık gelirlerine bağlı olarak harcama kalemlerinde oldukça farklı dağılımlar olduğunun göstergesidir. En düşük ve en yüksek harcama miktarları arasındaki belirgin farklılıklar da bu sonucu destekler mahiyettedir.

Tüketim kararları

Tüketim kararlarında aile bireylerinin etki derecelerini belirlemek amacıyla toplanan veriler aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 168. Tüketim Kararlarında Etkili Kişiler

	N	(%)				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-baba birlikte	
Gıda	67	17,9	74,6	6,0	1,5	100,0
Temizlik	65	18,5	78,3	6,2	-	100,0
Babanın giyimi	40	52,5	40,0	2,5	5,0	100,0
Annenin giyimi	60	13,3	85,0	1,7	-	100,0
Çocuğun giyimi	39	20,5	41,0	33,4	5,1	100,0
Erkek bakım ürünleri	38	47,4	42,1	7,9	2,6	100,0
Kadın bakım ürünleri	56	12,5	83,9	3,6	-	100,0
Oyuncak	37	18,9	54,1	18,9	8,1	100,0
Beyaz eşya	54	16,7	66,6	1,9	14,8	100,0
Mobilya	55	16,5	65,4	1,8	16,4	100,0
Otomobil	48	25,0	54,1	4,2	16,7	100,0
Ev sahibi olma	51	19,6	58,8	4,0	17,6	100,0
Okul/dershane seçimi	41	24,4	48,8	9,7	17,1	100,0
Tatil	49	20,4	59,2	4,1	16,3	100,0
İletişim (telefon, internet)	59	23,7	66,1	6,8	3,4	100,0
Ev tekstil (perde, örtü vs.)	57	17,5	77,2	1,8	3,5	100,0
Eğlence (sinema, tiyatro)	45	20,0	57,8	6,6	15,6	100,0
Gazete / dergi	53	24,5	69,8	1,9	3,8	100,0
Takı / mücevher	53	20,8	69,8	1,9	7,5	100,0
Elektronik aletler (bilgisayar, cep telefonu vs.)	54	25,9	57,4	9,3	7,4	100,0

Yaşanan evde birden fazla kişinin yaşaması durumunda pek çok harcama kaleminde kararlarda kadınların etkili olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumun istisnaları baba giyimi ile erkek bakım ürünleridir.

Satın alınacak ürünlere karar verecek kişi erkek hayatta kaldığı zaman erkek, kadın hayatta kaldığı zaman ise kadın olmaktadır. Bu şekilde verilerin çapraz olarak kontrol edildiği tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 169. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Karar Vericiler

	Kadın				Erkek			
	%				%			
	Baba	Anne	Çocuk	Anne-baba birlikte	Baba	Anne	Çocuk	Anne-baba birlikte
Gıda	1,8	89,3	7,1	1,8	100,0	,0	,0	,0
Temizlik	1,9	90,7	7,4	,0	100,0	,0	,0	,0
Babanın giyimi	35,7	57,1	3,6	3,6	100,0	,0	,0	,0
Annenin giyimi	2,0	96,1	2,0	,0	77,8	22,2	,0	,0
Çocuğun giyimi	6,5	48,4	38,7	6,5	75,0	12,5	12,5	,0
Erkek bakım ürünleri	28,6	57,1	10,7	3,6	100,0	,0	,0	,0
Kadın bakım ürünleri	2,1	93,8	4,2	,0	75,0	25,0	,0	,0
Oyuncak	3,4	69,0	20,7	6,9	75,0	,0	12,5	12,5
Beyaz eşya	2,3	81,8	2,3	13,6	80,0	,0	,0	20,0
Mobilya	2,2	80,0	2,2	15,6	80,0	,0	,0	20,0
Otomobil	10,5	68,4	5,3	15,8	80,0	,0	,0	20,0
Ev sahibi olma	4,9	73,2	4,9	17,1	80,0	,0	,0	20,0
Okul/dershane seçimi	9,4	62,5	12,5	15,6	77,8	,0	,0	22,2
Tatil	7,5	72,5	5,0	15,0	77,8	,0	,0	22,2
İletişim (telefon, internet)	10,2	79,6	8,2	2,0	90,0	,0	,0	10,0
Ev tekstil (perde, örtü vs.)	2,1	93,6	2,1	2,1	90,0	,0	,0	10,0
Eğlence (sinema, tiyatro)	2,9	74,3	8,6	14,3	80,0	,0	,0	20,0
Gazete / dergi	9,3	86,0	2,3	2,3	90,0	,0	,0	10,0
Takı / mücevher	7,0	86,0	2,3	4,7	80,0	,0	,0	20,0
Elektronik aletler	11,6	72,1	11,6	4,7	90,0	,0	,0	10,0

Satınalma Kriterleri

Yukarıda belirtilen ürün ve hizmetlerin satın alınmasında aile bireylerinin etki dereceleri ortaya konmuş idi. Bu kez, bu ürün ve hizmetlerin satın alınmasında en fazla etkili olduğu düşünülen faktörler sorulmuştur. Aile yaşam döngüsünün bu evresindeki katılımcı ailelerde söz konusu ürün ve hizmetlerin satın alınmasında en fazla etkili olduğu belirtilen faktörlerin dağılımı tabloda verilmiştir.

Tablo 170. Satınalma Kararlarında Etkili Kriterler

Ürün ve hizmetler	N	(%)					Toplam
		Marka	Kalite	Fiyat	İnançlara uygunluk	İhtiyaca uygunluk	
Gıda	68	4,4	25,0	44,1	4,4	22,1	100,0
Temizlik	67	4,5	22,4	46,2	1,5	25,4	100,0
Babanın giyimi	40	2,5	12,5	30,0	2,5	52,5	100,0
Annenin giyimi	61	1,6	14,9	42,6	1,6	39,3	100,0
Çocuğun giyimi	41	4,9	17,1	29,3	2,4	46,3	100,0
Erkek bakım ürünleri	39	2,6	7,7	30,7	2,6	56,4	100,0
Kadın bakım ürünleri	57	1,8	12,2	33,3	1,8	50,9	100,0
Oyuncak	38	5,3	5,3	21,0	2,6	65,8	100,0
Beyaz eşya	26	12,5	16,1	23,2	1,8	46,4	100,0
Mobilya	56	5,4	23,2	25,0	1,8	44,6	100,0
Otomobil	48	6,3	10,4	35,4	2,1	45,8	100,0
Ev sahibi olma	50	2,0	10,0	44,0	2,0	42,0	100,0
Okul/dershane seçimi	43	2,3	16,3	27,9	2,3	51,2	100,0
Tatil	50	2,0	4,0	42,0	2,0	50,0	100,0
İletişim (telefon, internet)	60	1,7	6,6	38,3	1,7	51,7	100,0
Ev tekstil (perde, örtü vs.)	55	1,8	18,2	32,7	1,8	45,5	100,0
Eğlence (sinema, tiyatro)	49	2,0	6,2	32,7	2,0	57,1	100,0
Gazete / dergi	55	7,3	12,7	27,3	1,8	50,9	100,0
Takı / mücevher	55	3,6	9,1	36,4	3,6	47,3	100,0
Elektronik aletler	56	1,8	8,9	35,7	1,8	51,8	100,0

Tablodan da izlenebileceği gibi, aile yaşam döngüsünün bu son evresinde açık bir şekilde ihtiyaca uygunluk kriteri satınalma kararlarında ağırlıklı etkili olan faktör konumundadır. Gıda, temizlik ürünleri, kadın giyim ürünleri ile ev sahibi olma bakımından fiyat ayrıca ikinci sırada çıkmıştır. Dolayısıyla bu evrede ürün tercihlerinde ihtiyaç ve fiyat çok baskın etkileyici konumundaki faktörlerdir. Yaşlanma, yalnız kalma, gelirlerin azalması ve muhtemelen hayattan beklentilerin azalmaya başlaması sonuçların bu şekilde çıkmasında etkili olmuş olabilir.

5. BÖLÜM

AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİNİN AİLE ÖZELLİKLERİ ve TÜKETİM ÖZELLİKLERİ BAKIMINDAN KARŞILAŞTIRILMASI

-
- AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİNE GÖRE KURUCULARIN TEMEL ÖZELLİKLERİ
 - AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİNE GÖRE GELİR VE EV ÖZELLİKLERİ
 - AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ BOYUNCA AİLE YAŞAM DÖNEMLERİNİN YAPILAN HARCAMALAR
BAKIMINDAN KARŞILAŞTIRILMASI
 - AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİNE GÖRE SATIN ALMA KARARINDA ETKİLİ KİŞİLER
 - AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİNE GÖRE SATIN ALMA KRİTERLERİ



AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİNE GÖRE KURUCULARIN TEMEL ÖZELLİKLERİ

Örneklemede yer alan katılımcıların aile yaşam dönemleri ayırmaksızın evlenme yaşları aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi erkek için 24,5 kadın için ise 21,1'dir.

	N	Mean	Std. Deviation
Babanın ortalama evlenme yaşı	2885	24,50	4,14
Annenin ortalama evlenme yaşı	2917	21,12	4,14

Aile yaşam dönemleri için ortalamalar hesaplandığında farklı ortalamalar görülmektedir. Tek yönlü varyans analizi ortalamaların birbirinden önemli derecede farklı olduğunu ifade etmektedir. Aile yaşam dönemleri ilerledikçe evlilik yaşının küçüldüğü görülmektedir.

Tablo 171. AYD Dönemleri ve Kurucuların Evlenme Yaşları Ortalamaları

	Baba		Anne	
	N	Ortalama Yaş	N	Ortalama Yaş
Yeni evli çocuksuz	194	25,93	195	23,24
En büyük çocuk okul öncesi çağda	665	25,40	669	22,33
En büyük çocuk ilköğretim çağında	641	24,87	644	21,47
Yetişkin çocuklu aile	1080	23,98	1093	20,15
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	213	22,72	222	19,75
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	61	22,21	62	19,22

Evlendikten sonra ilk çocuğun dünyaya geldiği zamanda evlilik (aile) kaç yaşında olmaktadır. Bu sorunun cevabını vermek için katılımcılardan alınan evlenme tarihi

bilgileri ile ilk çocuğun doğum tarihi bilgilerinden yararlanılmıştır. Buna göre ilk çocuğun doğumu aile 2,47 yaşındayken gerçekleşmektedir. Bu ortalamanın geçmişte farklı şekilde gerçekleşmiş olduğu dönemler bulunmaktadır.

Tablo 172. İlk Çocuk Doğduğunda Aile Kaç Yaşında?

	N	Ailenin ortalama yaşı
En büyük çocuk okul öncesi çağda	669	2,1704
En büyük çocuk ilköğretim çağında	629	2,3148
Yetişkin çocuklu aile	1054	2,6395
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	196	2,7806
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmışlar	56	3,9643

Bu ortalama, çocuksuz evlilik döneminde çocuk henüz olmadığı için hesaplanmamıştır. Normal şartlarda eski evliliklere göre ailelerin çocuk sahibi olma durumlarında ailenin daha ileri yaşlarında çocuk sahibi olduğu şeklinde bir kanı vardır. Buradaki ortalamalar tersini göstermektedir. Başka bir ifade ile eski evliliklerde, ilk çocuğun doğumu için geçen süre şimdikinden daha uzundur. Burada yalnız kalmışlar için ortalamanın yüksek çıkmasının temel nedeni örnek sayısı azken iki katılımcının 28 yıl ve 30 yıl çocuk sahibi olmak için beklediklerini ifade etmeleridir. Çocuk sahibi olma zamanında ailenin yaşının giderek daha ileri yaşlarda ilk çocuğa sahip olduğu şeklinde bir beklenti bulunmaktadır. Araştırma verileri bu beklentinin tersine bir sonuç vermiştir. Bu durumun akla gelen tek açıklaması şu şekilde yapılabilmektedir: Eski evliler arasında geç çocuk sahibi olanlar ortalamayı yükseltmektedir. İlk çocuğa geç sahip olma geçmişte daha uzun süre alırken tıp dünyasındaki ilerlemeler sonucunda artık aileler uzun süre beklemeden çocuk sahibi olma şansına sahip olmaktadır. Ancak bu yorumu yapabilmek için elde yeteri kadar veri bulunmamaktadır. Bundan sonra yapılacak bir araştırmada bu konu özellikle ele alınabilecek bir konudur.

Ailenin 2,5 yaşı ile çocuğun ilköğretime başladığı yıla kadar geçen süre yaklaşık 6,5 yıldır. Aile yaşam döngüsünün ikinci dönemi olarak ele alınan ve en büyük çocuk ilköğretim çağında olarak isimlendirilen bu dönem yaklaşık 6,5 yıl sürmektedir. Bu arada evlilik de 9 yaşına girmiş olmaktadır.

Bundan sonraki dönemde aile çocuğunu ilköğretime göndermektedir. İlköğretim yılları 8 yıl sürmektedir. Yaklaşık 2,5 yaşında ilk çocuğu olan aile, ilk çocuğunun ilköğretimi tamamladığı yıllarda 16-17 yaşına gelmiş olmaktadır. Çocuklardan bir kısmı ilköğretim okulu bitmeden ergenlik dönemine başlamaktadır. Bu durumda aile yaklaşık 15 yaşında iken ergenlik dönemindeki çocuklara sahip olmaktadır.

Bundan sonra evden ayrılıncaya kadar ailenin bir üyesi olarak hayatına devam eden çocukların evde olduğu süre boyunca aile yaşam döngüsünün dördüncü dönemi sürmektedir.

	N	İlk çocuğun evden ayrılma yaşı	N	Son çocuğun evden ayrılma yaşı
Yetişkin çocuklu aile	252	21,81	61	22,49
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	210	22,91	177	23,03
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmışlar	46	22,80	34	23,50

Yapılan tek yönlü varyans analizinde ilk çocukların evden ayrılma yaşları bakımından aile yaşam dönemleriarasında fark bulunmadığı tespit edilmiştir. Tüm dönemler için hesaplanan ortalama evden ayrılma yaşı 22,39'tur. İlk çocuk 22,5 yaşına geldikten sonra evden ayrılmaktadır. İlk çocuğun evden ayrılma yaşı 1 yaş ile 39 yaş arasında belirtilmiştir. Son çocuklar için bu aralık daralmış bulunmaktadır. Buna göre evden ayrılma yaşı 8 ile 35 yaş arasında gerçekleşmektedir. Son çocuklar için ortalama evden ayrılma yaşı 22,98'dir.

İlk çocuğun doğumu ailenin yaşı yaklaşık 2,5 iken gerçekleşmişti. Yaklaşık 22,5 yaşında evden ayrılan ilk çocuk aile 25 yaşındayken evden ayrılmış olmaktadır.

İlk çocuklarla son çocukların doğum tarihleri arasındaki fark ailenin doğurgan dönemi olarak varsayılmıştır. İlk ve son çocuğun doğum tarihleri arasındaki farklar hesaplanmış ve her ikisini de belirten 1858 aile için ortalama doğurganlık süresi 6,75 yıl olarak hesaplanmıştır. Bu durumda son çocuk ailenin kurulmasından yaklaşık $(2,47+6,75=9,22)$ 9,22 yıl sonra doğmaktadır. Son çocuklar için hesaplanan ortalama evden ayrılma yaşı da bu süreye eklendiğinde evin boşalma zamanı $(22,98+9,22=32,12)$ ortaya çıkmaktadır. Bu durumda aile 32,12 yaşında iken çocukları evden göndermiş olmakta ve kurucular baş başa kalmaktadırlar. Ergenlik dönemindeki ilk çocukla yaklaşık 15 yaşında tanışan aile bundan 17 yıl sonra yeni bir döneme başlamış olmaktadır.

Kurucular için genel olarak evlenme yaşı kadınlar için 21,12 olarak erkekler için ise 24,5 olarak hesaplanmıştır. Bu durumda kuruculardan kadın olan $(21,12+32,12=53,24)$ 53,24 yaşında olmaktadır. Aynı yılda erkek ise $(24,5+32,12=56,62)$ 56,62 yaşında olmaktadır.

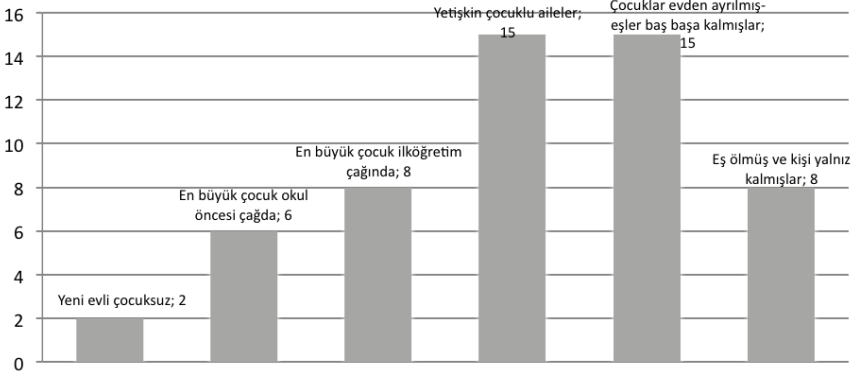
TÜİK'in 2009 yılı Aralık ayı verilerine göre Türkiye'de erkekler için doğuştan beklenen ömür 71,5 iken kadın için ortalama ömür 76,1'dir. Bu durumda eşler birlikte 15 yıl daha yaşamaktadırlar. Kadın eşi öldüğünde 68 yaşındadır. Ve önünde yaşana-

cak 8 yıl daha bulunmaktadır¹.

Bu durumda aile yaşam dönemlerinin süreleri şu şekilde oluşmaktadır:

Dönemin Adı	Ortalama Yıl
Yeni evli çocuksuz	2,5
En büyük çocuk okul öncesi çağda	6,5
En büyük çocuk ilköğretim çağında	8
Yetişkin çocuklu aileler	15
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	15
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış!	8
Toplam	55

Grafik 2. Aile Yaşam Dönemlerinin Süreleri (Yıl)



Bazı durumlarda aile yaşam dönemlerinin önceki ve sonraki dönemleri ve süreleri analizlerde yardımcı olabilmektedir. Bu amaçla evli çocuksuz dönemden başlayan ve

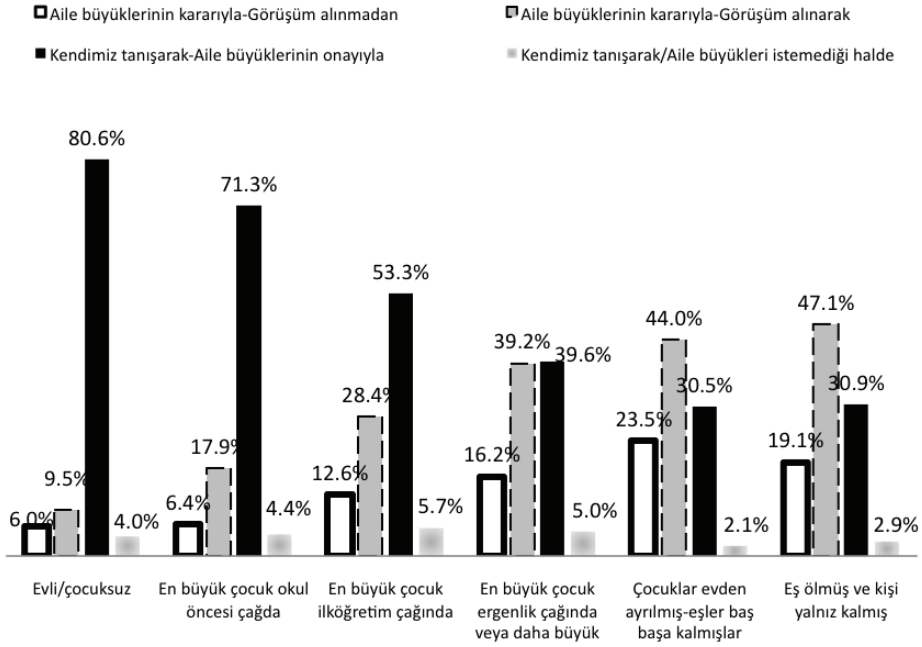
- 1 ABD için hesaplanan Aile yaşam dönemleri ve süreleri burada karşılaştırma yapılabilmesi için tablo olarak verilmiştir. Hem dönemlerde hem de sürelerde farklılıklar bulunmaktadır.

Dönemin adı	Ortalama Yıl
Yeni Evli	2
Anne babalığı öğrenme	2,5
Küçük çocuklu	3,5
Okul çağında çocuklu aileler	7
Yetişkin çocuğu olan aileler	7
Evden ayrılma	6,5
Yuvarın boşalması	13,5
Yaşlı aileler ya da dullar	16
Toplam	59

dönem dönem ilerleyen aşamalarından oluşan Aile Yaşam Dönemlerinin süre olarak uzunlukları pasta grafikte gösterilmiştir.

Yapılan ki-kare testi ($\chi^2=324,5$; $sd=15$; $P=0,001$) sonucunda evlenme biçimi bakımından aile yaşam dönemleri arasında farklılık olduğu görülmektedir. Kendileri tanışarak ve ailelerinin de onayını alarak evlenenlerin oranları aile yaşam dönemlerinin ilerleyen aşamalarında daha çok oranda karşılaşılan bir evlenme biçimidir. Aile büyüklerinin kararıyla evlendirilecek kişinin de görüşü alınarak yapılan evlenme biçimi de giderek azalan bir yapıdadır. Aynı şekilde aile büyükleri istemediği halde kendi kararlarıyla evlenenlerin oranlarında aile yaşam döngüsünün ilerleyen aşamalarında daha yüksek oranlar görülmektedir. Başka bir ifadeyle ailenin onayı olmadan yapılan evlilikler zaman içinde azalmaktadır.

Grafik 3. AYD Dönemlerine Göre Evlenme Biçimleri



Ailenin kadın kurucusunun aile yaşam dönemlerine göre eğitim durumu aşağıdaki tabloda görülmektedir. Buna göre kurucu kadın olan annenin eğitimi yatay kesit veri olarak ele alınan örneklemede aile yaşam döngüsü dönemlerinin ileri aşamalarında daha düşüktür. Hatta okuryazar olmayanların oranı bile bu dönemlerde yüksektir.

Tablo 173. AYD Dönemlerine Göre Annenin Eğitimi

		Annenin eğitimi				Toplam
		Okuryazar değil	İlköğretim	Lise	Üniversite	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	4	47	78	72	201
	%	2,0	23,4	38,8	35,8	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	14	245	305	111	675
	%	2,1	36,3	45,2	16,4	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	22	373	220	53	668
	%	3,3	55,8	32,9	7,9	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	82	759	240	51	1132
	%	7,2	67,0	21,2	4,5	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	44	161	25	13	243
	%	18,1	66,3	10,3	5,3	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	17	39	9	2	67
	%	25,4	58,2	13,4	3,0	100,0
Toplam	Sayı	183	1624	877	302	2986
	%	6,1	54,4	29,4	10,1	100,0

$$\chi^2 = 581,1; \text{ sd}=15 \text{ P}=0,001$$

Ailenin kurucularından olan babanın eğitim durumu da annenin eğitim durumu na benzemektedir. Yeni kurulan ailelerde yüksek eğitim düzeyi daha büyük oranda rastlanırken, eski ailelerde (dolayısıyla aile yaşam dönemlerinin ilerleyen aşamaları na geçmiş ailelerde) eğitim düzeyi düşük olan kurucu babalara rastlanmaktadır.

Tablo 174. AYD Dönemlerine Göre Babanın Eğitimi

		Babanın eğitimi				Toplam
		Okuryazar değil	İlköğretim	Lise	Üniversite	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	1	54	63	82	200
	%	,5	27,0	31,5	41,0	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	1	200	301	177	679
	%	,1	29,5	44,3	26,1	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	3	331	229	96	659
	%	,5	50,2	34,7	14,6	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	22	651	342	112	1127
	%	2,0	57,8	30,3	9,9	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	21	151	43	27	242
	%	8,7	62,4	17,8	11,2	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	7	33	9	1	50
	%	14,0	66,0	18,0	2,0	100,0
Toplam	Sayı	55	1420	987	495	2957
	%	1,9	48,0	33,4	16,7	100,0

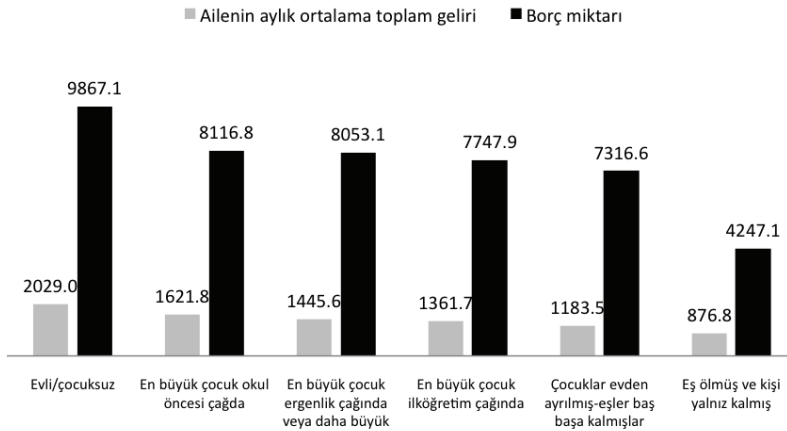
$$\chi^2 = 422,61; \text{ sd}=15 \text{ P}=0,001$$

AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİNE GÖRE GELİR VE EV ÖZELLİKLERİ

Aile yaşam döngüsü dönemlerinin gelirlerini tespit etmek amacıyla her bir dönem için gelirleri ile borçları ayrı ayrı veriler şeklinde toplanmıştır. Önceki dönemlerde tek tek gelir özellikleri yazılmış olan dönemlerin gelirlerinin ve borçlarının bir karşılaştırması burada yapılmaktadır.

Aşağıda yer alan grafikte aile yaşam dönemlerinin ortalama aylık gelir miktarları ile borçları aynı tabloda verilmiştir. Veriler reel verilerdir ve kıyaslanabilecek özelliktedir. Çünkü veriler yatay kesit veri olduğu için aynı zaman diliminde toplanmıştır ve olağandışı bir durum (ekonomik kriz, devalüasyon gibi) sözkonusu değildir. Başka bir ifadeyle gelirleri veya borçları karşılaştırmak için herhangi bir indeks kullanmaya gerek yoktur.

Grafik 4. AYD Dönemlerine Göre Aylık Ortalama Toplam Gelir ve Borç Miktarı



Grafikteki bilgilere göre genç evliliklerin gelirleri yüksekken aile yaşam dönemleri ilerledikçe gelirden bir azalma görülmektedir. Bu azalma tek yönlü varyans analiziye göre ($P=0,001$) istatistiksel açıdan anlamlı sayılabilecek bir farklılıktır.

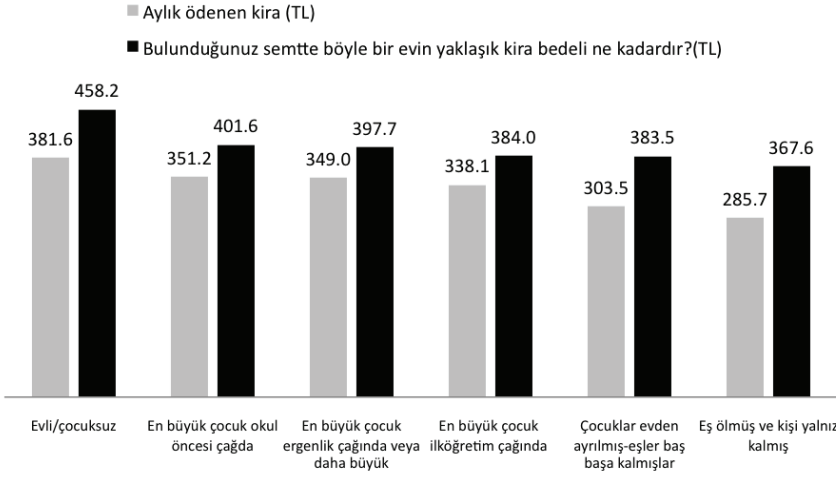
Aile yaşam dönemlerinin ilerleyen aşamalarında ev sahibi olma oranı artmaktadır. Aynı şekilde aile yaşam dönemlerinin ilerleyen aşamalarında kirada oturma oranlarında da belirgin şekilde bir düşme görülmektedir.

Tablo 175. AYD Dönemlerine Göre Evin Mülkiyet Durumu

		Evin mülkiyet durumu				Toplam
		Kendi evim	Kira	Kira ödemeden kullanıyor	Lojman	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	88	102	11	0	201
	%	43,8	50,7	5,5	,0	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	312	299	67	5	683
	%	45,7	43,8	9,8	,7	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	348	255	60	5	668
	%	52,1	38,2	9,0	,7	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	722	330	80	11	1143
	%	63,2	28,9	7,0	1,0	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	198	36	8	1	243
	%	81,5	14,8	3,3	,4	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	47	14	7	0	68
	%	69,1	20,6	10,3	,0	100,0
Toplam	Sayı	1715	1036	233	22	3006
	%	57,1	34,5	7,8	,7	100,0

$$\chi^2 = 153,1; \quad sd=15 \quad P=0,001$$

Aşağıdaki grafikte ödenen ortalama kiralar görülmektedir. Oturulan evin (kiracı olunsun ya da olunmasın) kira değeri ise katılımcıların subjektif değerlendirmeleridir. Bu kısıtlar altında örneklemeden elde edilen veriler, oturulan evin kira değeri aile yaşam dönemleri arasında farklılık göstermektedir. Özellikle çocuksuz evli çiftler evlerinin çok değerli olduğuna inanmaktadırlar.

Grafik 5. AYD Dönemlerine Göre Aylık Ortalama Kira

Oturulan eve ödenen kira miktarı aile yaşam döngüsünün ilerleyen dönemlerinde azalmaktadır. Bu azalma tek yönlü varyans analizi ile test edilmiş ve istatistiksel açıdan anlamlı olduğu görülmüştür ($P=0,044$). Benzer şekilde oturulan evin kira değerleri de aile yaşam dönemlerinin ilerleyen dönemlerinde azalmaktadır ($P=0,001$).

Borçlanma kaynakları bakımından aile yaşam dönemleri ilerledikçe aile büyüklüğünün oransal olarak ağırlığı azalmakta ve bunun yerine akraba ve arkadaşlar ikame edilmektedir. Bankadan borçlanma durumunda da bir azalma görülmektedir.

Tablo 176. AYD Dönemlerine Göre Borçlanma Kaynakları

		İhtiyaç duyduğunuzda nasıl borçlanıyorsunuz?				Toplam
		Aile büyüklerinden	Arkadaşlardan akrabalarından	Bankadan	Borçlanmam, borç almam	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	58	32	91	20	201
	%	28,9	15,9	45,3	10,0	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	188	158	293	44	683
	%	27,5	23,1	42,9	6,4	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	150	202	285	31	668
	%	22,5	30,2	42,7	4,6	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	189	344	532	78	1143
	%	16,5	30,1	46,5	6,8	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	20	93	96	34	243
	%	8,2	38,3	39,5	14,0	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	4	29	20	15	68
	%	5,9	42,6	29,4	22,1	100,0
Toplam	Sayı	609	858	1317	222	3006
	%	20,3	28,5	43,8	7,4	100,0

$$\chi^2 = 142,22; \quad sd=15 \quad P=0,001$$

Gazete satınalma ve okuma bakımından ilk beş dönem birbirlerine benzer oranlara sahiptirler. Eşlerden birinin yalnız kaldığı dönemde gazete satınalma oranında bariz derecede bir azalma görülmektedir.

Tablo 177. AYD Dönemlerine Göre Gazete Okuma

		Evinize günlük gazete alıyor musunuz?			Toplam
		Evet düzenli olarak alırız	Düzensiz olarak alırız	Hayır günlük gazete almıyoruz	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	54	49	98	201
	%	26,9	24,4	48,8	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	129	229	325	683
	%	18,9	33,5	47,6	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	149	201	318	668
	%	22,3	30,1	47,6	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	270	366	507	1143
	%	23,6	32,0	44,4	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	52	58	133	243
	%	21,4	23,9	54,7	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	6	12	50	68
	%	8,8	17,6	73,5	100,0
Toplam	Sayı	660	915	1431	3006
	%	22,0	30,4	47,6	100,0

$$\chi^2 = 39,41; \text{sd}=10 \text{ P}=0,001$$

Dışarıda yemek yeme bakımından dört kategoride (hergün, haftada birkaç kez, haftada bir ve ayda bir kez) aile yaşam dönemleri ilerledikçe dışarıda yemek yeme oranlarında bir azalma görülmektedir. Dışarıda yemek yemeyiz diyenlerin oranı ise aile yaşam dönemi ilerledikçe artan bir eğilim izlemektedir.

Tablo 178. AYD Dönemlerine Göre Dışarıda Yemek Yeme

		Aile olarak dışarıda (lokanta vb. yerlerde) yemek yeme sıklığı					Toplam
		Hiç	Ayda bir kez	Haftada bir kez	Haftada birkaç kez	Hemen her gün	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	54	75	46	20	6	201
	%	26,9	37,3	22,9	10,0	3,0	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	233	289	106	48	7	683
	%	34,1	42,3	15,5	7,0	1,0	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	307	268	70	19	4	668
	%	46,0	40,1	10,5	2,8	,6	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	697	324	87	25	10	1143
	%	61,0	28,3	7,6	2,2	,9	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	152	63	20	7	1	243
	%	62,6	25,9	8,2	2,9	,4	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	46	15	6	0	1	68
	%	67,6	22,1	8,8	,0	1,5	100,0
Toplam	Sayı	1489	1034	335	119	29	3006
	%	49,5	34,4	11,1	4,0	1,0	100,0

 $\chi^2 = 249,3; \text{sd} = 20 \text{ P} = 0,001$



AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ BOYUNCA AİLE YAŞAM DÖNEMLERİNİN YAPILAN HARCAMALAR BAKIMINDAN KARŞILAŞTIRILMASI

Ailelerin yaşam dönemlerindeki gıda harcamalarına ilişkin ortalamaların karşılaştırılması amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (LSD testi) sonuçları Ek-3 de yer alan tabloda görülmektedir. Buna göre araştırma kapsamında değerlendirilen 24 çeşit harcamadan 13 tanesinde farklılık bulunmaktadır. Başka bir ifade ile 24 harcama türünden 13'ünde en az bir dönem diğerlerinden daha farklı bir ortalama-ya sahiptir. Hangi harcamalarında hangi dönemlerle fark bulunmaktadır sorusunun cevabı aşağıda ayrıntılarıyla yer almaktadır.

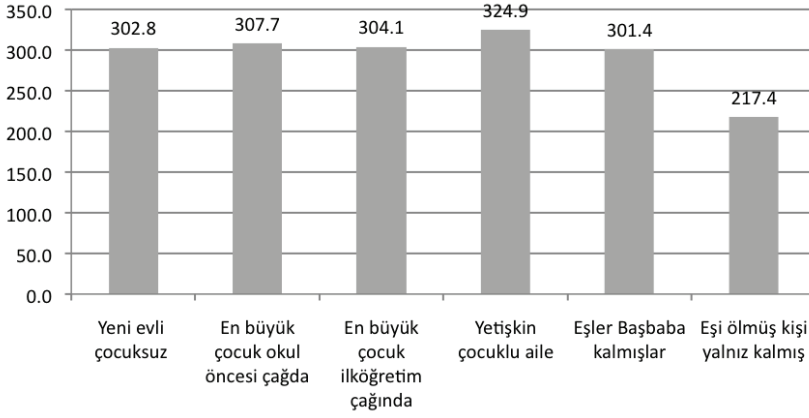
Eşi öldükten sonra yalnız kalmış kişilerin gıda harcamaları –başbaşa kalmış çiftler hariç- diğer tüm aile dönemlerine göre farklıdır. Grafikte görüldüğü gibi diğer tüm dönemlerde ailelerin gıda harcamaları yalnız yaşayanlara göre yüksektir.

Tablo 179. Gıda Harcamaları Bakımından Aile Yaşam Dönemlerinin Karşılaştırılması

	Yeni evli çocuksuz	En büyük çocuk okul öncesi çağda	En büyük çocuk ilköğretim çağında	Yetişkin çocuklu aile	Eşler baş başa kalmışlar	Kişi yalnız kalmış
Yeni evli çocuksuz						+
En büyük çocuk okul öncesi çağda						+
En büyük çocuk ilköğretim çağında						+
Yetişkin çocuklu aile						+
Eşler baş başa kalmışlar						
Kişi yalnız kalmış	+	+	+	+		

+ İşaretili olan hücreler Tek Yönlü Varyans Analizine (LSD testi) göre iki dönemdeki ortalama harcama büyüklükleri arasında fark olduğunu göstermektedir. (P<0,05)

Grafik 6. Gıda Harcamaları (Aylık Ortalama TL)



Gıda harcamaları aile yaşam dönemlerinin sıralamasına göre karşılaştırıldığında dönemler arasında farklılıklar olmasına karşın, azalma ya da artma gibi bir eğilim gösterdiğini söylemek mümkün değildir. Sadece son dönemde gıda harcamaları önemli derecede düşüktür. Bu durum ise aile üye sayısının düşmesi ile açıklanabilmektedir.

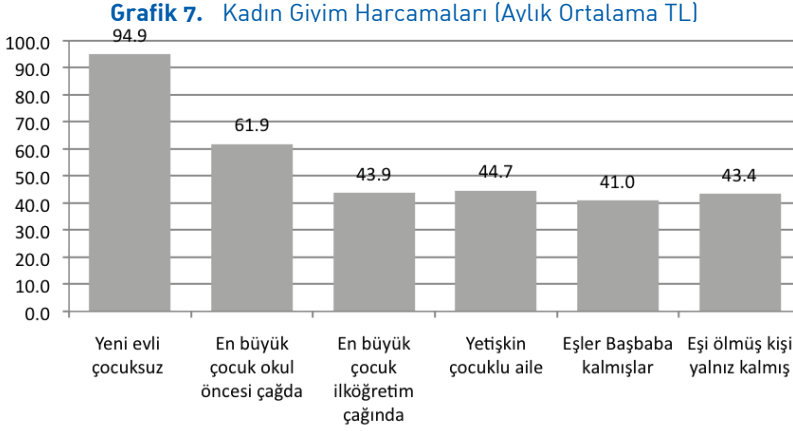
Tablo 180. Kadın Giyim Harcamaları Bakımından Aile Yaşam Dönemlerinin Karşılaştırılması

	Yeni evli çocuksuz	En büyük çocuk okul öncesi çağda	En büyük çocuk ilköğretim çağında	Yetişkin çocuklu aile	Eşler baş başa kalmışlar	Kişi yalnız kalmış
Yeni evli çocuksuz		+	+	+	+	+
En büyük çocuk okul öncesi çağda	+		+	+	+	
En büyük çocuk ilköğretim çağında	+	+				
Yetişkin çocuklu aile	+	+				
Eşler baş başa kalmışlar	+	+				
Kişi yalnız kalmış	+					

+ İşaretili olan hücreler Tek Yönlü Varyans Analizine (LSD testi) göre iki dönemdeki ortalama harcama büyüklükleri arasında fark olduğunu göstermektedir. (P<0,05)

Ortalama kadın giyim harcamaları bakımından aile yaşam dönemleri karşılaştırıldığında yeni evli çocuksuz ailelerin diğer tüm dönemlerden farklı olduğu görülmektedir. Bu dönemde kadın giyim harcamaları diğer gruptakilere oranla oldukça fazladır. Fark o kadar büyüktür ki bu dönemden sonra en yüksek kadın giyim harcamalarına göre %50 daha fazla bir ortalama sahiptir. Ayrıca en büyük çocuğu okul

öncesi çağda olan ailelerin kadın giyim harcamaları da kişinin yalnız kaldığı dönem hariç diğer dönemdekilerden yüksek bir ortalamaya sahiptir.



Grafikten de anlaşılacağı gibi -nitel araştırmadaki bulgulara uygun biçimde- aile yaşam dönemleri ilerledikçe kadınların ortalama giyim harcamaları da azalma eğilimi göstermektedir.

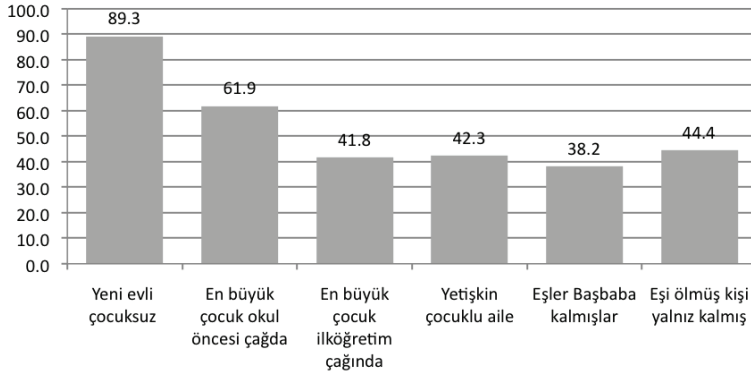
Tablo 181. Erkek Giyim Harcamaları Bakımından Aile Yaşam Dönemlerinin Karşılaştırılması

	Yeni evli çocuksuz	En büyük çocuk okul öncesi çağda	En büyük çocuk ilköğretim çağında	Yetişkin çocuklu aile	Eşler baş başa kalmışlar	Kişi yalnız kalmış
Yeni evli çocuksuz		+	+	+	+	+
En büyük çocuk okul öncesi çağda	+		+	+	+	
En büyük çocuk ilköğretim çağında	+	+				
Yetişkin çocuklu aile	+	+				
Eşler baş başa kalmışlar	+	+				
Kişi yalnız kalmış	+					

+ İşaretili olan hücreler Tek Yönlü Varyans Analizine (LSD testi) göre iki dönemdeki ortalama harcama büyüklükleri arasında fark olduğunu göstermektedir. (P<0,05)

Aile yaşam dönemleri erkek giyim harcamaları bakımından ele alındığında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Çocuksuz evlilik dönemi ile en büyük çocuğun okul öncesi olduğu dönemde yapılan erkek giyim harcamaları diğer dönemlerden farklıdır. Aynı dönemlerdeki kadın giyim harcamalarına benzer ortalamalara sahiptir.

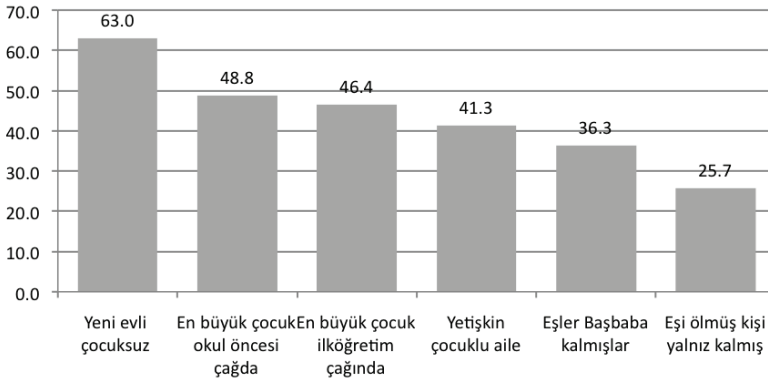
Grafik 8. Erkek Giyim Harcamaları (Aylık Ortalama TL)



İlk iki aile yaşam döneminde yapılan erkek giyim harcamaları diğer dönemdenlerden oldukça fazladır. En büyük çocuğun ilköğretim çağına girmesinden sonra erkek giyim harcamalarında meydana gelen değişiklikler önemli büyüklükte değildir. Başka bir ifade ile bu son dört dönemdeki erkek giyim harcamaları ortalamaları karşılaştırıldığında istatistiksel olarak birbirinden farklı değildir.

Çocuk giyim harcamaları bakımından aile yaşam dönemleri karşılaştırıldığında çocukların büyüklüğüne göre ortalama harcamaların da değişmediği gözlenmektedir. Gözlemlere göre çocukların büyüklüklerine göre –dolayısıyla aile yaşam dönemlerine göre- harcamaların değiştiği düşünülmektedir. Ancak araştırma verileri bu hipotezi desteklememektedir. Bu konuda daha kesin bir yargıya ulaşmak için bu konuya özel bir araştırma yapmakta fayda bulunmaktadır.

Grafik 9. Çocuk Giyim Harcamaları (Aylık Ortalama TL)



Çocukların okul öncesi çağıda oldukları dönem ile ergenlik döneminde olmaları durumunda harcamalar çocukların giyimi için yapılan harcamalar en yüksek değe-

rine ulaşmaktadır. Ancak aradaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı tekrar hatırlanmalıdır. İlginç olan ise çocuk olmadığı halde çocuksuz evlilik dönemindeki ailelerin ve baş başa kalmış ailelerle, yalnız kalmış kişilerin bile çocuk giyim harcaması yapmalarıdır. Üstelik bu miktar küçümsenemeyecek kadar önemli bir büyüklüktedir. Bu durum çocuksuz evliler için doğacak çocuğa hazırlık yapmak, aile yaşam dönemlerinin son iki dönemi için ise torunlara yapılan harcamalar yapmak şeklinde olması muhtemeldir.

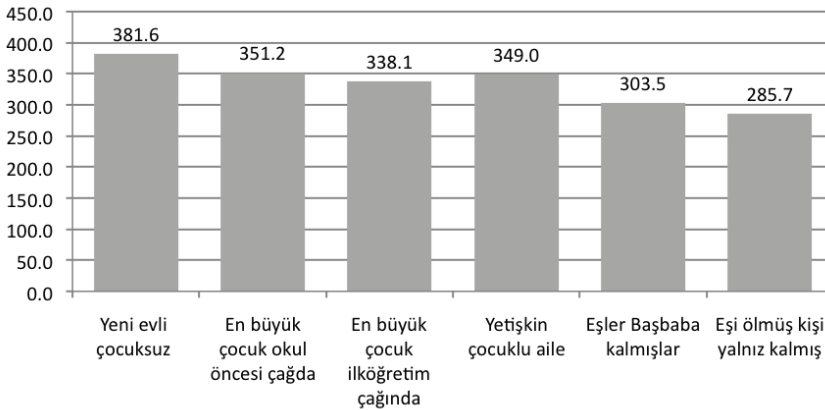
Tablo 182. Kira Giderleri Bakımından Aile Yaşam Dönemlerinin Karşılaştırılması

	Yeni evli çocuksuz	En büyük çocuk okul öncesi çağda	En büyük çocuk ilköğretim çağında	Yetişkin çocuklu aile	Eşler baş başa kalmışlar	Kişi yalnız kalmış
Yeni evli çocuksuz			+		+	+
En büyük çocuk okul öncesi çağda						
En büyük çocuk ilköğretim çağında	+					
Yetişkin çocuklu aile						
Eşler baş başa kalmışlar	+					
Kişi yalnız kalmış	+					

+ İşaretili olan hücreler Tek Yönlü Varyans Analizine (LSD testi) göre iki dönemdeki ortalama harcama büyüklükleri arasında fark olduğunu göstermektedir. (P<0,05)

Kira giderleri bakımından sadece ilk dönemin birkaç dönemden farkı bulunmaktadır. Dikkat çeken nokta 'en büyük çocuğu ilköğretim çağında olan ailelerin' kira giderleri bakımından diğer dönemlerden farklı olmamasıdır.

Grafik 10. Kira Gideri (Aylık Ortalama TL)



Kira giderleri çocuksuz evliden başlayarak üç dönem boyunca azalmakta, yetişkin çocuklu aile döneminde tekrar yükselmekte ve tekrar azalan bir seyir izlemektedir. En yüksek çocuksuz evlilerin olduğu dönemde gerçekleşmektedir. En düşük kira giderinin olduğu dönem ise kuruculardan birinin yalnız kaldığı döneme karşılık gelmektedir.

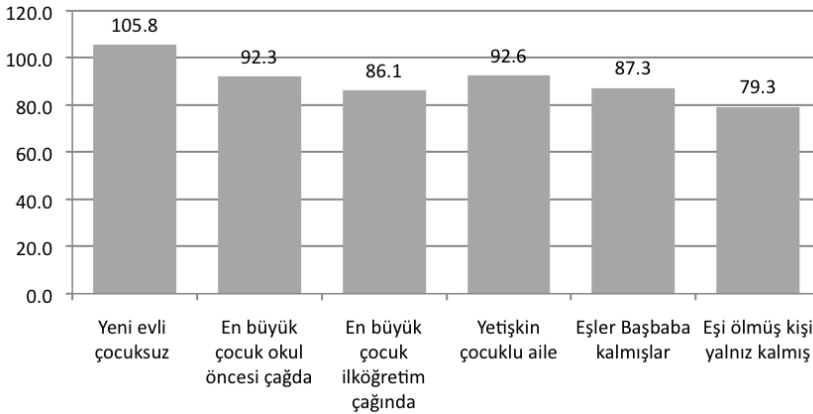
Tablo 183. Konut İçin Yakıt Giderleri Bakımından Aile Yaşam Dönemlerinin Karşılaştırılması

	Yeni evli çocuksuz	En büyük çocuk okul öncesi çağda	En büyük çocuk ilköğretim çağında	Yetişkin çocuklu aile	Eşler baş başa kalmışlar	Kişi yalnız kalmış
Yeni evli çocuksuz		+	+	+	+	+
En büyük çocuk okul öncesi çağda	+					
En büyük çocuk ilköğretim çağında	+					
Yetişkin çocuklu aile	+					
Eşler baş başa kalmışlar	+					
Kişi yalnız kalmış	+					

+ İşaretili olan hücreler Tek Yönlü Varyans Analizine (LSD testi) göre iki dönemdeki ortalama harcama büyüklükleri arasında fark olduğunu göstermektedir. (P<0,05)

Konut için harcanan yakıt gideri aile yaşam dönemleri boyunca çok değişken bir yapı göstermemektedir. Çocuksuz evli ailelerin yakıt giderlerinin büyüklüğü diğer dönemlerin hepsinden daha yüksek bir ortalamaya sahiptir. Yakıt giderleri 80 TL ile 105 TL arasında gerçekleşmektedir.

Grafik 11. Konut İçin Yakıt Gideri (Aylık Ortalama TL)

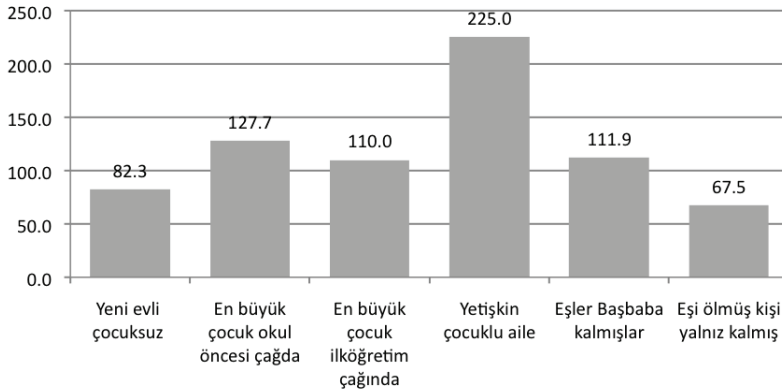


Tablo 184. Eğitim Giderleri Bakımından Aile Yaşam Dönemlerinin Karşılaştırılması

	Yeni evli çocuksuz	En büyük çocuk okul öncesi çağda	En büyük çocuk ilköğretim çağında	Yetişkin çocuklu aile	Eşler baş başa kalmışlar	Kişi yalnız kalmış
Yeni evli çocuksuz				+		
En büyük çocuk okul öncesi çağda				+		
En büyük çocuk ilköğretim çağında				+		
Yetişkin çocuklu aile	+	+	+			
Eşler baş başa kalmışlar						
Kişi yalnız kalmış						

+ İşaretili olan hücreler Tek Yönlü Varyans Analizine (LSD testi) göre iki dönemdeki ortalama harcama büyüklükleri arasında fark olduğunu göstermektedir. (P<0,05)

Aile üyelerinden çocukların yaşlarına ve aldıkları eğitime göre ailelerin yaşam dönemlerinde yaptıkları eğitim harcamaları da değişkenlik göstermektedir. Özellikle yetişkin çocuklu aile döneminde yapılan eğitim giderleri ile diğer dönemlerde yapılan eğitim giderleri arasında önemli farklar bulunmaktadır.

Grafik 12. Eğitim Harcamaları (Aylık Ortalama TL)

Eğitim harcamaları sadece çocuklar için yapılan bir harcama değildir. Eğitim sadece okullarda alınan bir eğitimin karşılığı da değildir. Dersaneler, özel olarak alınan dersler (yüzme, müzik, hobilerle ilgili eğitimler) eğitim gideri olarak aile bütçesine yansımaktadır. Bu giderlerin en düşük olduğu dönemde bile 67,5 TL olması eğitime harcanan miktarın önemli olduğunu göstermektedir. Yetişkin çocuklu aile döneminde eğitim giderleri en yüksek seviyeye ulaşmaktadır. Bu dönemde aile içinde kabul edilen ancak evden eğitim için ayrılan çocukların ortalamayı yükselttiği düşünülmektedir.

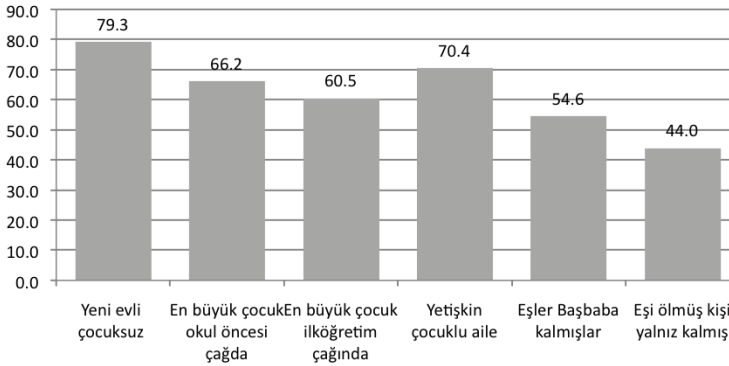
Tablo 185. İletişim Harcamaları Bakımından Aile Yaşam Dönemlerinin Karşılaştırılması

	Yeni evli çocuksuz	En büyük çocuk okul öncesi çağda	En büyük çocuk ilköğretim çağında	Yetişkin çocuklu aile	Eşler baş başa kalmışlar	Kişi yalnız kalmış
Yeni evli çocuksuz		+	+		+	+
En büyük çocuk okul öncesi çağda	+				+	+
En büyük çocuk ilköğretim çağında	+			+		
Yetişkin çocuklu aile			+		+	+
Eşler baş başa kalmışlar	+	+		+		
Kişi yalnız kalmış	+	+		+		

+ İşaretili olan hücreler Tek Yönlü Varyans Analizine (LSD testi) göre iki dönemdeki ortalama harcama büyüklükleri arasında fark olduğunu göstermektedir. (P<0,05)

İletişim harcamaları bakımından aile yaşam dönemleri karşılaştırıldığında hemen her dönemin diğer dönemlerden en az birinden farklı olduğunu görmek mümkündür. Özellikle kuruculardan birinin yalnız kaldığı dönemde ve çocuksuz evli olduğu dönemde yapılan harcamalar diğer dönemlerden oldukça farklıdır. Bu durum büyük ihtimalle çocukların yaşlarıyla ilgilidir.

Grafik 13. İletişim (Telefon, İnternet vb.) Harcamaları (Aylık Ortalama TL)



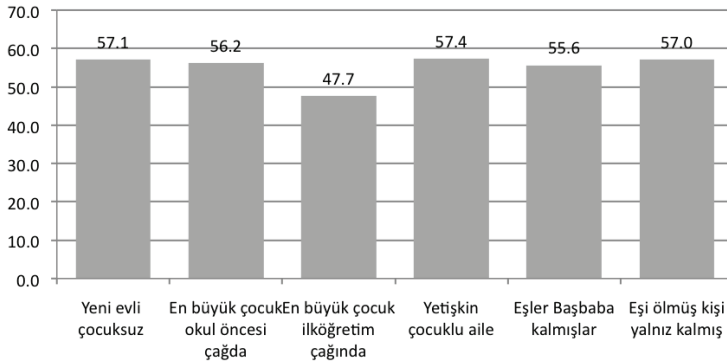
Yeni evlilerle, iş-eş arayışında çocuğu olan ailelerde hemen hemen aynı yaşlarda (bir grupta kurucu olarak diğer grupta çocuk olarak) bulunan kişilerin iletişim alışkanlıklarının bir yansıması olarak yüksek iletişim harcamaları yapıldığı gözlenmektedir. İletişim giderlerinin bu iki dönemde en yüksek seviyeye ulaşmış olması ve daha sonra düşme eğilimine girmesi bu yargıyı güçlendirmektedir. Ayrıca en az iletişim harcaması yapılan dönem kuruculardan birinin yalnız kaldığı dönemdir.

Aile yaşam döngüsü dönemlerinde yapılan sağlık harcamaları grafikte görülmektedir. Buna göre ailelerin sağlık harcamalarının aylık ortalama olarak 47-65 TL arasında olduğu görülmektedir. Ancak dönemler arasındaki değişimler ele alındığında

farkların önemli büyüklüklerde olmadığı görülmektedir. Yapılan varyans analizinde de dönemlerin sağlık harcamaları ortalamalarının birbirlerinden önemli derecede farklı ($P < 0,05$) olmadığı görülmüştür.

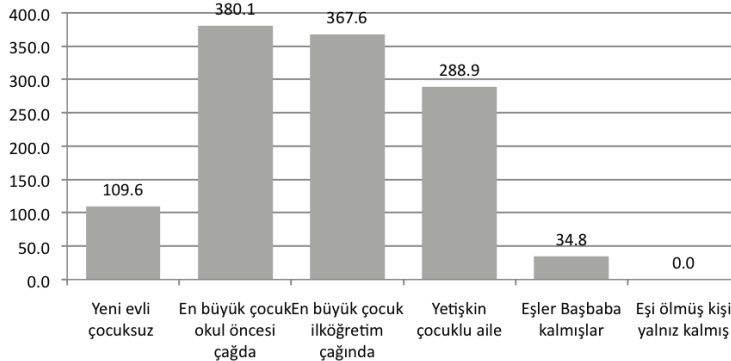
Daha sade bir ifade ile aile yaşam dönemleri sağlık harcamaları üzerinde etkili değildir. Aslında ileri yaş dönemlerinde sağlık harcamalarının arttığı şeklinde bir düşünce hakimdir. Buna rağmen dönemler arasında farklılık olmamasını ise sağlık harcamalarının sosyal güvenlik kurumlarınca yapıyor olmasına bağlamak mümkündür.

Grafik 14. Sağlık Harcamaları (Aylık Ortalama TL)



Konut edinmek için yapılan yatırımların aile yaşam dönemleri boyunca çeşitli büyüklüklerde gerçekleştiği grafikte görülmektedir. Ancak bu dalgalanmalar istatistiksel olarak anlamlı değildir. Başka bir ifade ile dönemler ikili olarak karşılaştırıldığında fark bulunmasına rağmen aile yaşam dönemleri bütün olarak ele alındığında farklılıklar anlamlı değildir. Bunun temel nedeni bu konuda yeteri kadar veri toplanamamış olmasıdır. 3042'lik örnek hacminde sadece 120 örnekten bu konuda veri alınmıştır. Bu kadar veri ile 8 grubun harcamalarına ilişkin varyans analizi yapmak mümkün olmamıştır.

Grafik 15. Konut (Kooperatif, Arsa vs.) Yatırımları (Aylık Ortalama TL)



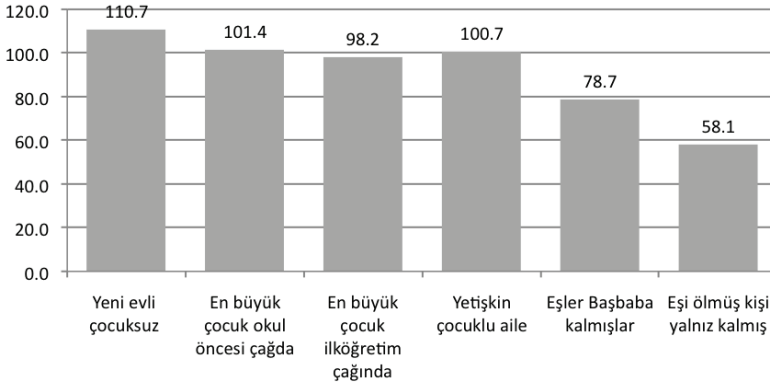
Tablo 186. Ulaşım Giderleri Bakımından Aile Yaşam Dönemlerinin Karşılaştırılması

	Yeni evli çocuksuz	En büyük çocuk okul öncesi çağda	En büyük çocuk ilköğretim çağında	Yetişkin çocuklu aile	Eşler baş başa kalmışlar	Kişi yalnız kalmış
Yeni evli çocuksuz					+	+
En büyük çocuk okul öncesi çağda					+	+
En büyük çocuk ilköğretim çağında					+	+
Yetişkin çocuklu aile					+	+
Eşler baş başa kalmışlar	+	+	+	+		
Kişi yalnız kalmış	+	+	+	+		

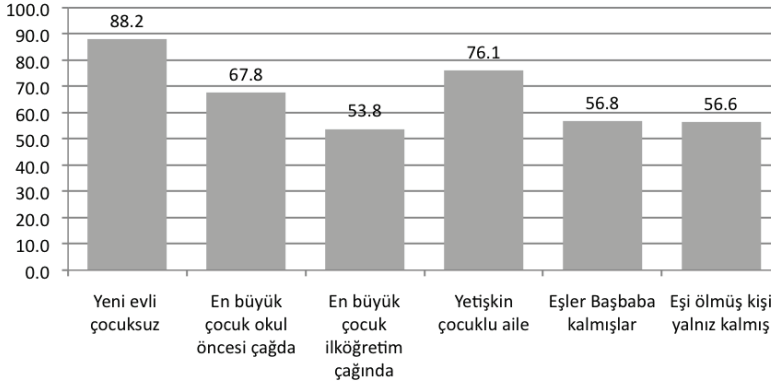
+ İşaretili olan hücreler Tek Yönlü Varyans Analizine (LSD testi) göre iki dönemdeki ortalama harcama büyüklükleri arasında fark olduğunu göstermektedir. (P<0,05)

Ulaşım harcamaları da aile yaşam dönemleri boyunca değişiklik göstermektedir. Aile yaşam dönemlerindeki ortalama ulaşım harcamaları karşılaştırıldığında varyans analizi sonuçlarına göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Ulaşım harcamaları aile yaşamı boyunca azalan bir seyir izlemektedir. Özellikle son iki dönemde yapılan ulaşım harcamaları önceki dönemlere göre oldukça düşük bir ortalamaya sahiptir.

Grafik 16. Ulaşım Giderleri (Aylık Ortalama TL)



Eğlence kültür sanat faaliyetleri için yapılan harcamaların aile yaşam dönemleri boyunca önemli miktarda değişip değişmediğini test etmek üzere tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. Elde edilen sonuca göre aile yaşam dönemlerinde dönemlerin eğlence kültür ve sanat harcamalarını farklılaştırmadığı tespit edilmiştir. Bazı dönemlerde eğlence-kültür-sanat harcamaları diğer dönemdekilerden mutlak değer olarak daha yüksektir. Burada en dikkat çekici olan nokta, en düşük ortalamaya sahip olan en büyük çocuğun okul öncesi çağda olduğu dönemdir.

Grafik 17. Eğlence, Kültür-Sanat Harcamaları (Aylık Ortalama TL)

Eğlence kültür harcamalarının gelirle ilgili olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi gelir gruplarına göre eğlence-kültür sanat harcamalarının değiştiğini göstermiştir. Ancak bu çalışmada aile yaşam döngüsü dönemleri esas alındığından bu analizlerin ayrıntısına burada girilmemektedir.

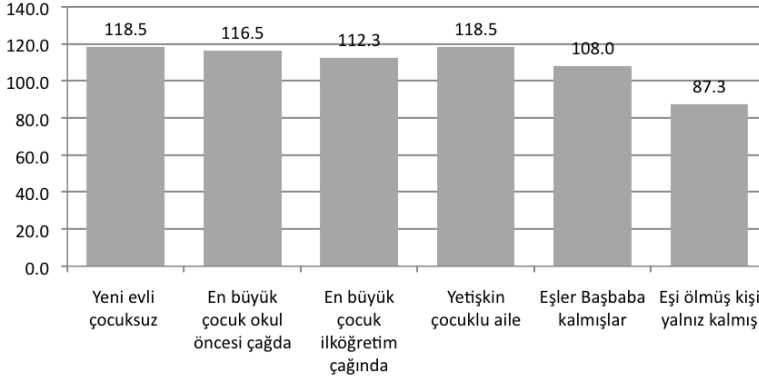
Tablo 187. Su Elektrik Gaz Harcamaları Bakımından Aile Yaşam Dönemlerinin Karşılaştırılması

	Yeni evli çocuksuz	En büyük çocuk okul öncesi çağda	En büyük çocuk ilköğretim çağında	Yetişkin çocuklu aile	Eşler baş başa kalmışlar	Kişi yalnız kalmış
Yeni evli çocuksuz						+
En büyük çocuk okul öncesi çağda						+
En büyük çocuk ilköğretim çağında						+
Yetişkin çocuklu aile				+	+	+
Eşler baş başa kalmışlar				+	+	+
Kişi yalnız kalmış	+	+	+	+	+	

+ İşaretili olan hücreler Tek Yönlü Varyans Analizine (LSD testi) göre iki dönemdeki ortalama harcama büyüklükleri arasında fark olduğunu göstermektedir. (P<0,05)

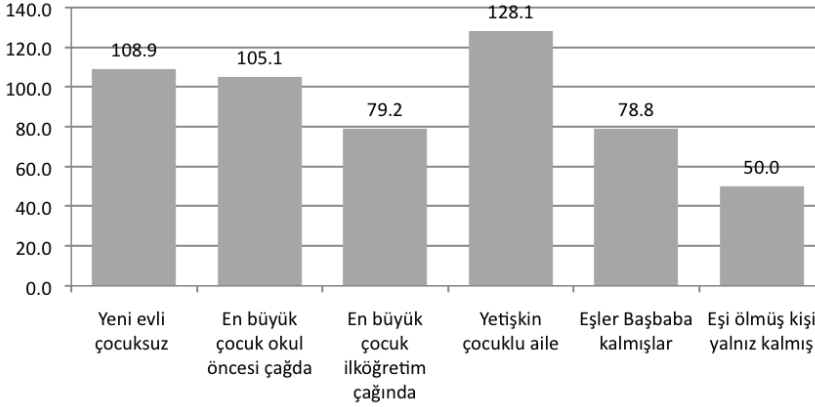
Su elektrik gaz harcamaları bakımından aile yaşam dönemleri arasında farklılıklar olup olmadığını test etmek üzere uygulanan tek yönlü varyans analizi dönemler arasında farklılıklar olduğunu göstermiştir. Tabloda da görülebileceği gibi farklılığın nedeni özellikle kurucuların tek başına kaldıkları dönemdeki su elektrik gaz harcamalarının diğer dönemlerden da düşük olmasıdır.

Grafik 18. Su, Elektrik, Gaz Harcamaları (Aylık Ortalama TL)



Genel olarak ailelerin yaşam dönemleri itibarıyla su-elektrik gaz için yaptıkları aylık ortalama harcamaları 87-118,5 TL arasındadır. Grafikten de izlenebileceği gibi ilk 4 dönem boyunca istikrarlı bir seyir izleyen su elektrik gaz harcamaları son iki dönemde düşüş göstermektedir. Üstelik bu iki dönemdeki düşüş istatistiksel olarak anlamlı ($P<0,05$) düzeydedir.

Grafik 19. Alkollü İçecek Harcamaları (Aylık Ortalama TL)



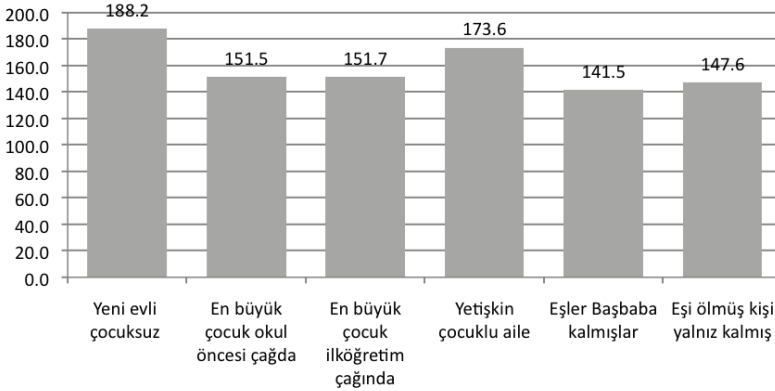
Aile yaşam dönemleri bakımından alkollü içecek harcamaları tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre ($P<0,05$)önemli derecede değişiklik göstermemektedir. Aile yaşam döngüsü dönemleri farklı büyüklükteki ortalamalara sahiptir. Ancak bu farklılıkların nedeni aile yaşam döngüsü dönemleri değildir. Bu konuda gelirin etkisini görmek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi ($P<0,05$) gelir gruplarına göre alkollü içecek harcamalarının değiştiğini göstermiştir.

Tablo 188. Sigara Harcamaları Bakımından Aile Yaşam Dönemlerinin Karşılaştırılması

	Yeni evli çocuksuz	En büyük çocuk okul öncesi çağda	En büyük çocuk ilköğretim çağında	Yetişkin çocuklu aile	Eşler baş başa kalmışlar	Kişi yalnız kalmış
Yeni evli çocuksuz		+	+		+	
En büyük çocuk okul öncesi çağda	+			+		
En büyük çocuk ilköğretim çağında	+			+		
Yetişkin çocuklu aile		+	+		+	
Eşler baş başa kalmışlar	+			+		
Kişi yalnız kalmış						

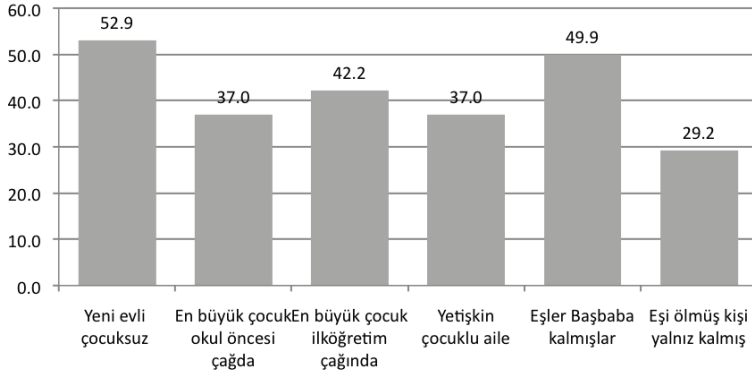
+ İşaretili olan hücreler Tek Yönlü Varyans Analizine (LSD testi) göre iki dönemdeki ortalama harcama büyüklükleri arasında fark olduğunu göstermektedir. (P<0,05)

Aile yaşam dönemleri ortalama sigara harcamaları bakımından farklılıklar göstermektedir. Sigara harcamaları bakımından diğer dönemlerden en az farklılaşan yaşam dönemi kuruculardan birinin yalnız kaldığı dönem olarak görülmektedir. Diğer dönemlerin her biri en az iki dönemin sigara harcamalarından farklı bir sigara harcaması ortalamasına sahiptir.

Grafik 20. Sigara Harcamaları (Aylık Ortalama TL)

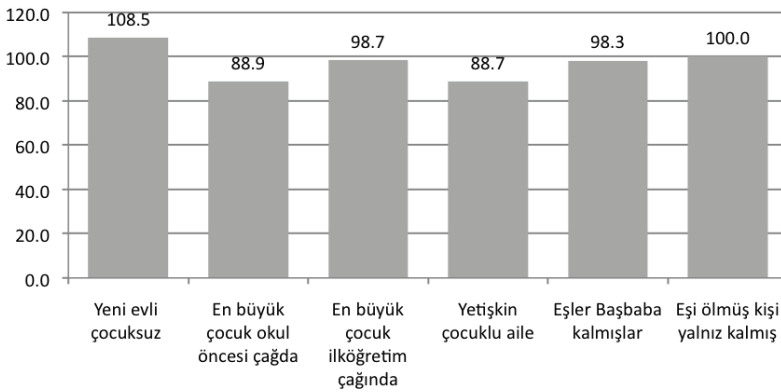
Sigara harcamaları bakımından en yüksek harcama evden en az bir çocuğun ayrılmış olduğu dönemde gerçekleşmektedir. Bundan sonra en yüksek ortalamaya sahip dönem evliliğin ilk dönemi olan çocuksuz evliler dönemidir. En az sigara harcaması olan dönem ise eşlerin baş başa kaldığı dönemdir.

Grafik 21. Hediye (Düğün, Sünnet vs.) Harcamaları (Aylık Ortalama TL)

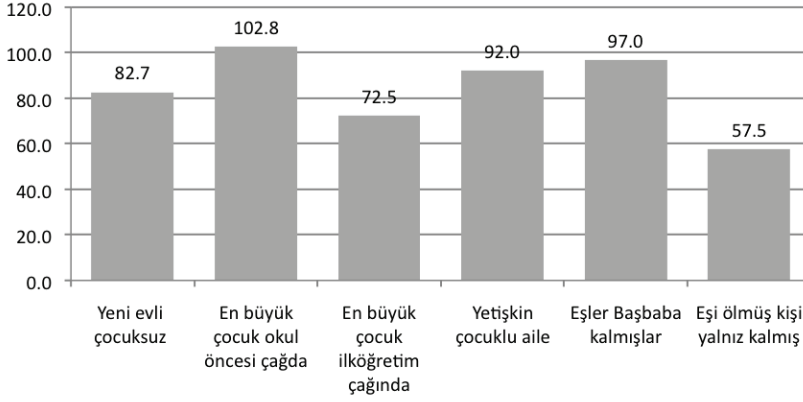


Yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre, hediye harcamaları bakımından aile yaşam dönemleri arasında önemli bir fark bulunmamaktadır. Yetişkin çocuklu aile döneminde ailenin hediye almak için yaptığı harcamalar azken, çocuksuz evli ve baş başa kalma yıllarında bu harcamalar en yüksek ortalamaya ulaşmaktadır.

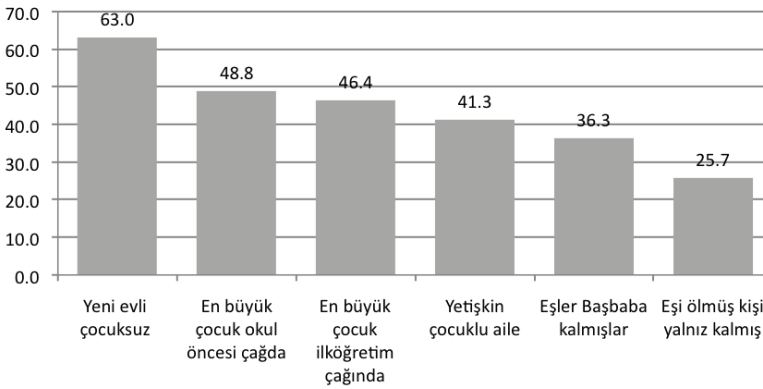
Grafik 22. Mobilya Harcamaları (Aylık Ortalama TL)



Mobilyalara yapılan harcamaların ortalamaları grafikte görülmektedir. Beklenen durum evliliğin ilk dönemlerinde mobilya için harcanan miktarın yüksek olması yönündedir. Ancak analiz sonuçları dönemler arasında mobilya harcamaları bakımından önemli bir farklılık olmadığını göstermektedir.

Grafik 23. Beyaz Eşya Harcamaları (Aylık Ortalama TL)

Aile yaşam dönemleri boyunca beyaz eşya için yapılan harcamalar dalgalanmalar göstermektedir. Ancak bu dalgalanmaların yaşam dönemleriyle bir ilgisi olmadığı tespit edilmiştir. Yapılan tek yönlü varyans analizi, aile yaşam dönemlerinde yapılan ortalama beyaz eşya harcamalarının diğer dönemlerden önemli derecede farklı olmadığını göstermiştir. Buna rağmen en yüksek ortalama beyaz eşya harcamaları aile yaşam döngüsü dönemlerinin ikincisi olan çocuksuz aile döneminde gerçekleşmektedir. En düşük harcamalar ise kuruculardan birisinin yalnız kaldığı döneme denk gelmektedir.

Grafik 24. Kişisel Bakım Ürünleri (Parfüm vb.) Harcamaları (Aylık Ortalama TL)

Kişisel bakım ürünlerinin aile yaşam döngüsü dönemleri boyunca azalan bir seyir olduğu görülmektedir. En yüksek harcamalar evliliğin ilk dönemi olan çocuksuz dönemde gerçekleşmektedir. Bu durum mülakatlardaki bulgularla aynen örtüşmektedir. Mülakatlarda da aile kurucuları çocuksuz dönemde yapılan kişisel bakım harcamalarının yüksekliğine dikkat çekmişlerdir.

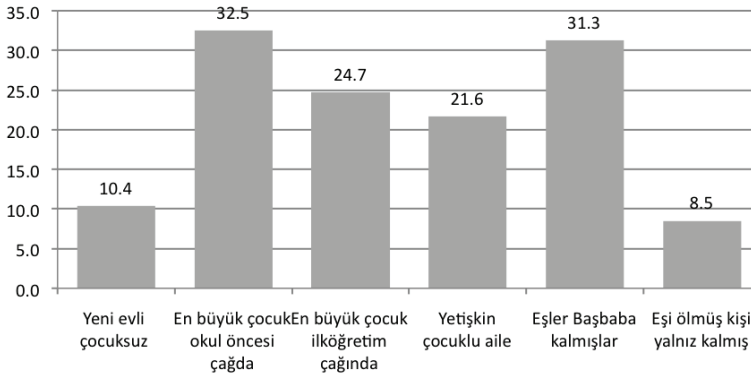
Tablo 189. Kişisel Bakım Ürünleri Harcamaları Bakımından Aile Yaşam Dönemlerinin Karşılaştırılması

	Yeni evli çocuksuz	En büyük çocuk okul öncesi çağda	En büyük çocuk ilköğretim çağında	Yetişkin çocuklu aile	Eşler baş başa kalmışlar	Kişi yalnız kalmış
Yeni evli çocuksuz	+	+	+	+	+	+
En büyük çocuk okul öncesi çağda	+	+		+	+	+
En büyük çocuk ilköğretim çağında	+					
Yetişkin çocuklu aile	+	+				
Eşler baş başa kalmışlar	+	+				
Kişi yalnız kalmış	+	+				

+ İşaretili olan hücreler Tek Yönlü Varyans Analizine (LSD testi) göre iki dönemdeki ortalama harcama büyüklükleri arasında fark olduğunu göstermektedir. (P<0,05)

Aile yaşam dönemleri arasında ilk sırada yer alan dönemdeki kişisel bakım ürünü harcamaları diğer tüm dönemlerden istatistiksel olarak anlamlı derecede (P<0,05) farklıdır. İlk iki dönemde olan ailelerin kişisel bakım ürünleri harcamalarının son üç dönemde yapılan harcamalara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Grafik 25. Oyuncak Harcamaları (Aylık Ortalama TL)



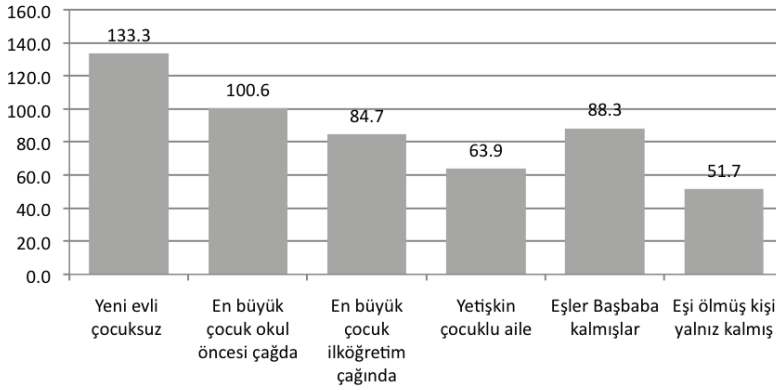
Grafikte aile yaşam dönemleri boyunca yapılan ortalama oyuncak harcamaları görülmektedir. Grafikte ilk dikkati çeken, çocuksuz evli dönem ile kuruculardan birisinin tek başına kaldığı dönemlerde yapılan oyuncak harcamalarının diğer dönemlere kıyasla açık bir şekilde düşük olduğudur.

Tablo 190. Oyuncak Harcamaları Bakımından Aile Yaşam Dönemlerinin Karşılaştırılması

	Yeni evli çocuksuz	En büyük çocuk okul öncesi çağda	En büyük çocuk ilköğretim çağında	Yetişkin çocuklu aile	Eşler baş başa kalmışlar	Kişi yalnız kalmış
Yeni evli çocuksuz						
En büyük çocuk okul öncesi çağda			+	+		
En büyük çocuk ilköğretim çağında		+				
Yetişkin çocuklu aile		+				
Eşler baş başa kalmışlar						
Kişi yalnız kalmış						

+ İşaretili olan hücreler Tek Yönlü Varyans Analizine (LSD testi) göre iki dönemdeki ortalama harcama büyüklükleri arasında fark olduğunu göstermektedir. (P<0,05)

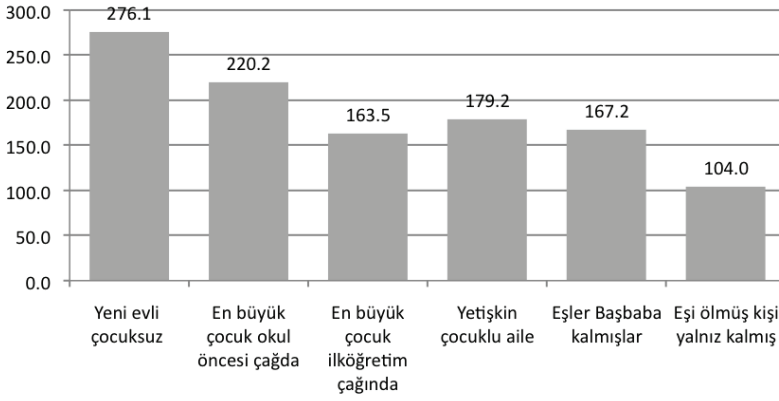
Oyuncak harcamaları bakımından ilk çocuğun ilköğretim çağında olduğu dönemdeki harcamalar ile ergenlik dönemine gelmiş çocukları olan ailenin ortalama harcamaları arasında belirgin bir farklılık (P<0,05) vardır.

Grafik 26. Bakım Hizmeti (Çocuk veya Yaşlı İçin) Harcamaları (Aylık Ortalama TL)

Bakım hizmetleri için yapılan harcamalar istatistiksel açıdan yaşam dönemleri arasında farklılık bulunmamaktadır. Ancak grafikte de görüldüğü gibi bakım hizmetleri için yapılan harcamalar aile yaşam döngüsünün ilk döneminde en yüksek noktada bulunmakta, sonra düşme eğilimine girmektedir. Burada çocuksuz evlilerin yaptıkları bakım harcamasının yüksekliğini anlamlandırmak oldukça zordur. Analiz bulgusunun bu durumunun ilk açıklaması bu soruya cevap veren ailelerin azlığındadır. 3042 aile içinde bu soruya cevap verenlerin toplam sayısı 183'tür. Bu örnek sayısının da alt gruplara bölünmesi durumunda bazı alt gruplarda çok az sayıda örnek bulunduğu için istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç elde edilememektedir. Ayrıca bu araştırmayı yaparken araştırmacılar, veri toplamak için kullanılan soruda

çocuk ve yaşlı için yapılan bakım hizmetleri aynı kategoride değerlendirilmiştir. Dolayısıyla ilk dönemde yapılan yüksek bakım hizmetleri harcamaları çocuklar için mi yaşlılar için mi yapıldığı belli değildir. Sonra azalan bakım hizmetleri harcamaları evden ayrılmış olan ailelerde tekrar yükselerek düşme eğilimine girmektedir. Burada bundan sonra aynı konuda araştırma yapacakların dikkatten kaçırmamaları gereken önemli bir ayrıntı olarak bu iki bakım harcamasının birbirinden ayrılması gerektiği vurgulanmaktadır.

Grafik 27. Otomobil Sahipliği Harcamaları (Aylık Ortalama TL)



Otomobil sahipliği için yapılan harcamaların miktarını öğrenmek için katılımcılara yöneltilen sorulara 403 aileden cevap gelmiştir. Bu sayının toplam içindeki oranı ise %13, tür ($403/3042=0,13$). Bu oran ailelerin %87sinin bu soruya cevap vermediğini göstermektedir. Durum bu olunca verileri değerlendirmek zorlaşmaktadır. Eldeki bulgulara dayalı olarak yorum yapmak gerekirse grafik görülen eğimin vurgulanmasından öte yorum yapmanın doğru olmayacağı düşünülmektedir. Bu eğilime göre aile yaşam dönemlerinin ilk dönemlerinde yapılan harcamaların sonraki dönemlere göre yüksek olduğudur. Ancak bu durumun istatistiksel açıdan anlamlı olduğun söylenebilmesi için her kategoride daha çok örneğe ihtiyaç vardır. Genel olarak ailelerin dönemsel olarak otomobil edinmek için yaptıkları harcamaların azalma eğilimi gösterdiği grafikten görülmektedir. Ortalama olarak bu tür bir harcama için ise 104-276 TL arasında bir para ayırdıkları görülmektedir.

AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİNE GÖRE SATIN ALMA KARARINDA ETKİLİ KİŞİLER

Aile yaşam döngüsü boyunca satınalma kararlarında etkili olan aile üyesi kişilere ilişkin analizlerde aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 191. AYD Dönemlerine Göre Gıda Ürünleri Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	19	91	0	87	197
	%	9,4	47,2	,0	43,4	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	144	296	3	236	679
	%	21,2	43,7	,4	34,7	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	126	339	5	192	662
	%	19,0	51,3	,7	29,0	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	207	644	11	278	1140
	%	18,1	56,5	1,0	24,4	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	61	95	4	82	242
	%	25,2	39,4	1,6	33,8	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	12	50	4	1	67
	%	17,9	74,6	6,0	1,5	100,0
Toplam	Sayı	569	1515	27	876	2987
	%	19,0	50,8	,9	29,3	100,0

$$\chi^2 = 126,690; \text{sd} = 20; p = ,001$$

Gıda ürünleri satınalma kararları aile yaşam döngüsünün ilk yıllarında anne ya da anne-baba birlikte daha fazla söz sahibi iken, çocukların aileye katılımıyla birlikte babanın da ağırlığı nispi olarak artmaktadır. Çocukların tamamen evden ayrılmasıyla beraber annenin karar verme ağırlığı artarken aynı zamanda anne-babanın birlikte karar verme ihtimalinin de yükseldiği anlaşılmaktadır. Gıda ürünleri satın almada çocukların hemen hemen hiçbir ağırlığının olmadığı söylenebilir.

Tablo 192. AYD Dönemlerine Göre Temizlik Ürünleri Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	12	119	0	66	197
	%	6,1	60,5	,0	33,4	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağıda	Sayı	75	431	3	170	679
	%	11,0	63,6	,4	25,0	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	65	443	4	150	662
	%	9,8	66,9	,6	22,7	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	128	803	11	197	1139
	%	11,2	70,5	1,0	17,3	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	41	130	5	65	241
	%	17,0	53,9	2,1	27,0	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	12	49	4	0	65
	%	18,4	75,4	6,2	,0	100,0
Toplam	Sayı	333	1975	27	648	2983
	%	11,1	66,3	,9	21,7	100,0

$$\chi^2 = 100,491; sd = 20; p = 0,001$$

Temizlik ürünleri satınalma kararlarında gıda ürünlerinden biraz daha farklı olarak, çocuklu dönemlerde de annenin ağırlığının devam ettiği anlaşılmaktadır. Anne ile babanın birlikte karar verdikleri en yüksek ortalama evliliğin ilk dönemine aittir. İlerleyen dönemlerde anne ile babanın birlikte karar verme oranı düşerken, eşlerin başbaşa kalma dönemlerinde oran artmaktadır.

Tablo 193. AYD Dönemlerine Göre Babanın Giyim Ürünleri Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	90	32	0	75	197
	%	45,7	16,2	,0	38,1	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağıda	Sayı	405	69	0	193	667
	%	60,8	10,3	,0	28,9	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	401	81	2	152	636
	%	63,1	12,7	,3	23,9	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	664	185	6	214	1069
	%	62,1	17,3	,6	20,0	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	138	30	3	63	234
	%	59,0	12,8	1,3	26,9	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	21	16	1	1	39
	%	53,8	40,8	2,7	2,7	100,0
Toplam	Sayı	1719	413	12	698	2842
	%	60,6	14,5	,4	24,5	100,0

$$\chi^2 = 100,688; sd = 20; p = 0,001$$

Aile yaşam döngüsünün her döneminde babanın giyim ürünleriyle ilgili satınalma kararlarında babanın belirleyici rolü söz konusudur. Bu ürünlerle ilgili olarak eşlerin birlikte karar alma eğilimlerinin aile yaşam döngüsü ilerledikçe azalma eğiliminin belirgin olduğu gözlenmekte, yalnız kalma dönemlerinde ise eşlerin birlikte karar verme oranlarında nispi bir artma da kendini göstermektedir.

Tablo 194. AYD Dönemlerine Göre Annenin Giyim Ürünleri Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	5	121	1	67	194
	%	2,6	62,4	,5	34,5	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	32	455	3	180	670
	%	4,8	67,9	,4	26,9	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	42	454	3	145	644
	%	6,5	70,5	,5	22,5	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	51	843	13	193	1100
	%	4,6	76,7	1,2	17,5	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	23	144	6	63	236
	%	9,7	61,1	2,5	26,7	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	8	51	1	0	60
	%	13,3	85,0	1,7	,0	100,0
Toplam	Sayı	161	2068	27	648	2904
	%	5,5	71,3	,9	22,3	100,0

$$\chi^2 = 94,016; sd = 20; p = 0,001$$

Anne giyim ürünleri için baba giyim ürünlerine benzer şekilde aile yaşam döngüsünün hemen her döneminde annenin kararları etkili iken, aile yaşam döngüsünün ilk dönemlerinde anne ile babanın birlikte kararlarının etkisi ilerleyen dönemlere oranla daha açık bir şekilde gözlenmektedir. Başbaşa kalma dönemlerinde anne babanın birlikte karar verme oranlarında yine önceki dönemlere oranlar nispi artış olmaya başlamaktadır.

Tablo 195. AYD Dönemlerine Göre Çocuğun Giyim Ürünleri Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	9	22	13	51	95
	%	9,3	22,8	13,6	54,3	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	43	286	37	299	665
	%	6,5	42,9	5,6	45,0	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	51	271	86	244	652
	%	7,8	41,6	13,2	37,4	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	64	328	465	251	1108
	%	5,8	29,6	42,0	22,6	100,0
Çocuklar evden ayrılmış- eşler baş başa kalmışlar	Sayı	14	31	46	53	144
	%	9,7	21,5	31,9	36,9	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	8	16	13	2	39
	%	20,5	41,1	33,3	5,1	100,0
Toplam	Sayı	189	954	660	900	2703
	%	7,0	35,4	24,4	33,2	100,0

$$\chi^2 = 450,156; sd = 20; p = 0,001$$

Çocuk giyim ürünleri için aile yaşam döngüsünün ilk yıllarında anne-baba birlikte karar verirken, çocukların ilköğretim çağına gelmeleriyle annenin ağırlığı artmaya başlamakta, 20'li, yaşlardan itibaren ise çocuğun kararlarda hakim olmaya başladığı görülmektedir.

Tablo 196. AYD Dönemlerine Göre Erkek Bakım Ürünleri Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	92	33	0	53	178
	%	51,8	18,5	,0	29,7	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	411	66	2	161	640
	%	64,3	10,3	,3	25,1	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	364	87	4	123	578
	%	63,0	15,0	,7	21,3	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	613	164	55	172	1004
	%	61,2	16,3	5,4	17,1	100,0
Çocuklar evden ayrılmış- eşler baş başa kalmışlar	Sayı	135	22	7	44	208
	%	65,0	10,5	3,3	21,2	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	18	16	3	1	38
	%	47,4	42,1	7,9	2,6	100,0
Toplam	Sayı	1633	388	71	554	2646
	%	61,7	14,7	2,7	20,9	100,0

$$\chi^2 = 129,414; sd = 20; p = 0,001$$

Erkek bakım ürünleri için aile yaşam döngüsünün hemen tamamında baba söz sahibi iken, anne ile babanın ilk yıllardaki birlikte karar verme oranının ilerleyen dönemlerde azalmaya başladığı anlaşılmaktadır.

Tablo 197. AYD Dönemlerine Göre Kadın Bakım Ürünleri Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	3	121	1	49	174
	%	1,7	69,7	,6	28,0	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	37	454	2	152	645
	%	5,7	70,5	,3	23,5	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	23	449	3	110	585
	%	3,9	76,8	,5	18,8	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	45	794	30	155	1024
	%	4,4	77,6	2,9	15,1	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	19	140	5	47	211
	%	9,0	66,4	2,4	22,2	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	7	47	2	0	56
	%	12,5	83,9	3,6	,0	100,0
Toplam	Sayı	134	2005	43	513	2695
	%	4,9	74,5	1,6	19,0	100,0

$$\chi^2 = 89,634; sd = 20; p = 0,001$$

Kadın bakım ürünleri için aile yaşam döngüsünün hemen tamamında anne söz sahibi iken, ilk yıllarda var olan birlikte karar verme oranının ilerleyen dönemlerde azalmaya başladığı anlaşılmaktadır. Ancak çocukların evliliği ve evden ayrıldığı dönemlerde birlikte kararların ağırlığının az da olsa tekrar arttığı gözlenmektedir.

Tablo 198. AYD Dönemlerine Göre Oyuncak Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	5	13	18	54	90
	%	5,6	14,4	20,0	60,0	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	49	174	86	322	631
	%	7,7	27,6	13,5	51,2	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	37	156	142	214	549
	%	6,7	28,4	25,9	39,0	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	56	156	254	260	726
	%	7,7	21,7	34,9	35,7	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	14	23	31	70	138
	%	9,9	16,4	22,2	51,5	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	7	20	7	3	37
	%	18,9	54,1	18,9	8,1	100,0
Toplam	Sayı	168	542	538	923	2171
	%	7,6	24,8	24,6	43,0	100,0

$$\chi^2= 156,303; \quad sd = 20; \quad p = 0,001$$

Oyuncak ürünleri için aile yaşam döngüsünün ilk yıllarında birlikte kararlar genel olarak daha yüksek düzeydedir. Bu ürünlerin satın alınmasında eşlerin birlikte kararları yanında babaya göre annenin kararlardaki belirleyicilik oranının nizpi olarak daha fazla olduğu da anlaşılmaktadır. İlköğretim çağından itibaren çocukların kararlara katılımın arttığı gözlenmektedir. İlerleyen dönemlerde çocukların ağırlığı sürerken, çocukların evliliği sonrasında muhtemelen torunlar nedeniyle anne baba birlikte karar verme oranlarında yine artış olduğu gözlenmektedir.

Tablo 199. AYD Dönemlerine Göre Beyaz Eşya Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	17	20	1	143	181
	%	9,3	11,0	,5	79,2	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	72	83	10	475	640
	%	11,2	12,9	1,6	74,3	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	83	85	7	428	603
	%	13,7	14,1	1,2	71,0	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	139	195	9	705	1048
	%	13,2	18,6	,9	67,3	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	30	28	5	153	216
	%	13,9	12,9	2,3	70,9	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	9	36	1	8	54
	%	16,7	66,7	1,8	14,8	100,0
Toplam	Sayı	350	447	33	1912	2742
	%	12,7	16,2	1,2	69,9	100,0

$$\chi^2= 139,325; \quad sd = 20; \quad p = 0,001$$

Beyaz eşya ürünleri satınalma kararlarında aile yaşam döngüsünün hemen her evresinde anne ile babanın birlikte karar verme oranları oldukça yüksektir. Çocukların aileye katılımı ve okula başlamalarıyla birlikte muhtemelen bazı beyaz eşya ürünlerinde anne ve babanın tek başlarına kararları da gündeme gelebilmektedir. Bu noktada, farklı sosyo-kültürel özelliklere sahip aile yapılarının da etkili olduğu söylenebilir.

Tablo 200.AYD Dönemlerine Göre Mobilya Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	18	19	1	144	182
	%	9,8	10,4	,5	79,3	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	75	73	8	487	643
	%	11,6	11,3	1,2	75,9	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	77	83	7	439	606
	%	12,7	13,7	1,2	72,4	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	148	180	10	704	1042
	%	14,1	17,2	1,0	67,7	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	32	32	3	153	220
	%	14,4	14,4	1,3	69,9	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	9	36	1	9	55
	%	16,4	65,5	1,7	16,4	100,0
Toplam	Sayı	359	423	30	1936	2748
	%	13,0	15,3	1,1	70,6	100,0

$$\chi^2 = 144,126; \quad sd = 20; \quad p = 0,001$$

Mobilya ürünleri için satınalma kararlarında da beyaz eşya örneğine benzer bir durum söz konusudur. Aile yaşam döngüsünün ilk yıllarında birlikte kararlar çok baskın bir durumda kendini göstermektedir. Çocukların aileye katılımıyla birlikte muhtemelen bazı beyaz eşya ürünlerinde anne ve babanın tek başlarına kararları da gündeme gelebilmektedir. Bu noktada, farklı sosyo-kültürel özelliklere sahip aile yapılarının da etkili olduğu söylenebilir.

Tablo 201. AYD Dönemlerine Göre Otomobil Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	51	10	1	107	169
	%	30,2	5,9	,6	63,3	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağıda	Sayı	238	17	7	351	613
	%	38,8	2,8	1,1	57,3	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	204	29	5	332	570
	%	35,7	5,1	,9	58,3	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	399	70	20	494	983
	%	40,6	7,1	2,0	50,3	100,0
Çocuklar evden ayrılmış- eşler baş başa kalmışlar	Sayı	80	7	3	121	211
	%	37,9	3,3	1,4	57,4	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	12	26	2	8	48
	%	25,0	54,2	4,2	16,6	100,0
Toplam	Sayı	984	159	38	1413	2594
	%	37,9	6,1	1,5	54,5	100,0

$$\chi^2 = 236,109; \quad sd = 20; \quad p = 0,001$$

Otomobil ürünleri için satınalma kararlarında aile yaşam döngüsünün hemen tüm dönemleri için anne-baba birlikte ağırlıklı olarak kararlarda etkili iken, muhtemelen sosyo-kültürel faktörler ve araba kullanıcılarının çoğunlukla erkek olmaları sebebiyle babaların annelere oranla hemen her dönemde oldukça etkili oldukları da anlaşılmaktadır.

Tablo 202. AYD Dönemlerine Göre Ev Sahipliği (Konut Edinme) Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	21	8	1	138	168
	%	12,5	4,7	,6	82,2	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağıda	Sayı	93	22	8	472	595
	%	15,7	3,7	1,3	79,3	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	91	36	5	438	570
	%	15,9	6,3	,9	76,9	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	211	67	13	685	976
	%	21,6	6,8	1,3	70,3	100,0
Çocuklar evden ayrılmış- eşler baş başa kalmışlar	Sayı	35	12	4	158	209
	%	16,8	5,7	1,9	75,6	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	10	30	2	9	51
	%	19,6	58,9	3,9	17,6	100,0
Toplam	Sayı	461	175	33	1900	2569
	%	17,9	6,8	1,3	74,0	100,0

$$\chi^2 = 262,208; \quad sd = 20; \quad p = 0,001$$

Ev sahipliği (konut edinme) satınalma kararlarında aile yaşam döngüsünün hemen tüm dönemleri için ağırlıklı olarak anne-baba birlikte etkili olmaktadır. Babanın anneye oranla etki derecesinin nispi olarak biraz daha fazla olduğu da anlaşılmaktadır. Bu sonuç da sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel faktörler nedeniyle, aile gelirinin baba ağırlıklı olması ve ayrıca geleneksel yaklaşımların etkisiyle yorumlanabilir.

Tablo 203.AYD Dönemlerine Göre Okul/Dersane Seçiminde Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	10	10	7	80	107
	%	9,4	9,4	6,5	74,7	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	64	26	17	393	500
	%	12,7	5,2	3,4	78,7	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	87	69	24	410	590
	%	14,7	11,1	4,0	70,2	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	161	117	153	556	987
	%	16,2	11,8	15,4	56,6	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	21	15	14	90	140
	%	14,9	10,5	9,7	64,9	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	10	20	4	7	41
	%	24,5	48,6	9,8	17,1	100,0
Toplam	Sayı	353	257	219	1536	2365
	%	15,0	10,9	9,2	64,9	100,0

$$\chi^2 = 220,436; \quad sd = 20; \quad p = 0,001$$

Okul/dersane seçimi kararlarında aile yaşam döngüsünün hemen tüm dönemleri için ağırlıklı olarak anne-baba birlikte etkili olmaktadır. Bu ürünlerin satınalma kararlarında babaların annelere oranlara ağırlıkları nispi olarak biraz daha fazladır. Çocukların yetişkinliği arttıkça okul-dersane seçim kararlarındaki ağırlıkları da artmaya başlamaktadır.

Tablo 204.AYD Dönemlerine Göre Tatil Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	17	14	0	139	170
	%	10,0	8,1	,0	81,9	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağıda	Sayı	75	40	9	475	599
	%	12,6	6,6	1,5	79,3	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağıda	Sayı	73	54	6	407	540
	%	13,5	9,8	1,1	75,6	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	146	101	40	671	958
	%	15,2	10,5	4,1	70,2	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	32	16	6	153	207
	%	15,2	7,5	2,9	74,4	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	10	29	2	8	49
	%	20,4	59,2	4,1	16,3	100,0
Toplam	Sayı	353	254	63	1853	2523
	%	14,0	10,0	2,5	73,5	100,0

$$\chi^2 = 197,815; \quad sd = 20; \quad p = 0,001$$

Tatil ürünü satınalma kararlarında aile yaşam döngüsünün hemen tüm dönemleri için ağırlıklı olarak anne-baba birlikte etkili olmaktadır. Bu ürünlerin satınalma kararlarında babanın anneye oranla az da olsa daha fazla etkili olduğu da anlaşılmaktadır.

Tablo 205.AYD Dönemlerine Göre İletişim Ürünleri Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	64	21	0	103	188
	%	34,1	11,2	,0	54,7	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağıda	Sayı	235	48	6	352	641
	%	36,6	7,5	,9	55,0	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağıda	Sayı	252	61	8	282	603
	%	41,8	10,0	1,3	46,9	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	376	123	75	461	1035
	%	36,3	11,9	7,2	44,6	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	83	16	9	114	222
	%	37,4	7,1	4,1	51,4	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	14	39	4	2	59
	%	23,7	66,1	6,8	3,4	100,0
Toplam	Sayı	1024	308	102	1314	2748
	%	37,2	11,2	3,7	47,9	100,0

$$\chi^2 = 285,470; \quad sd = 20; \quad p = 0,001$$

İletişim (telefon, internet) ürünü satınalma kararlarında aile yaşam döngüsünün hemen tüm dönemleri için ağırlıklı olarak anne-baba birlikte etkili olmakla birlikte, babanın da bu hizmetler açısından satınalma kararlarında oldukça etkili olduğu gözlenmektedir. Ergenlik dönemlerinden itibaren çocukların kararlara katılımında az da olsa bir pay oluşmaya başlamaktadır.

Tablo 206. AYD Dönemlerine Göre Ev Tekstili (Perde, Örtü Vs.) Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	15	88	0	84	187
	%	8,0	47,1	,0	44,9	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	34	337	13	259	643
	%	5,3	52,4	2,0	40,3	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	36	351	4	216	607
	%	5,9	57,8	,7	35,6	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	79	599	15	355	1048
	%	7,5	57,2	1,4	33,9	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	18	117	4	81	220
	%	8,1	53,2	1,8	36,9	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	10	44	1	2	57
	%	17,5	77,2	1,8	3,5	100,0
Toplam	Sayı	192	1536	37	997	2762
	%	6,9	55,7	1,3	36,1	100,0

$$\chi^2 = 58,134; \quad sd = 20; \quad p = 0,001$$

Ev tekstili (perde, örtü vs.) ürünü satınalma kararlarında aile yaşam döngüsünün hemen tüm dönemlerinde annenin ağırlığı söz konusudur. İlk dönemlerde birlikte karar verme eğiliminin sonraki dönemlere oranla daha fazla olduğu da anlaşılmaktadır. Aile yaşam döngüsünün ilk dönemlerinde bu tür ürünlerdeki ortak kararların ilerleyen dönemlerde anneye bırakıldığı söylenebilir.

Tablo 207. AYD Dönemlerine Göre Eğence (Sinema, Tiyatro) Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	18	21	1	127	167
	%	10,8	12,5	,6	76,1	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	77	57	15	430	579
	%	13,3	9,8	2,6	74,3	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	77	69	32	360	538
	%	14,2	12,8	5,9	67,1	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	133	130	119	522	904
	%	14,7	14,4	13,0	57,9	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	30	24	6	131	191
	%	15,7	12,4	3,1	68,8	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	9	26	3	7	45
	%	20,0	57,8	6,6	15,6	100,0
Toplam	Sayı	344	327	176	1577	2424
	%	14,2	13,5	7,2	65,1	100,0

$$\chi^2= 194,349; \quad sd = 20; \quad p = 0,001$$

Eğence (sinema, tiyatro) ürünü satınalma kararlarında aile yaşam döngüsünün hemen tüm dönemlerinde anne-baba birlikte karar vermektedir. Anne, baba ve çocukların tek başlarına karar verdikleri örnekler de mevcut olup, hemen her dönemdeki bu durumun bireysel tercihler ile sosyo-kültürel faktörlerle açıklanması mümkündür.

Tablo 208.AYD Dönemlerine Göre Gazete/Dergi Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	53	25	1	87	166
	%	31,9	15,0	,6	52,5	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	185	67	10	319	581
	%	31,3	11,6	1,7	55,4	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	204	86	14	243	547
	%	37,2	15,6	2,5	44,7	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	374	160	57	375	966
	%	38,5	16,6	5,8	39,1	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	84	22	8	94	208
	%	40,4	10,5	3,8	45,3	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	13	37	1	2	53
	%	24,5	69,8	1,9	3,8	100,0
Toplam	Sayı	913	397	91	1120	2521
	%	36,1	15,7	3,6	44,6	100,0

$$\chi^2= 191,537; \quad sd = 20; \quad p = 0,001$$

Gazete/dergi satınalma kararlarında aile yaşam döngüsünün çocuk ergenlik çağına kadar olan dönemlerinde anne-baba birlikte etkili iken, bu evreden sonra babanın biraz daha etkili olmaya başladığı ve çocuklar sonrası ile yalnızlık dönemlerinde ise birlikte ve annenin kararlarının ağırlık kazanmaya başladığı gözlenmektedir.

Tablo 209.AYD Dönemlerine Göre Takı/Mücevher Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	11	84	1	77	173
	%	6,3	48,6	,6	44,5	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	45	281	14	278	618
	%	7,2	45,4	2,3	45,1	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	50	277	10	227	564
	%	8,9	49,1	1,7	40,3	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	83	506	34	340	963
	%	8,8	52,6	3,5	35,1	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	22	86	7	86	201
	%	11,6	42,5	3,4	42,5	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	11	37	1	4	53
	%	20,8	69,8	1,9	7,5	100,0
Toplam	Sayı	222	1271	67	1012	2572
	%	8,6	49,6	2,6	39,2	100,0

$$\chi^2 = 72,983; \quad sd = 20; \quad p = 0,001$$

Takı/mücevher ürünü satınalma kararlarında aile yaşam döngüsünün hemen her döneminde annenin daha ağırlıkta olduğu, ilk dönemlerde eşlerin birlikte kararlarının da etkili olduğu anlaşılmaktadır. İlerleyen evrelerde ise annenin bu ürünleri satınalmadaki hakim konumu daha belirgin hale gelmektedir. Bu sonuçlar sosyo-kültürel faktörler yanında kadının bu tür ürünlere olan düşkünlüğüyle de açıklanabilir.

Tablo 210. AYD Dönemlerine Göre Elektronik Aletler (Bilgisayar, Cep Telefonu Vs.) Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler

Aile Yaşam Döngüsü		Satınalma Kararlarında Etkili Olan Kişiler				Toplam
		Baba	Anne	Çocuk	Anne-Baba birlikte	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	65	14	1	111	191
	%	34,1	7,3	,5	58,1	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağıda	Sayı	267	29	16	341	653
	%	40,9	4,4	2,4	52,3	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	283	43	15	280	621
	%	45,6	6,9	2,4	45,1	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	394	106	117	453	1070
	%	36,8	9,9	10,9	42,4	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	87	13	10	107	217
	%	40,0	5,9	4,6	49,5	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	14	31	5	3	53
	%	26,3	58,2	9,7	5,8	100,0
Toplam	Sayı	1110	236	164	1295	2805
	%	39,6	8,4	5,8	46,2	100,0

$$\chi^2 = 307,954; \quad sd = 20; \quad p = 0,001$$

Elektronik aletler (bilgisayar, cep telefonu vs.) satınalma kararlarında aile yaşam döngüsünün ilk yıllarında birlikte kararların ağırlıklı olduğu görülmektedir. Çocuk sonrası anne-baba birlikte kararların yanında babanın kararları da etkili olmaya başlamaktadır. Çocukların yetişkinliğinde ise çocukların kararlarının kısmen etkili olduğu gözlenmektedir. Ancak yine de anne babanın birlikte kararlarının daha etkili olduğu söylenebilir.

AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİNE GÖRE SATIN ALMA KRİTERLERİ

A ile yaşam döngüsünü oluşturan ve araştırma ile belirlenmiş altı döneminin hem birbirlerinden farklılaşma nedenlerini, hem de her bir dönemin kendine özgü ihtiyacı hissedilen ürün ve hizmetleri satın alma kriterlerini belirlemek için dönem-satın alma kriterleri karşılaştırmasını yapmak gerekmektedir. Bu nedenle, gıda, temizlik, baba için giysi, anne için giysi, çocuk için giysi, erkek bakım ürünleri, kadın bakım ürünleri, oyuncak, beyaz eşya, mobilya, otomobil, ev, okul/dershane, tatil, takı/mücevher, ev tekstil ürünleri, kültür/sanat/eğlence, gazete/dergi gibi farklı ama aile yaşamının ihtiyaç hissettiği temel ürün ve hizmetlerin dönemsel satın alma kriterleri arasında karşılaştırma yapılmıştır.

Tablo 211. AYD Dönemlerine Göre Gıda Ürünlerini Satın Alma Kriterleri

		Gıda ürünleri alırken etkili kriterler					Toplam
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	27	86	43	3	40	199
	%	13,6	43,2	21,6	1,5	20,1	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	66	274	203	14	122	679
	%	9,7	40,4	29,9	2,1	18,0	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	57	238	236	16	120	667
	%	8,5	35,7	35,4	2,4	18,0	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	102	398	396	19	222	1137
	%	9,0	35,0	34,8	1,7	19,5	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	12	84	94	1	52	243
	%	4,9	34,6	38,7	,4	21,4	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	3	17	30	3	15	68
	%	4,4	25,0	44,1	4,4	22,1	100,0
Toplam	Sayı	267	1097	1002	56	571	2993
	%	8,9	36,7	33,5	1,9	19,1	100,0

$$\chi^2=45,268 \quad sd=20 \quad P=0,001$$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile ihtiyacı hissedilen gıda ürünlerini satın alma kriterleri arasındaki ilişki incelendiğinde, iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu ($P<0,05$) tespit edilmiştir. Konu bağlamında yer alan verileri içeren yukarıdaki tablo incelendiğinde, gıda ürünlerinin satın alınmasında belirleyici olan en önemli satın alma kriterinin ürünün kalitesi (%36,7) olduğu tespit edilmiştir. Ürünün fiyatı (%33,5) dikkate alınan ikinci önemli kriterdir. Dönemler arası farklılaşmayı tespit etmek için dönemlere ait veriler gözden geçirildiğinde, dönemler arasında ürünün kalitesini en yüksek oranda satın alma kriteri olarak benimsemiş kişilerin %43,2'lik oranıyla çocuksuz çiftlerin oluşturduğu aile yaşam döngüsü dönemi olduğu tespit edilmiştir. Eşi ölmüş ve yalnız kalmış kişilerin teşkil ettiği aile yaşam döngüsü mensupları, ürünün kalitesini satın alma kriteri olarak benimsemeye diğer dönem mensuplarına göre en düşük düzeye (%25) sahip oldukları anlaşılmıştır. Buna karşılık eşi ölmüş ve yalnız kalmış kişilerin teşkil ettiği aile yaşam döngüsü mensupları, ürünün fiyatını satın alma kriteri olarak benimsemeye diğer dönem mensuplarına göre en yüksek düzeye (%44,1) sahiptirler. Bu durumun, söz konusu kesimin genellikle düşük gelir düzeyine sahip kimseler olmalarıyla açıklanabilir. Çünkü bunlar ya emekli maaşı ile ya da eğer sabit geliri yoksa sınırlı imkânlarla hayatını sürdürmeye çalışan kimselerdir. Gıda ürününün satın alınmasında inanca uygunluğu tüm aile yaşam döngüsü dönemlerinde en düşük düzeyde dikkate alınan bir satın alma kriteridir. Ürünün markasının satın alma kriteri olarak dikkate alınmasının genel ortalaması %8,9'dur.

Aile yaşam dönemleri ilerledikçe markanın ve kalitenin karar kriteri olarak kullanma oranı azalmaktadır. Fiyatın karar kriteri olarak kullanılma oranı artmaktadır.

Tablo 212. AYD Dönemlerine Göre Temizlik Ürünlerini Satın Alma Kriterleri

		Temizlik ürünleri alırken etkili kriterler					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli çocuksuz	Sayı	24	91	52	2	30	199
	%	12,1	45,7	26,1	1,0	15,1	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağıda	Sayı	67	245	242	4	121	679
	%	9,9	36,1	35,6	,6	17,8	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	61	201	266	5	130	663
	%	9,2	30,3	40,1	,8	19,6	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	82	336	458	10	247	1133
	%	7,2	29,7	40,4	,9	21,8	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	16	67	107	1	52	243
	%	6,6	27,6	44,0	,4	21,4	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	3	15	31	1	17	67
	%	4,5	22,4	46,3	1,5	25,4	100,0
Toplam	Sayı	253	955	1156	23	597	2984
	%	8,5	32,0	38,7	,8	20,0	100,0

$$\chi^2 = 52,864 \quad sd = 20 \quad P = 0,001$$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile temizlik ürünlerini satın alma kriterleri arasındaki ilişki incelendiğinde, iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunduğu ($P<0,05$) tespit edilmiştir. Konu bağlamında tabloda yer alan veriler incelendiğinde, temizlik ürünlerinin satın alınmasında belirleyici olan en önemli kriterin ürünün fiyatı (%38,7) olduğu tespit edilmiştir. Ürünün kalitesi (%32) en üst düzeyde dikkate alınan ikinci kriterdir. İhtiyaca uygunluk ise temizlik ürünlerinin satın alınmasında dikkate alınan üçüncü önemli kriterdir. Dönemler arası farklılıklar incelendiğinde, temizlik ürününün kalitesini en üst düzeyde (%45,7) satın alma kriteri olarak dikkate alan aile yaşam döngüsü döneminin çocuksuz çiftlerin oluşturduğu dönem mensupları olduğu tespit edilmiştir. Buna karşılık ürünün kalitesini en düşük düzeyde (%22,4) satın alma kriteri olarak dikkate alan dönem, eşi ölmüş ve yalnız kalmış kişilerin oluşturduğu dönem olduğu anlaşılmıştır. Buna karşılık ürünün fiyatını en üst düzeyde (%46,3) satın alma kriteri olarak dikkate alan grubun eşi ölmüş ve yalnız kalmış kişilerin teşkil ettiği dönem olduğu tespit edilmiştir. Ürünün fiyatını en düşük düzeyde (%26,1) satın alma kriteri olarak dikkate alan dönemin, çocuksuz çiftlerin oluşturduğu dönem olduğu anlaşılmıştır. Ürünün ihtiyaca uygunluğunu en üst düzeyde (%25,4) satın alma kriteri olarak dikkate alan grubun eşi ölmüş ve yalnız kalmış kişilerin teşkil ettiği dönem olduğu tespit edilmiştir.

Temizlik ürünleri satınalmada marka ve kalite kriterlerinin aile yaşam döngüsü dönemleri ilerledikçe karar içindeki ağırlığı azalmaktadır. Fiyatın ve ihtiyaca uygunluğun karar kriteri olarak ağırlığı artmaktadır.

Tablo 213. AYD Dönemlerine Göre Baba İçin Giyim Ürünlerini Satın Alma Kriterleri

		Baba için giyim ürünleri alırken etkili kriterler					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli çocuksuz	Sayı	37	61	54	5	40	197
	%	18,8	31,0	27,4	2,5	20,3	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	67	186	254	5	152	664
	%	10,1	28,0	38,3	,8	22,9	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	59	149	267	7	157	639
	%	9,2	23,3	41,8	1,1	24,6	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	84	232	435	10	309	1070
	%	7,9	21,7	40,7	,9	28,9	100,0
Çocuklar evden ayrılmış- eşler baş başa kalmışlar	Sayı	20	49	99	1	65	234
	%	8,5	20,9	42,3	,4	27,8	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	1	5	12	1	21	40
	%	2,5	12,5	30,0	2,5	52,5	100,0
Toplam	Sayı	268	682	1121	29	744	2844
	%	9,4	24,0	39,4	1,0	26,2	100,0

$$\chi^2 = 74,386 \quad sd = 20 \quad P = 0,001$$

Aile kurucularından kocanın/babanın ihtiyaç hissettiği giyim ürününün satın alınmasında dikkate alınan kriterler ile aile yaşam döngüsünün dönemleri arasındaki ilişki incelendiğinde, iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu ($P < 0,00$) tespit edilmiştir. Kocanın/babanın giysisinin satın alınmasında en yüksek oranla dikkate alınan kriter %39,4'lük oranla ürünün fiyatıdır. İhtiyaca uygunluk ise en yüksek oranda (%26,2) dikkate alınan ikinci satın alma kriteridir. İnanca uygunluk hemen hemen hiç dikkate alınmayan bir kriter olmasına karşılık, ürünün markası en düşük düzeyde (%9,4) dikkate alınan kriter olarak anlam kazanmaktadır. Kocanın/babanın giysisinin satın alınmasında dikkate alınan satın alma kriterlerini aile yaşam döngüsünü teşkil eden dönemler açısından incelediğimizde, ürünün fiyatını en yüksek düzeyde satın alma kriteri olarak benimseyen dönemlerin çocukları evden ayrılmış-eşlerin baş başa kaldıkları kişilerin teşkil ettiği aile yaşam döngüsü dönemi olduğu belirlenmiştir. En büyük çocuğu ilköğretim çağında ve en büyük çocuğun 14 yaşın üstünde olduğu dönemlerde fiyat kriterinin oranının %40 üzeri olduğu anlaşılmıştır. Ürünün markasını en yüksek düzeyde (%18,8) önemseyenler ise çocuksuz çiftlerdir.

Baba için giyim ürünleri satınalmada marka ve kalite kriterlerinin aile yaşam döngüsü dönemleri ilerledikçe karar içindeki ağırlığı azalmaktadır. Ancak bu azalma gıda ve temizlik ürünlerinde olduğu kadar büyük değildir. Fiyatın ve ihtiyaca uygunluğun karar kriteri olarak ağırlığı artmaktadır. Özellikle ihtiyaca uygunluk belirgin derecede ağırlık kazanmaktadır.

Tablo 214. AYD Dönemlerine Göre Anne İçin Giyim Ürünlerini Satın Alma Kriterleri

		Anne için giyim ürünleri alırken etkili kriterler					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli çocuksuz	Sayı	33	54	60	4	43	194
	%	17,0	27,8	30,9	2,1	22,2	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	63	195	251	7	156	672
	%	9,4	29,0	37,4	1,0	23,2	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	55	139	282	11	161	648
	%	8,5	21,5	43,5	1,7	24,8	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	64	227	467	19	328	1105
	%	5,8	20,5	42,3	1,7	29,7	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	20	45	103	2	64	234
	%	8,5	19,2	44,0	,9	27,4	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	1	9	26	1	24	61
	%	1,6	14,8	42,6	1,6	39,3	100,0
Toplam	Sayı	236	669	1189	44	776	2914
	%	8,1	23,0	40,8	1,5	26,6	100,0

$$\chi^2=74,657 \quad sd=20 \quad P= 0,001$$

Aile kurucularından kadının/annenin ihtiyaç hissettiği giyim ürününün satın alınmasında dikkate alınan kriterler ile aile yaşam döngüsünün dönemleri arasındaki ilişki incelendiğinde, iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu ($P<0,00$) tespit edilmiştir. Kadının/annenin giysisinin satın alınmasında en yüksek oranla dikkate alınan kriter %40,8'lik oranla ürünün fiyatıdır. Ürünün fiyatını diğer aile yaşam döngüsü dönemlerine göre en üst düzeyde (%44) satın alma kriteri olarak dikkate alan kişilerin mensup olduğu dönemin çocukları evden ayrılmış-eşlerin baş başa kaldıkları kişilerin teşkil ettiği dönem olduğunu tespit ediyoruz. Ürünün fiyatını diğer aile yaşam döngüsü dönemlerine göre en düşük düzeyde (%30,9) satın alma kriteri olarak dikkate alan kişilerin mensup olduğu dönemin, çocuksuz çiftlerin oluşturduğu aile yaşam döngüsü dönemi olduğunu tespit ediyoruz. Aile kurucularından kadının/annenin ihtiyaç hissettiği giyim ürününün satın alınmasında ürünün dikkate alınan ikinci önemli kriterlerinin ihtiyaca uygunluk olduğunu anlıyoruz (%26,6). İhtiyaca uygunluğu en düşük düzeyde (%22,2) satın alma kriteri olarak dikkate alanların ise çocuksuz çiftlerin teşkil ettiği aile yaşam döngüsü dönemi olduğu görülüyor. İnanca uygunluk kriteri, aile kurucularından kadının/annenin ihtiyaç hissettiği giyim ürününün satın alınmasında dikkate alınan en düşük orana sahip (%1,5) kriter olarak karşımıza çıkıyor.

Anne için giyim ürünleri satınalmada marka ve kalite kriterlerinin aile yaşam döngüsü dönemleri ilerledikçe karar içindeki ağırlığı azalmaktadır. Fiyatın ve ihtiyaca uygunluğun karar kriteri olarak ağırlığı artmaktadır. Fiyatın ağırlığının artışı daha belirgindir.

Tablo 215. AYD Dönemlerine Göre Çocuk İçin Giyim Ürünlerini Satın Alma Kriterleri

		Çocuk için giyim ürünleri alırken etkili kriterler					Toplam
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	12	29	28	2	31	102
	%	11,8	28,4	27,5	2,0	30,4	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	55	205	240	3	166	669
	%	8,2	30,6	35,9	,4	24,8	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	56	149	270	8	168	651
	%	8,6	22,9	41,5	1,2	25,8	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	127	263	402	11	299	1102
	%	11,5	23,9	36,5	1,0	27,1	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	12	28	57	3	51	151
	%	7,9	18,5	37,7	2,0	33,8	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	2	7	12	1	19	41
	%	4,9	17,1	29,3	2,4	46,3	100,0
Toplam	Sayı	264	681	1009	28	734	2716
	%	9,7	25,1	37,2	1,0	27,0	100,0

$$\chi^2 = 44,859 \quad sd = 20 \quad P = 0,001$$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile çocuğun giysisi için dikkate alınan kriterler değişkenleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Çocuğun giyim ürünlerinin alınmasında dikkate alınan kriterlerle ilgili veriler gözden geçirildiğinde, aile yaşam döngüsünün tüm dönemlerinin genel sonuçları itibarıyla en çok dikkate alınan kriterin, ürünün fiyatı (%37,2) olduğu gözlenmektedir. İkinci düzeyde dikkate alınan kriter ürünün ihtiyaca uygunluğudur (%27). Kalitesi de dikkate alınan bir diğer önemli kriter olarak (%25,1) dikkat çekmektedir. Çocuğa alınacak giysilerde fiyatı dikkate alan aile yaşam döngüsü dönemlerinden en büyük çocuğun ilköğretim çağında (%41,5) olduğu ailelerin teşkil ettiği aile yaşam döngüsü dönemi olduğu gözlenmektedir. İhtiyaca uygunluk kriterini çocuk giysilerinin satın alınmasında en yüksek oranda temel kriter olarak ifade edenler eşi ölmüş ve yalnız kalmış kimselerin oluşturduğu aile yaşam döngüsü dönemine mensup olanlardır.

Çocuk için giyimürünleri satınalmada markanın önemi genel olarak azalmakla birlikte yetişkin çocuklu ailelerde artış göstermektedir. Kalite algısının bir satınalma kriteri olarak aile yaşam döngüsü dönemleri ilerledikçe ağırlığı azalmaktadır. Fiyatın ve ihtiyaca uygunluğun karar kriteri olarak ağırlığı artmaktadır.

Tablo 216. AYD Dönemlerine Göre Erkek Bakım Ürünleri İçin Satın Alma Kriterleri

		Erkek bakım ürünleri alırken etkili kriterler					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli çocuksuz	Sayı	28	61	44	1	44	178
	%	15,7	34,3	24,7	,6	24,7	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	63	181	204	6	184	638
	%	9,9	28,4	32,0	,9	28,8	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	52	150	193	6	181	582
	%	8,9	25,8	33,2	1,0	31,1	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	78	218	338	11	376	1021
	%	7,6	21,4	33,1	1,1	36,8	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	23	46	74	3	64	210
	%	11,0	21,9	35,2	1,4	30,5	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	1	3	12	1	22	39
	%	2,6	7,7	30,8	2,6	56,4	100,0
Toplam	Sayı	245	659	865	28	871	2668
	%	9,2	24,7	32,4	1,0	32,6	100,0

$$\chi^2= 59,034 \quad sd=20 \quad P= 0,001$$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile erkek bakım ürünlerinin satın alınmasında dikkate alınan kriterler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir (P=0,001). Aile yaşam döngüsünün tüm dönemlerinin genel so-

nucu dikkate alındığında, erkek bakım ürünlerinin satın alınmasında en çok yüksek oranda dikkate alınan kriterin ürünün kullanıma uygunluğunun (%32,4) ve fiyatının (%32,4) olduğu anlaşılmaktadır. Diğer tüm ürünlerde olduğu gibi inanca uygunluk kriteri burada da en düşük oranda tercih edilen kriter özeliğini temsil etmektedir(%1). Bu elbette ki bireylerin bir ürünün inanca uygunluğunu dikkate almadıklarıyla değil, inancın bu ürünlerin satın alınmasında kriter olamadığı veya kriter olarak görülmediği ile açıklanabilir. Gerçekte anlam ifade eden kriterler açısından dikkate alındığında ise ürünün markasının erkek bakım ürünlerinde en düşük oranda dikkate alınan kriter olduğu görülüyor (%9,2). Konu bağlamında aile yaşam döngüsü dönemleri dikkate alınacak olursa ürünün fiyatını en üst düzeyde satın alma kriteri olarak dikkate alanlar çocukları evden ayrılmış- eşler baş başa kalmışlar dönemine mensup bulunanlar olduğu (%35,2) anlaşılmaktadır. Markasını, erkek bakım ürününün satın alınmasında en yüksek oranda kriter olarak tercih edenler ise çocuksuz çiftlerin teşkil ettiği dönemdir (%15,7). Eşi ölmüş ve yalnız kalmış olanlar ise ürünün kullanıma uygunluğunu tüm aile yaşam döngüsü dönemleri içerisinde en üst düzeyde satın alma kriteri olarak dikkate alanlardır (%56,4).

Erkek bakım ürünleri satınalmada marka ve kalite kriterlerinin aile yaşam döngüsü dönemleri ilerledikçe karar içindeki ağırlığı azalmaktadır. Ancak çocuklarınkine benzer şekilde erkek giyim ürünlerinin markası ergenlik döneminde çocuğu olan ailelerde artış göstermektedir. Bu artış aynı dönemdeki ihtiyaca uygunluk kriterinin ağırlığını azaltmaktadır. Fiyatın zaman içinde karar kriteri olarak ağırlığı artmaktadır.

Tablo 217. AYD Dönemlerine Göre Kadın Bakım Ürünleri İçin Satın Alma Kriterleri

		Kadın bakım ürünleri alırken etkili kriterler					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli çocuksuz	Sayı	31	60	47	1	39	178
	%	17,4	33,7	26,4	,6	21,9	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağıda	Sayı	62	188	200	13	181	644
	%	9,6	29,2	31,1	2,0	28,1	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	53	158	193	7	181	592
	%	9,0	26,7	32,6	1,2	30,6	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	60	226	350	13	386	1035
	%	5,8	21,8	33,8	1,3	37,3	100,0
Çocuklar evden ayrılmış- eşler baş başa kalmışlar	Sayı	18	48	73	4	67	210
	%	8,6	22,9	34,8	1,9	31,9	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	1	7	19	1	29	57
	%	1,8	12,3	33,3	1,8	50,9	100,0
Toplam	Sayı	225	687	882	39	883	2716
	%	8,3	25,3	32,5	1,4	32,5	100,0

$$\chi^2=79,410 \quad sd=20 \quad P=0,001$$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile kadın bakım ürünlerinin satın alınmasında dikkate alınan kriterler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir (P=0,001). Kadın bakım ürünlerinin alınmasında dikkate alınan kriterlerle ilgili veriler gözden geçirildiğinde, aile yaşam döngüsünün tüm dönemlerinin genel sonuçları itibarıyla en yüksek oranda dikkate alınan kriterin ürünün ihtiyaca uygunluğu (%32,5) ve fiyatı olduğu gözlenmektedir. Kalitesi de dikkate alınan bir diğer önemli kriter olarak (%25,3) dikkat çekmektedir. Kadın bakım ürününün satın alınmasında ihtiyaca uygunluk kriterini en üst düzeyde (%50,9) dikkate alanların eşi ölmüş ve yalnız kalmış kişilerin oluşturduğu dönem mensupları olarak anlam kazanırken, ürünün fiyata uygunluğunu en üst düzeyde (%34,8) dikkate alanların da çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışların teşkil ettiği aile yaşam döngüsü dönemi mensupları olduğu tespit edilmektedir.

Temizlik ürünleri satınalmada marka ve kalite kriterlerinin aile yaşam döngüsü dönemleri ilerledikçe karar içindeki ağırlığı azalmaktadır. Fiyatın ve ihtiyaca uygunluğun karar kriteri olarak ağırlığı artmaktadır. Fiyatın karar kriterleri içindeki nispi önemi yüksek olmasına karşın dönemler ilerledikçe görülen artış yüksek değildir.

Tablo 218. AYD Dönemlerine Göre Oyuncak İçin Satın Alma Kriterleri

		Oyuncak alırken etkili kriterler					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli çocuksuz	Sayı	8	26	24	3	36	97
	%	8,2	26,8	24,7	3,1	37,1	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	16	137	278	7	202	640
	%	2,5	21,4	43,4	1,1	31,6	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	15	76	253	5	203	552
	%	2,7	13,8	45,8	,9	36,8	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	22	95	317	8	311	753
	%	2,9	12,6	42,1	1,1	41,3	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	5	24	46	3	70	148
	%	3,4	16,2	31,1	2,0	47,3	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	2	2	8	1	25	38
	%	5,3	5,3	21,1	2,6	65,8	100,0
Toplam	Sayı	68	360	926	27	847	2228
	%	3,1	16,2	41,6	1,2	38,0	100,0

$$\chi^2 = 81,175 \quad sd=20 \quad P=0,001$$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile çocuklar için oyuncak ürünlerinin satın alınmasında dikkate alınan kriterler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir (P=0,001). Aile yaşam döngüsünün tüm dönemlerinin genel sonucu dikkate alındığında oyuncak satın alınmasında en çok dikkate alınan kriterin

ürünün fiyatı (%41,6) ve ihtiyaca uygunluğu (%38) olduğu tespit edilmektedir. Ürünün kalitesi de (%16,2) dikkate alınan bir kriter olarak anlam kazanmaktadır. Ancak ürünün markasının oyuncaklarda son derece düşük oranda dikkate alınması ilginç ve önemli bir bulgudur. Hâlbuki yaygın olarak bilinen bir durumdur ki belirli standartlara sahip olmayan oyuncaklar kolaylıkla sağlık için riske dönüşebilmektedir. Bu standartlar ise genelde marka ürünlerde bulunmaktadır. Ancak anne ve babaların daha çok fiyatı önemsemeleri, sağlık konusunda kayda değer bir bilinç düzeyine sahip olunmadığı fikrini çağrıştırmaktadır. Aile yaşam döngüsünün dönemleri dikkate alındığında, oyuncağın fiyatının en yüksek düzeyde dikkate alındığı dönemin %45,8'lik oranla da en büyük çocuğu ilköğretim çağında dönemi mensuplarının olduğu anlaşılmaktadır. Oyuncağın ihtiyaca uygunluğunu en yüksek düzeyde önemseyenler ise %65,8'lik oranla tüm çocukları evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar dönemi mensuplarının olduğu tespit edilmektedir. Bunlar, kendi çocuklarına değil, yakınlarının, tanıdıklarının çocuklarına oyuncak alma durumunda bulduklarına göre, ihtiyaca uygunluk kriterini niçin en yüksek düzeyde önemsedikleri kolaylıkla anlaşılabilir. Oyuncağın kalitesini en yüksek düzeyde önemseyenler ise çocuksuz çiftlerdir (%26,8).

Oyuncak satınalmada marka önemsenen bir kriter değildir. Kalite de bir kriter olarak aile yaşam döngüsü dönemleri ilerledikçe karar içindeki ağırlığı azalmaktadır. Fiyatın önemi önce artmak sonra azalmaktadır. İhtiyaca uygunluğun karar kriteri olarak ağırlığı artmaktadır.

Tablo 219. AYD Dönemlerine Göre Beyaz Eşya Satın Alma Kriterleri

		Beyaz eşya alırken etkili kriterler					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli çocuksuz	Sayı	42	62	29	2	46	181
	%	23,2	34,3	16,0	1,1	25,4	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	122	161	157	8	199	647
	%	18,9	24,9	24,3	1,2	30,8	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	101	147	134	5	220	607
	%	16,6	24,2	22,1	,8	36,2	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	167	230	247	5	400	1049
	%	15,9	21,9	23,5	,5	38,1	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	39	54	48	3	78	222
	%	17,6	24,3	21,6	1,4	35,1	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	7	9	13	1	26	56
	%	12,5	16,1	23,2	1,8	46,4	100,0
Toplam	Sayı	478	663	628	24	969	2762
	%	17,3	24,0	22,7	,9	35,1	100,0

$$\chi^2 = 40,393 \quad sd=20 \quad P=0,004$$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile beyaz eşya ürünlerini satın alma kriterleri arasındaki ilişki incelendiğinde, iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu ($P<0,05$) tespit edilmiştir. Konu bağlamında yer alan veriler incelendiğinde, beyaz eşya ürünlerinin satın alınmasında belirleyici olan en önemli satın alma kriterinin ürünün ihtiyaca uygunluğu (%35,1) olduğu tespit edilmiştir. Ürünün kalitesi (%24) dikkate alınan ikinci önemli kriterdir. Burada ilginç olan durum, buraya kadar incelenenler dikkate alındığında ilk defa bir ürün grubunda ürünün ihtiyaca uygunluğunun ve kalitesinin, ürünün fiyatının önüne geçmesidir. Bu da beyaz eşyanın uzun süre kullanılmasının, kaliteyi ve ihtiyaca uygunluğu ön plana taşımaya neden olmasıyla açıklanabilir. Çünkü sırf fiyatının düşüklüğü nedeniyle alınan beyaz eşyanın uzun vadede ekonomik açıdan kaybettireceği bilinen bir konudur. Dönemler arası farklılaşmayı tespit etmek için dönemlere ait veriler gözden geçirildiğinde, dönemler arasında ürünün kalitesini en yüksek oranda satın alma kriteri olarak benimsemiş dönemin %34,3'lük oranıyla çocuksuz çiftlerin oluşturduğu aile yaşam döngüsü dönemi olduğu tespit edilmiştir. Ürünün ihtiyaca uygunluğunu en yüksek düzeyde önemseyenler ise daha çok eşi ölmüş ve yalnız kalmış kişilerin teşkil ettiği dönem (%46,4) mensupları olduğu anlaşılıyor. Ürünün markasının önemsenme oranı da yüksektir ve ürünün markasını en yüksek düzeyde önemseyenler %23,2'lik oranla çocuksuz çiftlerin oluşturduğu dönem mensuplarıdır.

Beyaz eşya satınalmada marka ve kalite kriterlerinin aile yaşam döngüsü dönemleri ilerledikçe karar içindeki ağırlığı azalmaktadır. Fiyatın ağırlığında zaman içinde önemlibir değişme görülmezken; ihtiyaca uygunluğun karar kriteri olarak ağırlığı artmaktadır.

Tablo 220.AYD Dönemlerine Göre Mobilya Satın Alma Kriterleri

		Mobilya alırken etkili kriterler					Toplam
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	
Yeni evli çocuksuz	Sayı	36	62	35	2	47	182
	%	19,8	34,1	19,2	1,1	25,8	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	77	182	157	5	222	643
	%	12,0	28,3	24,4	,8	34,5	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	74	167	145	4	215	605
	%	12,2	27,6	24,0	,7	35,5	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	99	265	268	4	409	1045
	%	9,5	25,4	25,6	,4	39,1	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	31	59	51	3	80	224
	%	13,8	26,3	22,8	1,3	35,7	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	3	13	14	1	25	56
	%	5,4	23,2	25,0	1,8	44,6	100,0
Toplam	Sayı	320	748	670	19	998	2755
	%	11,6	27,2	24,3	,7	36,2	100,0

$$\chi^2=39,702 \quad sd=20 \quad P= 0,003$$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile mobilya ürünlerini satın alma kriterleri arasındaki ilişki incelendiğinde, iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu ($P<0,05$) tespit edilmiştir. Konu bağlamında yer alan veriler incelendiğinde, mobilya ürünlerinin satın alınmasında belirleyici olan en önemli satın alma kriterinin ürünün ihtiyaca uygunluğu (%36,2) olduğu tespit edilmiştir. Ürünün kalitesi (%27,2) dikkate alınan ikinci önemli kriterdir. Dönemler arası farklılaşmayı tespit etmek için dönemlere ait veriler gözden geçirildiğinde, ürünün ihtiyaca uygunluğunu en yüksek düzeyde önemseyenler ise daha çok eşi ölmüş ve kişi yalnız kalmış (%44,6) dönemi mensupları olduğu anlaşılıyor. Ürünün markasının önemsenme oranı da yüksektir ve ürünün markasını en yüksek düzeyde önemseyenler %19,8'lik oranla çocuksuz çiftlerdir.

Mobilya satınalmada markanın ağırlığı azalırken ve bir karar kriteri olarak kalitenin aile yaşam döngüsü dönemleri ilerledikçe karar içindeki ağırlığında önemli bir değişim olmamaktadır. Fiyatın ağırlığında önemli bir değişim gözlenmezken ve ihtiyaca uygunluğun karar kriteri olarak ağırlığının arttığı görülmektedir.

Tablo 221. AYD Dönemlerine Göre Otomobil İçin Satın Alma Kriterleri

		Otomobil alırken etkili kriterler					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli çocuksuz	Sayı	43	37	36	2	50	168
	%	25,6	22,0	21,4	1,2	29,8	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	103	113	182	6	212	616
	%	16,7	18,3	29,5	1,0	34,4	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	118	103	154	4	198	577
	%	20,5	17,9	26,7	,7	34,3	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	181	149	274	4	380	988
	%	18,3	15,1	27,7	,4	38,5	100,0
Çocuklar evden ayrılmış- eşler baş başa kalmışlar	Sayı	40	37	55	3	77	212
	%	18,9	17,5	25,9	1,4	36,3	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	3	5	17	1	22	48
	%	6,3	10,4	35,4	2,1	45,8	100,0
Toplam	Sayı	488	444	718	20	939	2609
	%	18,7	17,0	27,5	,8	36,0	100,0

$P>0,05$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile otomobil satın alma kriterleri arasındaki ilişki incelendiğinde, iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmadığı ($P>0,05$) tespit edilmiştir. Ancak bu durum değişkenler arası ilişkileri yorumlamaya engel değildir. Aile yaşam döngüsünün tüm dönemleri açısından genel bir

incelemede bulunulduğunda, otomobil için en yüksek düzeyde satın alma kriterinin %36'lık oranla ihtiyaca uygunluğu olduğu tespit edilmiştir. Ürünün fiyatı da dikkate alınan ikinci düzeydeki önemli kriterdir (%27,5). Otomobilin markası ve kalitesi birbirlerine çok yakın oranlarda olmak üzere dikkate alınan satın alma kriterleridir. Otomobil için satın alma kriteri olarak en üst düzeyde ihtiyaca uygunluk kriterini dikkate alanlar %45,8'lik oranla eş ölmüş ve yalnız kalmışlar dönemi mensuplarıdır. Otomobilin fiyatını da en üst düzeyde satın alma kriteri olarak dikkate alanlar %35,4'lük oranla eş ölmüş ve yalnız kalmışlar dönemi mensuplarıdır. Otomobilin markasını (%25,6) ve kalitesini (%22) en üst düzeyde satın alma kriteri olarak dikkate alan dönem mensupları çocuksuz çiftlerdir.

Tablo 222. AYD Dönemlerine Göre Ev Satın Alma Kriterleri

		Ev alırken etkili kriterler					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli çocuksuz	Sayı	8	39	59	1	61	168
	%	4,8	23,2	35,1	,6	36,3	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	15	78	232	8	269	602
	%	2,5	13,0	38,5	1,3	44,7	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	12	91	208	6	261	578
	%	2,1	15,7	36,0	1,0	45,2	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	15	130	373	16	447	981
	%	1,5	13,3	38,0	1,6	45,6	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	4	33	77	7	89	210
	%	1,9	15,7	36,7	3,3	42,4	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	1	5	22	1	21	50
	%	2,0	10,0	44,0	2,0	42,0	100,0
Toplam	Sayı	55	376	971	39	1148	2589
	%	2,1	14,5	37,5	1,5	44,3	100,0

P> 0,05

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile ev satın alma kriterleri arasındaki ilişki incelendiğinde, iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunmadığı (P>0,05) tespit edilmiştir. Ancak tablo verileri yorumlaya değer bulunmuştur. Konu bağlamında verilerin yer aldığı tablo incelendiğinde, ev satın alınmasında belirleyici olan en önemli satın alma kriterinin ihtiyaca uygunluk (%44,3) olduğu tespit edilmiştir. Fiyat (%37,5) dikkate alınan ikinci önemli kriterdir. Dönemler arası farklılaşmayı tespit etmek için dönemlere ait veriler gözden geçirildiğinde, dönemler arasında ürünün ihtiyaca uygunluğunu en yüksek oranda satın alma kriteri olarak benimsemiş dönemin %45,6'lık oranıyla en büyük çocuk 14 yaş ve üstü olan olduğu görülmektedir. İhtiyaca uygunluk kriterini diğer dönemlere göre en düşük düzeyde

dikkate alan grup ise çocuksuz eşlerin oluşturduğu dönem mensuplarıdır (%36,3). Evin fiyatını diğer dönemlere göre en yüksek düzeyde dikkate alan grup eşi ölmüş ve yalnız kalmış kişilerin oluşturduğu dönem mensuplarıdır (%44).

Tablo 223.AYD Dönemlerine Göre Okul Dersane Seçim Kriterleri

		Okul/dershane seçerken etkili					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli çocuksuz	Sayı	4	41	28	2	30	105
	%	3,8	39,0	26,7	1,9	28,6	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağıda	Sayı	19	137	154	11	192	513
	%	3,7	26,7	30,0	2,1	37,4	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağıda	Sayı	19	206	176	7	189	597
	%	3,2	34,5	29,5	1,2	31,7	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	29	322	278	11	348	988
	%	2,9	32,6	28,1	1,1	35,2	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	3	32	49	2	66	152
	%	2,0	21,1	32,2	1,3	43,4	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	1	7	12	1	22	43
	%	2,3	16,3	27,9	2,3	51,2	100,0
Toplam	Sayı	75	745	697	34	847	2398
	%	3,1	31,1	29,1	1,4	35,3	100,0

$$\chi^2= 32,432 \quad sd=20 \quad P=0,039$$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile okul/dershane hizmetlerinin satın alınmasında dikkate alınan kriterler değişkenleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir ($P=0,001$). Okul/dershane hizmetlerinin satın alınmasında dikkate alınan kriterlerle ilgili veriler gözden geçirildiğinde, aile yaşam döngüsünün tüm dönemlerinin genel sonuçları itibarıyla en çok dikkate alınan kriterin hizmetin ihtiyaca uygunluğu kriteri (%35,3) olduğu gözleniyor. İkinci düzeyde dikkate alınan kriter hizmetin kalitesidir (%31,1). Hizmetin fiyatı da dikkate alınan bir diğer önemli kriter olarak (%29,1) dikkat çekiyor. Aile yaşam döngüsünün dönemleri dikkate alındığında, hizmetin fiyatının en yüksek düzeyde dikkate alındığı dönemin %31,1'lik oranla Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar döneminin olduğu gözleniyor. Bunların ifade ettikleri bu kriter daha çok bir temenniye dile getiriyor olmalıdır. Çocuğu öğrencilik döneminde olan aileler dikkate alınırsa, En büyük çocuk ilköğretim çağıda dönemi mensupları için okul/dershane hizmetini satın almak için dikkate alınan/alınması gereken en önemli kriter %34,5'lik oranla kalite, %31,7'lik oranla da ihtiyaca uygunluktur.

Eğitim hizmetleri satınalmada markanın ağırlığı bakımından önemli bir değişim görülmemektedir. Kalitenin bir kriter olarak aile yaşam döngüsü dönemleri ile

diğçe karar içindeki ağırlığı azalmaktadır. Fiyatta önemli bir değişiklik görülmezken ihtiyaca uygunluğun karar kriteri olarak ağırlığı artmaktadır.

Tablo 224.AYD Dönemlerine Göre Tatil İçin Satın Alma Kriterleri

		Tatil satın alırken etkili kriterler					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli çocuksuz	Sayı	4	41	73	6	48	172
	%	2,3	23,8	42,4	3,5	27,9	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	15	68	261	17	238	599
	%	2,5	11,4	43,6	2,8	39,7	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	7	65	246	11	233	562
	%	1,2	11,6	43,8	2,0	41,5	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	11	101	441	26	403	982
	%	1,1	10,3	44,9	2,6	41,0	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	5	25	92	8	83	213
	%	2,3	11,7	43,2	3,8	39,0	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	1	2	21	1	25	50
	%	2,0	4,0	42,0	2,0	50,0	100,0
Toplam	Sayı	43	302	1134	69	1030	2578
	%	1,7	11,7	44,0	2,7	40,0	100,0

$$\chi^2= 43,005 \quad sd=20 \quad P= 0,001$$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile tatil hizmetlerinin satın alınmasında dikkate alınan kriterler değişkenleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir (P=0,001). Tatil hizmetlerinin satın alınmasında dikkate alınan kriterlerle ilgili veriler gözden geçirildiğinde, aile yaşam döngüsünün tüm dönemlerinin genel sonuçları itibarıyla en çok dikkate alınan kriterin hizmetin fiyatı kriteri (%44) olduğu gözlenmektedir. İkinci düzeyde dikkate alınan kriter hizmetin ihtiyaca uygunluğudur (%40). Hizmetin kalitesi de dikkate alınan bir diğer kriter olarak (%11,7) dikkat çekmektedir. Belki bu hizmette inanca uygunluk kriteri söz konusu olabilir düşüncesiyle veriler gözden geçirildiğinde, tatil hizmeti satın alırken inanca uygunluk kriterinin genel anlamda dikkate alınma oranının %2,7 olduğu tespit ediliyor. İhtiyaca uygunluk kriterini en yüksek düzeyde dikkate alan dönem eşin ölümüyle yalnız kalma durumunun yaşandığı dönem mensupları olduğu görülüyor (%50). Kaliteyi en çok dikkate alanlar ise %23,8'lik oranla çocuksuz çiftlerdir.

Tablo 225.AYD Dönemlerine Göre İletişim Hizmetleri İçin Satın Alma Kriterleri

		İletişim hizmetleri satın alırken etkili olan kriterler					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli çocuksuz	Sayı	15	46	71	1	54	187
	%	8,0	24,6	38,0	,5	28,9	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	40	93	258	9	236	636
	%	6,3	14,6	40,6	1,4	37,1	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	31	82	266	6	219	604
	%	5,1	13,6	44,0	1,0	36,3	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	58	136	441	12	391	1038
	%	5,6	13,1	42,5	1,2	37,7	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	14	25	101	3	79	222
	%	6,3	11,3	45,5	1,4	35,6	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	1	4	23	1	31	60
	%	1,7	6,7	38,3	1,7	51,7	100,0
Toplam	Sayı	159	386	1160	32	1010	2747
	%	5,8	14,1	42,2	1,2	36,8	100,0

$$\chi^2= 34,522 \quad sd=20 \quad P=0,003$$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile iletişim hizmetlerinin satın alınmasında dikkate alınan kriterler değişkenleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir ($P=0,002$). Kadın bakım ürünlerinin alınmasında dikkate alınan kriterlerle ilgili veriler gözden geçirildiğinde, aile yaşam döngüsünün tüm dönemlerinin genel sonuçları itibarıyla en çok dikkate alınan kriterin hizmetin fiyatı kriteri (%42,2) olduğu gözleniyor. İkinci düzeyde dikkate alınan kriter ürünün ihtiyaca uygunluğudur (%36,8). Kalitesi de dikkate alınan bir diğer önemli kriter olarak (%14,1) dikkat çekiyor. İletişim hizmetlerinin satın alınmasında ihtiyaca uygunluk kriterini en üst düzeyde (%51,7) dikkate alanların eşi ölmüş ve yalnız kalmış kişilerin oluşturduğu dönem mensupları olarak anlam kazanıyor. Hizmetin fiyatını, aile yaşam döngüsünün diğer dönemlerine göre en yüksek oranda dikkate alanlar ise Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar (%45,5) dönemi mensuplarıdır. Hizmetin kalitesini, yine aile yaşam döngüsünün diğer dönemlerine göre en yüksek oranda dikkate alanlar ise çocuksuz çiftlerin yer aldığı dönemdir (%24,6).

Tablo 226.AYD Dönemlerine Göre Ev Tekstil Ürünleri İçin Satın Alma Kriterleri

		Ev tekstili ürünleri (perde, örtü vs.) alırken etkili kriterler					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli çocuksuz	Sayı	16	69	38	1	62	186
	%	8,6	37,1	20,4	,5	33,3	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	28	166	220	10	219	643
	%	4,4	25,8	34,2	1,6	34,1	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	27	141	211	3	224	606
	%	4,5	23,3	34,8	,5	37,0	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	37	242	353	8	399	1039
	%	3,6	23,3	34,0	,8	38,4	100,0
Çocuklar evden ayrılmış- eşler baş başa kalmışlar	Sayı	7	58	76	2	78	221
	%	3,2	26,2	34,4	,9	35,3	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	1	10	18	1	25	55
	%	1,8	18,2	32,7	1,8	45,5	100,0
Toplam	Sayı	116	686	916	25	1007	2750
	%	4,2	24,9	33,3	,9	36,6	100,0

$$\chi^2=44,218 \quad sd=20 \quad P=0,001$$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile ev tekstil ürünlerini satın alma kriterleri arasındaki ilişki incelendiğinde, iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunduğu ($P<0,05$) tespit edilmiştir. Konu bağlamında yer alan veriler incelendiğinde, ev tekstil ürünlerinin satın alınmasında belirleyici olan en önemli satın alma kriterinin ürünün ihtiyaca uygunluk (%36,6) olduğu tespit edilmiştir. Ürünün fiyatı (%33,3) dikkate alınan ikinci önemli kriterdir. Kalite de önemli bir kriter olarak (%24,9) anlam kazanmaktadır. Dönemler arası farklılaşmayı tespit etmek için, dönemlere ait veriler gözden geçirildiğinde, dönemler arasında ürünün kalitesini en yüksek oranda satın alma kriteri olarak benimsemiş dönemin %37,1’lik oranıyla çocuksuz çiftler olduğu tespit edilmiştir. Eşi ölmüş ve yalnız kalmış kişilerin teşkil ettiği aile yaşam döngüsü mensupları, ürünün kalitesini satın alma kriteri olarak benimsemede diğer dönem mensuplarına göre en düşük düzeye (%18,2) sahip oldukları anlaşılmaktadır. İhtiyaca uygunluk kriterine gelince, ürünün ihtiyaca uygunluğunu, aile yaşam döngüsünün diğer dönemlerine göre yüksek oranda kriter olarak benimseyenler %45,5’lik oranla eşi ölmüş ve yalnız kalmış kişilerin teşkil ettiği dönem mensuplarıdır.

Tablo 227.AYD Dönemlerine Göre Kültür, Sanat ve Eğlence Hizmetleri İçin Satın Alma Kriterleri

		Kültür, sanat ve eğlence hizmetleri alırken etkili kriterler					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli çocuksuz	Sayı	6	52	56	2	56	172
	%	3,5	30,2	32,6	1,2	32,6	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	10	81	256	20	230	597
	%	1,7	13,6	42,9	3,4	38,5	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	14	66	218	13	246	557
	%	2,5	11,8	39,1	2,3	44,2	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	23	123	379	23	395	943
	%	2,4	13,0	40,2	2,4	41,9	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler başa başa kalmışlar	Sayı	6	22	82	8	83	201
	%	3,0	10,9	40,8	4,0	41,3	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	1	3	16	1	28	49
	%	2,0	6,1	32,7	2,0	57,1	100,0
Toplam	Sayı	60	347	1007	67	1038	2519
	%	2,4	13,8	40,0	2,7	41,2	100,0

$$\chi^2= 58,678 \quad sd=20 \quad P= 0,001$$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile kültür, sanat ve eğlence hizmetlerini satın alma kriterleri arasındaki ilişki incelendiğinde, iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu ($P=0,001$) tespit edilmiştir. Konu bağlamında yer alan veriler incelendiğinde, kültür, sanat ve eğlence hizmetlerini satın alınmasında belirleyici olan en önemli satın alma kriterinin ürünün ihtiyaca uygunluk (%41,2) olduğu tespit edilmiştir. Ürünün fiyatı (%40) dikkate alınan ikinci önemli kriterdir. Kalite de önemli bir kriter olarak (%13,8) anlam kazanmaktadır. Dönemler arası farklılaşmayı tespit etmek için, dönemlere ait veriler gözden geçirildiğinde, dönemler arasında ürünün kalitesini en yüksek oranda satın alma kriteri olarak benimsemiş dönemin %30,2'lik oranıyla çocuksuz çiftler olduğu tespit edilmiştir. Eşi ölmüş ve yalnız kalmış kişilerin teşkil ettiği aile yaşam döngüsü mensupları, ürünün kalitesini satın alma kriteri olarak benimsemeye diğer dönem mensuplarına göre en düşük düzeye (%6,1) sahip oldukları anlaşılmaktadır. İhtiyaca uygunluk kriterine gelince, ürünün ihtiyaca uygunluğunu, aile yaşam döngüsünün diğer dönemlerine göre yüksek oranda kriter olarak benimseyenler %57,1'lik oranla eşi ölmüş ve yalnız kalmış kişilerin teşkil ettiği dönem mensuplarıdır.

Tablo 228.AYD Dönemlerine Göre Gazete ve Dergi İçin Satın Alma Kriterleri

		Gazete, dergi alırken etkili kriterler					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli çocuksuz	Sayı	36	46	38	3	50	173
	%	20,8	26,6	22,0	1,7	28,9	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	72	100	195	19	211	597
	%	12,1	16,8	32,7	3,2	35,3	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	62	81	176	22	225	566
	%	11,0	14,3	31,1	3,9	39,8	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	141	156	295	35	359	986
	%	14,3	15,8	29,9	3,5	36,4	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	26	30	68	8	78	210
	%	12,4	14,3	32,4	3,8	37,1	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	4	7	15	1	28	55
	%	7,3	12,7	27,3	1,8	50,9	100,0
Toplam	Sayı	341	420	787	88	951	2587
	%	13,2	16,2	30,4	3,4	36,8	100,0

$$\chi^2=42,430 \quad sd=20 \quad P= 0,001$$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile gazete ve dergi satın alma kriterleri arasındaki ilişki incelendiğinde, iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve görece güçlü bir ilişki bulunduğu ($P=0,001$) tespit edilmiştir. Konu bağlamında yer alan veriler incelendiğinde, gazete ve dergi alınmasında belirleyici olan en önemli satın alma kriterinin ürünün ihtiyaca uygunluk (%36,8) olduğu tespit edilmiştir. Ürünün fiyatı (%30,4) dikkate alınan ikinci önemli kriterdir. Kalite de önemli bir kriter olarak (%16,2) anlam kazanmaktadır. Dönemler arası farklılaşmayı tespit etmek için, dönemlere ait veriler gözden geçirildiğinde, dönemler arasında ürünün kalitesini en yüksek oranda satın alma kriteri olarak benimsemiş dönemin %26,6'lık oranıyla çocuksuz çiftler olduğu tespit edilmiştir. İhtiyaca uygunluk kriterine gelince, ürünün ihtiyaca uygunluğunu, aile yaşam döngüsünün diğer dönemlerine göre yüksek oranda kriter olarak benimseyenler %50,9'luk oranla eş ölmüş ve yalnız kalmış kişilerin teşkil ettiği dönem mensuplarıdır.

Tablo 229.AYD Dönemlerine Göre Takı/Mücevher İçin Satın Alma Kriterleri

		Takı mücevher alırken etkili kriterler					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli çocuksuz	Sayı	15	44	58	2	55	174
	%	8,6	25,3	33,3	1,1	31,6	100,0
En büyük çocuk okul öncesi çağda	Sayı	24	111	249	11	223	618
	%	3,9	18,0	40,3	1,8	36,1	100,0
En büyük çocuk ilköğretim çağında	Sayı	21	80	238	5	228	572
	%	3,7	14,0	41,6	,9	39,9	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	19	150	378	15	417	979
	%	1,9	15,3	38,6	1,5	42,6	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	5	27	91	3	80	206
	%	2,4	13,1	44,2	1,5	38,8	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	2	5	20	2	26	55
	%	3,6	9,1	36,4	3,6	47,3	100,0
Toplam	Sayı	86	417	1034	38	1029	2604
	%	3,3	16,0	39,7	1,5	39,5	100,0

$$\chi^2= 52,440 \quad sd=20 \quad P=0,001$$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile takı/mücevher satın alma kriterleri arasındaki ilişki incelendiğinde, iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu ($P=0,001$) tespit edilmiştir. Konu bağlamında yer alan veriler incelendiğinde, takı/mücevher alınmasında belirleyici olan en önemli satın alma kriterinin ürünün ihtiyaca uygunluk (%39,5) olduğu tespit edilmiştir. Ürünün fiyatı (%39,7) dikkate alınan ikinci önemli kriterdir. Kalite de önemli bir kriter olarak (%16) anlam kazanmaktadır. Dönemler arası farklılaşmayı tespit etmek için, dönemlere ait veriler gözden geçirildiğinde, dönemler arasında ürünün kalitesini en yüksek oranda satın alma kriteri olarak benimsemiş dönemin %25,3'lük oranıyla çocuksuz çiftler olduğu tespit edilmiştir. Eşi ölmüş ve yalnız kalmış kişilerin teşkil ettiği aile yaşam döngüsü mensupları, ürünün kalitesini satın alma kriteri olarak benimsemede diğer dönem mensuplarına göre en düşük düzeye (%9,1) sahip oldukları anlaşılmaktadır. Ürünün fiyatını, aile yaşam döngüsünün diğer dönemlerine göre yüksek oranda kriter olarak benimseyenler %44,2'lik oranla Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar dönemine mensup olanlardır.

Tablo 230.AYD Dönemlerine Göre Elektronik Ürünler İçin Satın Alma Kriterleri

		Elektronik ürünler (bilgisayar, telefon vs.) alırken etkili kriterler					
		Marka	Kalite	Fiyat	İnanca uygunluk	İhtiyaca uygunluk	Toplam
Yeni evli ocuksuz	Sayı	44	56	36	1	54	191
	%	23,0	29,3	18,8	,5	28,3	100,0
En büyük ocuk okul öncesi ağda	Sayı	93	154	199	7	198	651
	%	14,3	23,7	30,6	1,1	30,4	100,0
En büyük ocuk ilköğretim ağında	Sayı	92	123	185	4	220	624
	%	14,7	19,7	29,6	,6	35,3	100,0
Yetişkin çocuklu aile	Sayı	145	196	320	11	397	1069
	%	13,6	18,3	29,9	1,0	37,1	100,0
Çocuklar evden ayrılmış-eşler baş başa kalmışlar	Sayı	29	37	70	3	79	218
	%	13,3	17,0	32,1	1,4	36,2	100,0
Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış	Sayı	1	5	20	1	29	56
	%	1,8	8,9	35,7	1,8	51,8	100,0
Toplam	Sayı	404	571	830	27	977	2809
	%	14,4	20,3	29,5	1,0	34,8	100,0

$$\chi^2= 58,290 \text{ sd}=20 \text{ P}=0,001$$

Aile yaşam döngüsü dönemleri ile elektronik ürünler için satın alma kriterleri arasındaki ilişki incelendiğinde, iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu ($P=0,001$) tespit edilmiştir. Konu bağlamında yer alan veriler incelendiğinde, elektronik ürünlerin alınmasında belirleyici olan en önemli satın alma kriterinin ürünün ihtiyaca uygunluk (%34,8) olduğu tespit edilmiştir. Ürünün fiyatı (%29,5) dikkate alınan ikinci önemli kriterdir. Kalite de önemli bir kriter olarak (%20,3) anlam kazanmaktadır. Dönemler arası farklılaşmayı tespit etmek için, dönemlere ait veriler gözden geçirildiğinde, dönemler arasında ürünün kalitesini en yüksek oranda satın alma kriteri olarak benimsemiş dönemin %29,3'lük oranıyla çocuksuz çiftler olduğu tespit edilmiştir. Eşi ölmüş ve yalnız kalmış kişilerin teşkil ettiği aile yaşam döngüsü mensupları, ürünün kalitesini satın alma kriteri olarak benimsemeye diğer dönem mensuplarına göre en düşük düzeye (%8,9) sahip oldukları anlaşılmaktadır. Ürünün fiyatını, aile yaşam döngüsünün diğer dönemlerine göre yüksek oranda kriter olarak benimseyenler %35,7'lik oranla Eşi ölmüş ve kişi yalnız kalmış dönemine mensup olanlardır. İhtiyaca uygunluk kriterine gelince, ürünün ihtiyaca uygunluğunu, aile yaşam döngüsünün diğer dönemlerine göre yüksek oranda kriter olarak benimseyenler %51,8'lik oranla Eşi ölmüş ve kişi yalnız kalmış kişilerin teşkil ettiği dönem mensuplarıdır.

Elektronik ürünler satınalmada marka ve kalite kriterlerinin aile yaşam döngüsü dönemleri ilerledikçe karar içindeki ağırlığı azalmaktadır. Fiyatın ve ihtiyaca uygunluğun karar kriteri olarak ağırlığı artmaktadır. İhtiyaca uygunluk kriterindeki artış daha belirgindir.

6. BÖLÜM

SONUÇLAR VE ÖNERİLER



SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Aileyi çalışma konusu olan ele alan sosyoloji, psikoloji, antropoloji, kültürel çalışmalar, eğitim bilimleri, iletişim, ekonomi gibi çok sayıdaki bilim dalı yanında, pazarlama bilim dalı açısından da aile, gerek tüketici davranışlarının analizi ve gerekse pazarlama stratejilerinin oluşturulması bakımından önemli bir çalışma konusudur. Bilim dalının yaklaşımı ve çalışma konusu özelinde ailenin tanımlanmasının farklılaşması yanında, ailenin ölçeklendirilmesi konusu da farklılaşabilmektedir. Ailenin ölçeklendirilmesi ve ölçümüne yönelik geliştirilen ve tüketici davranışları ile pazarlama açısından önemi giderek artan aile yaşam döngüsü ve buna ilişkin aile yaşam dönemlerinin ortaya çıkarılması ve temel değişkenler itibariyle analiz edilmesi kaçınılmaz hale gelmektedir.

Bu çalışmada da özellikle Türkiye’de bu kapsamda ilk kez çalışma konusu yapılan aile yaşam döngüsü ve dönemleri, evliliğin yaşı, aile kurucularının yaşları, özellikleri, evlenme biçimi, çocukların sayısı, yaşları, eğitim ve evlenmeleri, evden ayrılmaları gibi aile yaşam döngüsünün temel değişkenlerinin ayrıntılı analizi yanında, aile yaşam döngüsünün dönemleri itibariyle tüketim alışkanlıkları ile alışkanlıklarındaki değişim de analiz konusu yapılmıştır. Böyle bir konuda Türkiye’de daha önce bir çalışmanın bulunmaması nedeniyle, öncelikle belirleyici ve yön verici ipuçlarını elde etmeye yönelik olarak nitel bir araştırma yapılmıştır. Bu çalışma sonucunda elde edilen önemli ipuçlarından hareketle sonuçların genellenebilirliğine katkı amacıyla, temsil yeteneği yüksek bir örneklemden toplanan verilere dayalı nicel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma, ağırlıklı olarak mülakat verilerinin ve kısmen gözlemlerin içerik analizi yoluyla analizini içermektedir.

Mülakatlardan Elde Edilen Sonuçlar

Mülakatlardan elde edilen bilgilerin yorumlanması sonucu şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Aile Yaşam Döngüsü ölçeği Türkiye için 6 dönemden oluşmaktadır. Bunlar; 1-Yeni evli çocuksuz aile, 2-En büyük çocuğu okul öncesi çağda olan aile, 3-En büyük çocuğu ilköğretim çağında olan aile, 4- Yetişkin çocuklu aile, 5-Eşlerin çocukları evden gönderdikten sonra başlayan baş başa kalma yılları, 6-Kurucu aile üyelerinden birisinin hayatta kaldığı dönemlerdir.

Belirlenen 6 dönemin süreleri kesin olarak belli olmamıştır. Bu dönemlerin uzunluklarının belirlenmesi sayısal veriler gerektirmektedir.

Ancak mülakatlara dayalı olarak aşağıdaki gibi bir dönemleme yapmak mümkündür:

- Çocuksuz aile dönemi 1-4 yıl arasında değişebilmektedir.
- En büyük çocuğun okul öncesi çağda olduğu dönem ilk çocuğun doğumuna bağlı olarak ailenin kuruluşunun ikinci yılı ile onuncu yılı arasında sürmektedir.
- Bundan sonra başlayan en büyük çocuğun ilköğretim çağında olduğu yıllar ailenin kuruluşunun yedinci yılı ile onyedinci yılı arasında sürebilmektedir.
- Yetişkin çocuklu aileler dönemi diğer dönemlere kıyasla daha uzun bir dönemdir. İlk çocuğu 13-14 yaşına girdiği dönemden başlayarak son çocuğunda evden ayrılmasına kadar devam etmektedir. Bu dönem çocuk sayısına çocuklar arasındaki yaş farklarına bağlı olarak değişebilmektedir. Bu dönemi yaşayan aileler arasında 30 yaşından büyük olmasına rağmen ailesiyle birlikte yaşayan ve anne baba tarafından “çocuk” olarak değerlendirilen kişilerin olduğu aileler sıradan bir durum olarak sayılacak kadar bulunmaktadır.
- Son çocuğun da evden ayrılmasıyla baş başa kalma yılları başlamaktadır. Bu dönem ise aile kurucularından birisinin ölmesiyle son bulmaktadır. Bu dönemin uzunluğu hakkında bir şey söylemek zordur.
- Ancak baş başa kalan ailelerin 1 yıl sonra ya da 20 yıl sonra kuruculardan birisinin ölümü ile yalnız kalma yıllarına geçmesi mümkündür.
- Yalnız kalma yıllarında da aynı şekilde nicel veri olmadan süre tahmini yapmak zordur. Ancak katılımcıların ifadelerinden ve gözlemlerden yola çıkarak bu dönemin 1-15 yıl arasında sürelerde değiştiği söylenebilir. Elbette erken yaşta eşini kaybetmişler için ya da ortalama yaştan daha uzun yaşayanlar için bu süre daha uzun olabilecektir.

Yeni evli çocuksuz dönemde ailelerin tüketim davranışları ile ilgili olarak mülakatlardan hareketle ulaşılan sonuçlar evlilik öncesine göre önemli farklılıklar olmadığı yönünde bir algı oluşturmaktadır.

Okul öncesi çağda çocuğu ailelerin tüketim davranışları için şunlar söylenebi-

lir: Çocuk aile içine girdiğinde ebeveyn yedikleri içtikleri gıdaların sağlıklı olmasına daha çok dikkat etmeye başlamaktadır. Ayrıca temizlik ürünlerinde de sağlık ön plana çıkmaktadır. Her türlü kararda çocuk devreye girerek varlığıyla etkili olmaya başlamaktadır. Kadının giyim tarzı anne olduktan sonra spordan klasik olana doğru değişim göstermektedir. Evlilik öncesi markayı önemseyen bireyler aile olduktan sonra marka konusunu geri plana itmektedirler. Ailenin ihtiyaçları bireysel isteklerin önüne geçmektedir. Ebeveynin tüketim alışkanlıkları ve tarzları zaman ilerledikçe birbirine benzemektedir. Hatta bu durum ileri dönemlerde birbirinin yerine karar vermeye kadar gidebilmektedir.

Okul çağında da ailenin hayatı çocuğa endeksli olarak sürdürülmektedir. Ev seçiminden, aile bütçesinin oluşturulmasına kadar, pek çok konuda çocuk dikkate alınmaktadır.

Yetişkin çocuklu aileler dönemi oldukça uzun sayılabilecek bir dönemi kapsamaktadır. Bu dönem içinde çocukların eğitimi sonlandırılmakta, meslek edinmesi sağlanmakta ve evlendirilmektedir. Eğitim harcamaları, evlilik harcamaları (nişan, düğün vs.) yetişkin çocuğu olan ailelerin yaptığı harcamalardır. Ancak dönem uzun olduğu için bu harcamaların sürekli olanları bile dönem bitmeden sona ermektedir. Yetişkin çocukları olan ebeveyn kendilerine kıyasla daha ileri yaşlarda evlenen yetişkin çocuklara sahip olmaktadır. Bu çocukların yaşının 30 yaşının üzerine çıkması durumu anormal karşılanan bir durum değildir. Başka bir ifadeyle evden ayrılma yaşı 30'lu yaşlara kadar devam etmektedir. Ayrıca evlilikle ilgili kararların alınmasında ya da uygulanmasında geleneklerin etkisi giderek azalmaktadır. Örneğin nişanlılık süresi azalmaktadır. Yetişkin çocuğu olan ailelerde tüketim sembolik olanların (marka, prestij, nişan hediyeleri vs.) ağırlık kazandığı görülmektedir. Bu dönemdeki aileler yeni bir ailenin kurulması için gerekli eşyayı çocukları için satın almaktadırlar.

Baş başa kalma yıllarında sağlık konusu önemli hale gelirken; emeklilik boş vaktin armasına neden olmakta, dolayısıyla yeni hobiler, dine yönelme, torunlara düşkünlük bu dönemde belirginleşmektedir. Ebeveynlerin çoğu bu döneme hazırlıksız yakalanmakta ve nasıl vakit geçireceklerini bilmemektedirler.

Yalnız kalma yıllarında hayata karşı isteksizlik, sağlık kaybı ve ölüme yakın olma düşüncesi kararlarında etkili olabilmektedir. Bu noktadan hareket eden yaşlılar bazen atalete sürüklenirken bazen de öteki dünyaya yönelik hazırlıklarda daha çok gayret sarf edebilmektedir.

Nicel Araştırma Sonuçları

Aile özellikleriyle ilgili olarak bulunan sonuçlar:

Nicel araştırma sonuçları da Türkiye için Aile Yaşam Döngüsü'nün nitel araştırma sonuçlarını destekler nitelikte olduğunu göstermiştir. Buna göre, Türkiye'de aile

yaşam döngüsünün altı dönemi bulunmaktadır. Türkiye’de aile yaşam döngüsünün altıncı aşamasındaki babaların evlenme yaşı ortalaması 22,21, annelerin ise 19,22 olarak bulunmuştur. Aile yaşam döngüsünün ilk aşamasındaki babanın evlilik yaşı ortalaması 25,93, annenin ise 23,24 olarak ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlara göre, evlilik yaşlarında baba ile anne arasında yaklaşık 3 yıllık bir yaş farkı olduğunu, ilerleyen dönemler bakımından bu yaş farkının yaklaşık olarak 0,7 yaş arttığı söylenebilir. Öte yandan ailenin bu altı dönemlik süreci boyunca mevcut durum itibariyle evlilik sonrası ortalama 55 yıllık bir sürenin bulunduğu anlaşılmıştır. Bu süre, aile yaşam döngüsü dönemleri için sırasıyla 2,5 yıl , 6,5 yıl , 8 yıl , 15 yıl , 15 yıl ve 8 yıllık ortalama süreleri kapsamaktadır. Aile yaşam döngüsünün ilerleyen aşamalarında bu sürelerde değişim olduğu görülmüştür. Her iki sonuç birlikte değerlendirildiğinde Türkiye açısından;

- Evlilik yaşının artacağı,
 - Erkek ile kadın arasındaki evlenme yaş farkının az da olsa artacağı,
 - Evli çocuksuz dönemin süre olarak uzayacağı,
- söylenebilir.

Araştırmada araştırmacıların beklentilerinden farklı olarak ilk çocuğun doğduğu yıl esas alınarak her dönem için ayrı ayrı hesaplanan aile yaşı ortalaması yeni evli çocuksuzlarda en düşükken yalnız kalmışların ilk çocuklarına doğru artan bir ortalamaya sahiptir. Başka bir ifadeyle eski evliliklerde ilk çocuğa sahip olma aile olarak daha geç iken gittikçe daha erken yaşta aileler çocuk sahibi olmaktadır. Bu durumun açıklaması bulgular kısmında eskiden çocuğu olmayanların çok uzun süre çocuksuz kalmaları nedeniyle ortalamayı yükselttikleri biçiminde yapılmıştır. Ancak bu durumun teyidi için bu konuya özel bir araştırmanın yapılması gereklidir.

Evlenme biçimi bakımından aile yaşam dönemlerinin birbirinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Buna göre evlilik eskidikçe “kendileri tanışarak ve ailelerinin onayıyla” evlenenlerin oranı azalmaktadır. Bun yerine aile yaşı düştükçe aile kararıyla “görüşü alınmadan ailelerinin kararıyla evlenenler” ile görüş alınarak ve aile kararıyla evlenenlerin oranlarında azalma görülmektedir. Kısacası yeni evliliklerde kurucular aile kararından daha bağımsız hareket etmektedirler.

Aileyi oluşturan evli çiftlerin eğitim düzeylerinin hemen her dönem için birbirine oldukça denk olduğu anlaşılmıştır. Öte yandan, aile yaşam dönemlerinin ilk dönemlerine doğru hem annenin hem de babanın eğitim düzeylerinde belirgin bir yükselme olduğu da ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, Türkiye’de genel eğitim düzeyinin artmasıyla da paraleldir.

Evli çiftlerin meslekleri itibariyle, erkekler açısından genel bir çeşitlilik göze çarparken, annelerin meslekleri bakımından aile yaşam döngüsünün ilk dönemlerine doğru ev hanımı oransal olarak azalmaktadır. Bu sonuç ise, Türkiye’de son yıllarda çalışan nüfus içinde kadın sayısının artmasıyla açıklanabilir.

Evlenme biçimlerinde aile yaşam döngüsüne bağlı olarak evlenen kişilerin kişisel tercih ve görüşleri her geçen gün artmaktadır. Ancak her şeye rağmen Türkiye’de evlenecek kişilerin ailelerin görüşleri ve onayı hala önemli görülmektedir.

Evlenen kişilerin kendilerini nasıl tanımladıkları bakımından araştırma sonuçları, aile yaşam döngüsünün ilk aşamalarında daha sosyal demokrat ve liberal görüşlerin, ilerleyen dönemlerinde ise muhafazakâr ve milliyetçi tanımlamaların nispi olarak daha ağır bastığını desteklemektedir.

Tüketim kalıplarıyla ilgili ulaşılan sonuçlar:

Aile yaşı düşük olan ailelerin (yeni evli çocuksuz evli ve sırasıyla diğerleri) aile yaşı ileri yaştaki ailelerden daha yüksek ortalamaya sahip oldukları görülmüştür. Aile yaşı büyüdükçe ailenin sahip olduğu ortalama gelir azalmaktadır. Gelir ortalamalarının miktarları bulgular kısmındaki grafikte yer almaktadır. Yaşam dönemleri fark etmeksizin tüm aileler borçlu bulunmaktadır. Hemen tüm aileler gelirlerinin 5-6 katı kadar bir borç içindedirler. Borç alma kaynağı olarak aile yaşı düşük olanlar bankaları ağırlıklı tercih ederlerken aile yaşı ilerledikçe bankaya borçlanma tercihi oransal olarak azalırken, arkadaşlar ve akrabalara borçlanma artış göstermektedir. Bankaya benzer şekilde aile büyüklerien borçlanma da ailenin ilerleyen yaşlarında azalan oranlar göstermektedir.(Ailenin ileri yaşlarındaki kurucuların aile büyüklerinin hayatta olması ihtimalinin de azaldığı hatırlanmalıdır)

Konut edinmek için yapılan harcamalar ilk dönemi izleyen ikinci üçüncü ve dördüncü dönemde çok önemli miktarlara ulaşmaktadır. Yeni evli çiftler kirada oturmaya başlamaktadırlar. Oransal olarak ailenin yaşı ilerledikçe kendi evinde oturanların oranı artarken kirada oturma oranı azalmaktadır. İlk çocuğun ilköğretim çağında olduğu dönemden itibaren ailelerin yarısından fazlası kendi evlerinde oturmaktadır. Aile yaşının ilerlediği dönemlerde ödenen kira da ilk dönemlerde ödenen kiralara kıyasla daha azdır. İlk dönemlerde ödenen kira miktarının da yüksek olduğu görülmüştür. Ancak tüm aileler oturdukları evin kira değerinin ödenen kireden daha yüksek olduğunu belirtmektedirler. İlk dönemlerde ödenen yakıt giderleri de diğer dönemlerden yüksek bir ortalamaya sahiptir.

Aile yaşam dönelerinin ilerleyen dönemlerinde günlük gazete almayanların oranları belirgin biçimde artmaktadır. Aynı ifadeyi tersten söylemek gerekirse aile yaşam dönemlerinin ilk evrelerinde bulunan ailelerin düzenli gazete alma ve okuma oranları nispeten yüksektir. Ancak bu durum ailenin yaşına bağlı olarak azalan bir seyir izlemektedir.

Dışarıda yemek yeme bakımından ailenin yaşı ilerledikçe dışarıda yemek yeme oranı azalmaktadır. Aile yaşam döngüsünün ilk dönemlerinde en yüksek oranda olan dışarıda yemek sıklığı ilerleyen dönemlerde azalmaktadır.

Gıda satın alma bakımından yalnız kalmış kişilerin tüketim harcamalarının diğerlerinin hepsinden farklı olduğu görülmüştür. Bu durum bir ölçüde ailedeki kişi sayısı ile da ilgilidir.

Kadın giyim harcamaları bakımından ilk iki aile yaşam dönemindeki ortalama harcamalar diğer tüm dönemlerden yüksektir. Diğer dört dönemde kadın giyimi için hesaplanan ortalama harcama miktarı birbirinden farklı değildir. Benzer şekilde ilk iki aile yaşam dönemindeki ailelerin erkek giyim harcamaları da diğer dört dönemden farklıdır. Diğer dört dönemde ise benzer miktarlarda harcama yapılmaktadır.

Eğitim giderleri bakımından ailenin yetişkin çocuklarının olduğu dönem diğer dönemlere kıyasla çok daha büyük eğitim harcamasına sahiptir. Diğer dönemlerdeki değişiklikler dönemler arasında fark oluşturacak kadar büyük değildir.

İletişim harcamaları bakımından çok farklı bir davranış söz konusudur. Öyle ki hiçbir dönemin harcaması diğer bir döneme benzememektedir. Her dönem en az iki dönemden farklı bir iletişim harcaması ortalamasına sahiptir. Bu durum iletişim hizmetleri veren şirketlerin uygulamalarının farklı sonuçlar doğurmuş olması şeklinde açıklanabilir. Genel olarak aile yaşam döneminin ilk evrelerindeki ailelerin iletişim harcamalarının sonraki dönemlere kıyasla yüksek olduğu ifade edilebilir. Ya da aile yaşam dönemleri ilerledikçe iletişim harcamaları azalmaktadır şeklinde de söylenebilir.

Ulaşım giderleri bakımından eşlerin baş başa kaldığı dönemle eşlerden birinin yalnız kaldığı dönemde belirgin derecede düşmektedir. En yüksek ulaşım giderlerine yeni evli ve çocuksuz aileler sahiptir. Ancak bu dönemde yapılan ortalama ulaşım harcamaları ile bu dönemi izleyen üç dönemdeki ulaşım harcamaları arasındaki fark önemsiz derecededir.

Sağlık harcamaları, hediyeler için yapılan harcamalar, eğlence kültür saat faaliyetlerine yapılan harcamalar, beyaz eşyalar için yapılan ortalama harcamalar, bakım için yapılan harcamalar, otomobil sahibi olmak için yapılan ödemeler bakımından aile yaşam dönemleri arasında ciddi farklılıklar yoktur.

Zorunlu tüketim olarak adlandırılacak elektrik, su gaz gibi harcamalar bakımından da son dönemin ortalama harcamaları diğer beş dönemden düşüktür. İlk beş dönemde bu giderler benzer büyüklüktedir.

Alkollü içecekler için yapılan harcamalar aile yaşam dönemlerinin her birisi için ortalama hesaplandığında aradaki rakamların farklı olduğu görülmektedir. Ancak bu farklılık istatistiksel olarak anlamlı değildir. Bu durumda alkollü içecekler için yapılan farklı miktarlardaki harcamaların aile yaşam döngüsü dönemleriyle değil, başka değişkenlerle ilgili olduğu söylenebilir.

Sigara harcamaları bakımından aile yaşam dönemleri arasında önemli farklılıklar vardır. Grafiksel gösterimde izlendiği zaman sigara harcamalarının aile yaşam dönemlerinin ilerleyen evrelerinde azalma eğilimi gösterdiği görülmektedir.

Kişisel bakım ürünleri için yapılan harcamalar da aile yaşam dönemleri ilerledikçe azalmaktadır. Özellikle ilk iki dönemde yapılan ortalama kişisel bakım harcamaları diğer dört dönemdekenden önemli derecede yüksektir. Diğer dört dönem de kendi içinde aile yaşı ilerledikçe azalan ortalamalara sahip olmalarına rağmen aradaki farklar istatistiksel olarak önemli farklar değildir.

Çocukların ilköğretim çağında ve yetişkin olduğu iki dönemde yapılan harcamalar birbirinden farklıdır. İlköğretim çağındaki çocukların olduğu dönemde yapılan oyuncak harcamaları, yetişkin çocuklu dönemde belirgin bir şekilde azalmaktadır.

Aile yaşam döngüsü boyunca her döneme ilişkin ilgi ve aktiviteler değişebilmekte, aile olma öncesine ilişkin bireysel karar ve faaliyetler yerini birlikte faaliyet ve kararlara bırakmaktadır. Çocuğun aileye katılmasıyla ise, daha da disiplinli hale gelen ilişkiler devreye girmektedir. Çocuğun gelişimi, eğitimi ve topluma hazırlanmasına ilişkin ilgi ve tutumlar daha fazla güçlenmektedir.

Aile yaşam döngüsünün farklı dönemlerinde, ailenin ilgi konularında az da olsa farklılıklar ortaya çıkmakta, işsizlik, sağlık ve eğitim gibi konular aile yaşam döngüsünün farklı dönemlerinde önemsiz ağırlıkları değişen ama ortak konular olarak görülmektedir.

Aile yaşam döngüsünün farklı dönemlerinde boş zamanın değerlendirilmesinde, oransal ağırlığı değişmekle birlikte, televizyon izleme ilk sırada yer almaktadır. Bunu aile yaşam döngüsünün ilk dönemlerinde alışveriş yapma, akrabaları ziyaret ederken, ilerleyen dönemlerde, sohbet etme, akrabaları ziyaret gibi hususlar izlemektedir.

Televizyon izlemede haberler yine ilk sırada iken, ikinci sırada ise hemen her dönemde yerli diziler yer almaktadır. Çocukların küçük olduğu dönemlerde televizyon izlemede alışkanlıklarında küçük değişimler de gözlenmektedir. Yerli dizilerin son yıllardaki baskın eğilimi bu çalışma sonucunda desteklenmiş olup, bu konunun ayrı ve detaylı bir başka araştırma konusu olarak çalışılması ayrıca düşünülmelidir. Televizyon izlemenin boş zamanları değerlendirmede baskın bir aktivite olarak çıkmış olmasında, borçluluk oranının yüksek olması yanında, boş zamanları değerlendirme alışkanlıklarında kolayca kaçma eğilimi olarak televizyona yönelme de etkili olmuş olabilir.

Aile yaşam döngüsünün farklı dönemleri için, belli başlı beslenme alışkanlıklarında da bariz olmasa bile küçük oynamalar gözlenmektedir. Et ile beslenme alışkanlığı yüksek olan Türk tüketicisi bağlamında hemen her dönemde et tüketimi nispi olarak yüksek olmakla beraber, çocuğun aileye katılımı ve yalnız kalma yıllarına ilişkin dönemlerde meyve ve sebze ile süt tüketimlerinde de belirli farklılaşmalar olduğu anlaşılmaktadır.

Belli başlı tüketim başlıklarında yine aile yaşam döngüsünün farklı dönemlerinde annenin, babanın, çocukların ya da anne ile babanın birlikte etkili olması söz konu-

sudur. Anne ile babanın ortak kararlarının aile yaşam döngüsünün ilk ve sona doğru olan aşamalarındaki ağırlık ortaya denk gelen dönemlerde nispi olarak azalmakta, bireysel tüketime konu olan ürün kalemleri bakımından ise hemen her dönemde ilgili kişilerin kararlardaki ağırlığı kendini hissettirmektedir.

Aile yaşam dönemleri ilerledikçe; gıda harcamaları, temizlik ürünleri, annenin giyimi, konusunda anne-babanın birlikte karar verme oranı azalırken, annenin etkinliği artmaktadır.

Aile yaşam dönemleri ilerledikçe; erkek giyim ürünlerinde, beyaz eşya, mobilya, otomobil, ev, okul/dersane, tatil konularında karar vermede “birlikte karar verme” zamanla azalmakta “baba” etkin olmaktadır.

Aile yaşam dönemleri ilerledikçe satın alma kriteri olarak gıda, temizlik, erkek giyim, kadın giyim, iletişim ürünlerinde marka ve kalitenin önemi azalırken fiyatın önemi artmaktadır. Beyaz eşya, mobilyada, otomobilde ve elektronik eşyada marka yerine ihtiyaca uygunluğun ağırlığı artmaktadır.

Ürün satın alımlarına ilişkin kararlarda ise aile yaşam dönemlerine göre bazı farklılıklar olmakla birlikte, genel hatları itibarıyla, fiyat, ihtiyaca uygunluk, kalite ilk sıralarda yer almaktadır. Marka konusunun çok düşük olması sonucu ise ailelerin borçluluk oranlarının yüksek olmasıyla açıklanabilir. Öte yandan, bu sonuçlar bakımından ailenin gelirlerine bağlı olarak bir görecelilikten söz etmek de mümkün gözükmektedir. Başka bir deyişle ailenin gelir düzeyine bağlı olarak ürün gruplarına ilişkin satın alma kararlarında, fiyat, marka bağlılığı, ihtiyaca uygunluk, kalite ve geleneklere bağlılık kriterlerinin görece önemi değişebilmektedir.

Öneriler

Çalışmadan elde edilen sonuçlar çerçevesinde ve özelde, pazarın bölümlendirilmesi, hedef pazara uygun mal ve hizmet sunulabilmesi, hangi ürün gruplarında hangi dönemdeki aileler için nelere dikkat edilmesi gerektiğine ilişkin önemli ipuçlarının pazarlama profesyonellerince pazarlama stratejilerinin oluşturulması bakımından dikkate alınabileceği açıktır. Bu bağlamda pazarlama profesyonelleri, Türkiye’deki aile yaşam döngüsünün bu altı farklı dönemini pazarın bölümlere ayrılmasında kullanabilir. Ürün grupları bakımından ve harcama miktarlarına ilişkin ortalama değerler Pazar büyüklüklerinin belirlenmesi ve pazar tahmini ve ölçümü yapılmasında kullanılabilir. Ancak bu noktada, rakamların cevaplayıcıların ifadelere dayalı olduğu, bu rakamların desteklenmesine yönelik olarak TÜİK tarafından son altı yıldır düzenli olarak gerçekleştirilen hanehalkı tüketim harcamaları rakamlarıyla bu araştırma sonuçlarının desteklenmesine ihtiyaç olduğu belirtilmelidir.

Bu çalışma sonuçları, tüketici davranışlarının analizine yönelik araştırmacılar açısından da ufuk açıcı sonuçlar içermektedir. Başta pazarlama alanında çalışan araş-

tırmacılar olmak üzere, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, iletişim bilimleri ve eğitim bilimleri alanlarındaki araştırmacılar için de bu araştırma sonuçlarından hareketle, ileriye dönük benzer ve bazı ilişkili konulara ilişkin çalışmalar yapılabilir. Örneğin, aile yaşam döngüsü dönemleri itibariyle sosyal problemlerin ortaya çıkarılması, aile yaşam döngüleri itibariyle aile içi iletişim sorunları, aile yaşam döngüsü dönemlerindeki eğitime bakış açısındaki değişim, aile yaşam dönemleri itibariyle aile bireylerinin gelir sahibi olmalarının onların satın alma kararlarındaki etkilerini değiştirip değiştirmediği gibi çok farklı alanlar için çok sayıda çalışma konusu önerilebilir. Bu bağlamda, özelde pazarlama ve tüketici davranışları bağlamında; aile yaşam döngüsü dönemleri itibariyle bireyin sosyalleşmesi ve satınalma kararlarındaki rolünün değişimi, farklı dönemler itibariyle satınalma kararlarında bu araştırma konusu dışında kalan materyalist eğilimler, anlık satınalma, hedonik ve faydacı eğilimler gibi faktörlerin etkileri de araştırma konusu yapılabilir. Yine aile yaşam döngüsünün özellikle çocuklu ama farklı dönemlerini kapsayan dönemler için çocuğun tüketici olarak sosyalleşmesinde değişen roller, çocuğun aileden ayrı ya da birlikte yaşamasının bazı ürünlerin satın alınmasındaki etkisinin incelenmesi gibi çalışma konuları da önerilebilir.



KAYNAKLAR

- ASSAEL, Henry. (1992) Consumer Behavior Marketing Action, (fourth Ediditon, PWS-Kent Publishing company, Boston.
- ATTANASIO, P Orazi ve Martin BROWNING, (1993) Consumption Over the Life Cycle and Over the Business Cycle” National Bureau od Economic Research, Massacusetz, Working Paper No 4453.
- AYAN, Dursun (2004) “Tüketiyorum Öyleyse Varım Gösterimlik Tüketim ve Tüketici Kimliğinde Aile” Aile ve Toplum, Cilt 6, No:2, s.81-90.
- BECVAR, J. R., BECVAR, S. R., (1982) Systems Theory and Family Therapy, University Press of America.
- BIGELOW, H. F., (1950)“What Are Usually Family Relations”, Journal of Home Economics, 42:1, 24, 1950
- BİLGİN, Vedat (1991) Yapısal Özellikleri İtibarıyla Ailenin Görünümü, Türkiye Aile Yılığı 1991, TC Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları, Ankara.
- BURNS, David (1993) “The Family as a Consumer.” Psychology and Marketing 10 . (March/April): 79-80.
- CARTER, B., McGoldrick M., (1989) The Changing Family Life Cycle: A Framework for Family Therapy, The United States of America.
- COMMURI, Suraj and James W. GENTRY (2000) “The Wu-Li Economy: Emic Narratives on Resource Management in Emergent Households.” Winter American Marketing Association Educators’ Conference. San Antonio.
- COSTA, Joao Alberto da, Ganzo FERNANDEZ, Roberto de OLIVEIRA ve Norberto HOCHHEIM. (2002) “Application of family life cycle concept in determining potential segment for housing projects”, Property Management; 2002; 20, 5; ABI/INFORM Global, pg. 312
- ÇOLAK, Ömer F, Harun ÖZTÜRKLER, İbrahim TOKATLIOĞLU (2008) “Türkiyede Tüketim Fonksiyonunun Dilim Regresyon Yöntemi ile Tahmini”, İktisat İşlet ve Finans, 23(268) Temmuz 2008, s91-
- DUNCAN, Mitchell, (1970) Dictionary of Sociology, London.
- DURANT, Will, (1978) Medeniyetin Temelleri, (Çev: N. Muallimoğlu) İstanbul.

- DUVALL, E. M., (1972) Family Development, New York.
- EDWARDS, John, (1969) The Family and Change, New York.
- ERSOY, Ali Fuat. (1993) “Düzenli gelire sahip ailelerin tüketim harcamaları ve bunu etkileyen faktörler”, Yayınlanmamış Doktora tezi.
- ESERPEK, Altan, (1970) Sosyal Kontrol, Sapma ve Sosyal Değişme, Ankara.
- EVERETT, C. A., (1990) “The Field of Marital And Family Therapy”, Journal of Counselling and Development, C.68.
- FICHTER, Joseph, (2001) Sosyoloji Nedir, (Çev: Nilgün Çelebi) Attila Kitabevi, Ankara.
- FREYER, Hans, (1963) Sosyolojiye Giriş, (Çev: Nermin Abadan) Ankara.
- GLADDING, S. T., (2002) Family Therapy, Merrill Prentice Hall.
- GLICK, P.C., (1955) “The Life Cycle of the Family”, Marriage and the Family Living, 4:3.
- GLICK, P.C., (1977) “Updating The Life Cycle of the Family”, Journal of Marriage and the Family,39:1.
- GOLDENBERG, I., Goldenberg, H., (1996) Family Therapy: An Overview, CA: Brooks/Cole.
- **GÖKÇE**, Birsen, (1976) “**Aile ve Aile Tipleri Üzerine Bir İnceleme**” Hacettepe Sosyal ve Beşeri Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 1,2.
- GÜVEN, Seval, (1991) Aile Yaşam Dönemleri ve Özelliklerinin Ev İdaresi İlkeleri Yönünden İncelenmesi, Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış doktora tezi.
- GÜVEN, Seval, (1991) Aile Yaşam Dönemleri ve Özelliklerinin Ev İdaresi İlkeleri Yönünden İncelenmesi, Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış doktora tezi.
- HARALAMBOS, Michael, (1985) Sociology Themes and Perspectives, University Tutorial Press, U.K.
- HILL, R., (1964) “Methodological Issues in Family Development Research” Family Process, 3.
- İSLAMOĞLU A. Ve R. ALTUNIŞIK,(2008) Tüketici Davranışı, Bet Yayınevii, İstanbul.
- KANDİYOTİ,Deniz (1984) “Aile Yapısında Değişme ve Süreklilik” Türkiyede Ailenin Değişimi Toplumbilimsel İncelemeler, Türk Sosyal Bilimler Derneği, Maya Matbaacılık, Ankara.
- KING, Anthony, D., (1999) Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi, (Çev: Gülcan Seçkin, Hüsrev Yoksal) Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

- KINGSLEY, D., (1995) Human Society, The Macmillan, New York.
- KIRKPATRICK, E. L., M. COWLES ve A. TOUGH (1934)“The Life Cycle of Farm Family in Relation to Its Standart of Living”, Agricultural Experiment Station Research Bulletin, No: 1211, University of Wisconsin, Madison.
- KNOKO, D., RONDALL, T.,(1978) “Voluntary Association Membership Trends and the Family Life Cycle”, Social Forces, 56:48.
- KOENIG, S. (2000). Sosyoloji, Toplum Bilimine Giriş, Ütopya Kitabevi Yayınları, İstanbul.
- LANSING, J. B., KISH, L., (1957)“Family Life Cycle as an Independent Variable”, American Sociology Review, 22:5.
- LEE, Ronald, Sang-Hyop LEE ve Andrew MASON (2005) “Charting the Economic Life Cycle” <http://www.nber.org/papers/w12379.pdf>
- LESLIE, Gerald, (1982) The Family in Social Context, Oxford Univ. Pres. New York.
- **MARSHALL**, Gordon, (1999) **Sosyoloji Sözlüğü**, (Terc.: Osman Akonhay ve Derya Kömürcü) Bilim ve Sanat Yay.; İstanbul.
- MCAULEY, W. J., NUTTY, C. L., (1985) “Residental Satisfaction Community Integration and Risk Across the Family Life Cycle”, Journal of Marriage and the Family, 47:1.
- MEJUYEV, Vadim, (1998) Kültür ve Tarih, (Çev:Suat H. Yokova) Toplumsal Dönüşüm Yayınları, Ankara.
- MIKESSEL, R. H., D. Lusterman, S. H. Mcdaniel, (1995)İntegrating Family Therapy, American Psychological Association, Boston.
- MURDOCK, G. P., (1965) Social Structure, Macmillan, London.
- MURPHY, P., E., Staples, W. A., (1979) “A Modernized Family Life Cycle”, Journal of Consumer Research, Jun 1979, 6:16.
- NIMKOFF, M. F., (1965) Comparative Family Systems, Houghton Mifflin, Boston.
- NOCK, S. L., (1979) “The Family Life Cycle: Emperical or Conceptual Tool”, Journal of Marriage and the Family, 41:1.
- NYSTUL, M. S., (1999) “Marriage and Family Counseling”, The Art and Science of Counseling and Psychotherapy, New York.
- ODABAŞI Yavuz ve Gülfıdan BARIŞ (2002) Tüketici Davranışı, 9. Baskı Media-cat, İstanbul.

- OGBURN, Nimkoff, (1955) *Techology and The Changing Family*, Houghton Mifflins Camny. New York.
- OKRAKU, I. O.,(1970) “The Family Life Cycle and Residential Mobility in Puerto Rico”, *Sociology and Social Research*, 55.
- OZANKAYA, Özer, (1988) *Toplum Bilimine Giriş*, Tekin yayınları, İstanbul.
- ÖZDEMİR, Şuayıp, Ömer TORLAK ve Celalettin VATANDAŞ, (2009) “Aile Yaşam Döngüsü Aşamalarını Belirlemede Temel Değişkenler Sorunu” **21. Yüzyılda Türkiye’de Sosyal Bilimler ve Toplum Sorunları Sempozyumu**, Yalova Üniversitesi-Türkiye Akademisyenler Birliği, 08 Mart 2009, Yalova
- ÖZKAYA, Cevat, C. VATANDAŞ, M AYDIN, M. TEKİN, B. CAN, C. ARABACI, O. ÇITLAK (2010) *Türkiye’de Aile (Ailenin Yapısal Özellikleri, İşlevleri ve Değişimi)*, Soyal Ekonomik Araştırmalar Merkezi (SEKAM), İstanbul.
- ÖZMETE, Emine (2004) “Ailelerin Öznel Refah (Subjective Well-Being) Düzeylerine ilişkin Bir değerlendirme”, *Aile ve Toplum*, Cilt 6, No:2, s.9-21.
- REXROAT, C., SHEHAN, C., (1987) “The Family Life Cycle and Spouses Time in Housework”, *Journal of Marriage and the Family*, 49:4.
- ROSEN, Dennis L. and Donald H. GRANBOIS (1983) “Determinants of Role Structure in Family Financial Management.” *Journal of Consumer Research* 10 (September): 253-258.
- ROTTANSI, A., (1997) “Batı Cephesinde Irkçılık, Modernite ve Kimlik”, Sarmal Yayınevi, İstanbul.
- SAXTON, L., (1982) *The Nature of Marriage*, California.
- SAYIN, Önal, (1990) *Aile Sosyolojisi*, İzmir.
- SCHAFER, R. B., KEITH, P. M., (1981)“Equity in Marital Roles Across the Family Life Cycle”, *Journal of Marriage and the Family*, 43:359.
- SCHIFFMAN, L. G., KANUK, L. L.,(1983) *Consumer Behavior*, Prentice Hall, Inc.
- SEÇKİN, Nezahat ve Ülker KAYHAN, (1996) *Ailenin Yapısı*, Anadolu Üniversitesi, Editör: Sezen Ünlü, Açık Öğretim Fakültesi, Yayınları, Eskişehir.
- SHADISH, W. R., Ragsdale, K., GLASER, R. R., MONTGOMERY, L. M., (1995) “The Efficacy and Effectiveness of Marital and Family Therapy: A Perspective From Meta Analysis”, *Journal of Marital and Family Therap.*, 21:4.
- SOLOMON, Michael R. (2000) *Consumer Behavior, Buying, Having and Being*
- SOROKIN, P., ZIMMERMAN, C. C., GALPIN J. C., (1931) *Assytmatic Source Book in Rural Sociology*, University of Minnesota Pres, Minneapolis.

- SPERRY, L., Carlson, J., (1991) “Marital Relations”, Marital Therapy: Inter-Grating Theory And Tecnique, Denver.
- ŞAHİNKAYA, R. (1990) “Türk Aileleri Hangi Yönlerden Birbirlerinden Farklılık-Gösterirler?” *Aile Yazıları 1*,
- ŞAHİNKAYA, **Rezan**, (1975) Psiko-Sosyal Yönleriyle Aile, Ankara,
- TERZİOĞLU, Günsel, “Ailenin Ekonomik Faaliyetleri” Türkiye Aile Yıllığı 1990, TC Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları, Ankara.
- TÜİK, 2006 Yılı Hanehalkı Bütçe Araştırması, Veri seti.
- ÜLKEN, H. Ziya, (1969) “Aile maddesi”, Sosyoloji Sözlüğü, İstanbul.
- ÜNALAN, Turgay, (1987) “Türkiye’de Çekirdek Aileler”, Nüfusbilim Dergisi, C.9, S.58.
- VATANDAŞ, Celalettin (2008) Trabzon’da Ailenin Yapısı ve Problemleri, Karadeniz Teknik Üniversitesi Matbaası, Trabzon.
- WAITE, L., (1980) “Working Wives and the Family Life Cycle”, American Sociology Review, 86:272.
- WAKABAYASHI, Masayo ve GEOFFREY J.D. H. (2002) Life Cycle Cganges in Consumer Behavior: Age-Specific and Regioanla Variations, Discussion Paper, Illinois Universtiy, www.uiuc.edu/unit/real
- WELLS, W. D., GUBAR, G., (1966) “Life Cycle Concept in Marketing Research”, Journal of Marketing Research, 3:355.
- WHITE, M. J., (1991) Dynamics of Family Development, New York.
- WINCH, Robert F, (1971) The Modern Family, New York.
- YAVAS, Ugur, Emin BABAKUS, and Nejdet DELVER. (1994) “Family Purchasing Roles in Saudi Arabia: Perspective of Saudi Wives.” Journal of Business Research 31 (September): 75-86.



EKLER



EK-1 MÜLAKAT FORMU

EVLİLİK ÖNCESİ

1. Aile, akraba ve yakın çevrenizde nişanlanma yaşı ortalama olarak nedir? Ortalama olarak kaç yıl nişanlılık süresi yaşanmaktadır?
2. Çevrenizde nişan bozma durumu çok sık yaşanmakta mıdır? Buna neden olan önemli hususlar nelerdir?
3. Nişanlılık dönemini evlilik ve aile açısından nasıl değerlendiriyorsunuz?
4. Erkek ve kadının evlenme yaşları ortalama kaçtır? Evlenme için kaç yaş gecikmiş olarak kabul edilir?
5. Nişanlılık ya da evlilik öncesi flört konusu aile, akraba ve yakın çevrenizde nasıl karşılanmaktadır? Siz flörtü nasıl değerlendiriyorsunuz?
6. Evlilik öncesi nişanlılık dönemine has olarak satın alınan mal ve hizmetler neler? Bunun gerekçeleri, miktar, harcamayı yapan, kararı veren.

EVLİLİK SONRASI ÇOCUKSUZ DÖNEM

1. Aile, akraba ve yakın çevrenizde evlilik sonrası çocuksuz dönem ne kadar sürüyor?
2. Bekâr oldukları dönemle karşılaştırıldığında, evlilik kız ve erkeğin hayatında ne gibi değişikliklere yol açmaktadır.
3. Bu dönemde eşlerin satın alma kararları ve tüketim alışkanlıklarında evlilik öncesine göre ne gibi değişiklikler olmaktadır? Bu döneme has olarak satın alınan ya da tüketilen mal ve hizmetler nelerdir?

OKUL ÖNCESİ ÇOCUKLU DÖNEM

1. İlk çocukları doğduğu zaman karı-kocanın yaşantılarında, evde neler değişmektedir?
2. İlk çocuk ile ikinci çocuğun aileye katılması arasındaki farklar neler?
3. Sizin çevrenizde ilk çocuğun kız veya erkek olması önemsenen bir durum mudur?
4. Bu dönemde eşlerin satın alma kararları ve tüketim alışkanlıklarında evlilik öncesine göre ne gibi değişiklikler olmaktadır? Bu döneme has olarak satın alınan ya da tüketilen mal ve hizmetler nelerdir?

İLKÖĞRETİM VE ERGENLİK DÖNEMİ

1. Çocuğun ilköğretim yıllarında, (özellikle 7–12) yaşlarında olması geçmişe göre ailenin harcamalarında, kaygılarında, çocuğun geleceğine ilişkin beklentilerinde ne tür değişikliklere yol açmaktadır?
2. 13-18 yaşına gelen çocukları olan ailelerde ne gibi değişiklikler gözlenmektedir. Ailelerin öncelikleri, tüketim alışkanlıkları bu dönemde nasıl gerçekleşmektedir?

ÇOCUKLARIN İŞ/EŞ BULMA YILLARI

1. 18 yaş sonrası çalışan çocukları olan ailelerin öncelikleri tüketim alışkanlıkları ve kaygılarında ne tür değişiklikler olmaktadır?
2. 18 yaş sonrası üniversitede okuyan / mezun olup iş arayan /çalışan çocukları olan ailelerin öncelikleri tüketim alışkanlıkları ve kaygılarında ne tür değişiklikler olmaktadır?
3. Bu döneme has olarak satın alınan ya da tüketilen mal ve hizmetler nelerdir?

BAŞ BAŞA KALMA YILLARI

1. Aile, akraba ve yakın çevrenizde çocukların öğrenim, iş veya evlilik nedeniyle evden ayrılıp anne-babanın baş başa kalmaları genellikle hangi yaşlarında gerçekleşmektedir?
2. Çocukların öğrenim, iş ve evlilik nedeniyle evden ayrılmaları anne-babanın hayatında ne gibi değişikliklere neden olmaktadır.
3. Torunlar dedelerin ve ninelerin yaşantıları üzerinde nasıl bir etkiye sahiptir?
4. Bu döneme has olarak satın alınan ya da tüketilen mal ve hizmetler nelerdir?

YALNIZLIK (DUL KALMA)YILLARI

1. Aile, akraba ve yakın çevrenizde yaşlılardan (dul eşlerden) hangisi daha uzun yaşamaktadır?
2. Yalnız yaşamaya başladıklarında hayatlarında ne gibi değişiklikler olmaktadır. Tüketim alışkanlıkları ve ekonomik ihtiyaçlarında ne gibi değişiklikler olmaktadır. Bu döneme has olarak satın alınan ya da tüketilen mal ve hizmetler nelerdir

BOŞANMALAR, İKİNCİ EVLİLİKLER

1. Aile, akraba ve yakın çevrenizde sizce en önemli boşanma nedenleri nelerdir? Boşanan eşlerin evlilik öncesi, flört veya nişanlılık dönemlerine ilişkin varsa gözlem veya değerlendirmeleriniz nelerdir?
2. Aile, akraba ve yakın çevrenizde boşanma sonrası yeni evlilik yapma süresi ortalama olarak nedir? Kadın ve erkekler için bu süre sizce farklı mıdır?
3. Aile, akraba ve yakın çevrenizde ikinci evliliklerin tüketim alışkanlıkları bakımından ilk evliliğe kıyasla önemli farkları nelerdir?
4. Ailenizin yaşamında uzun süreli veya kalıcı etki yapan olaylar nelerdir. Aileye katılan ayrılan, yaşlılık hastalık

GÖRÜŞME YAPILAN AİLEYİ TANITICI BİLGİLER

1. Evinizde anne-baba ve çocuklardan başka kimler yaşıyor?
2. mevcut durumun bir önceki hali (cevaplayıcının evlilik öncesi ebeveyni ile yaşadığı durumunda evde kimler yaşıyordu?
3. Kaç kardeşsiniz?
4. En büyük kardeşle en küçük kardeş arasındaki yaş farkı nedir?
5. Eşiniz kaç kardeş?
6. Eşinizin en büyük kardeşle en küçük kardeş arasındaki yaş farkı nedir?
7. Eşler arasındaki yaş farkı nedir
8. Görüşülen kişinin kaç yaşında evlendiği
9. Evlilik sonrası eşlerden birinin ailesi ile birlikte yaşanıp yaşanmadığı; yaşandı ise kiminle ne kadar süre?
10. Kaç çocuğunuz var?
11. Cinsiyetleri
12. İkinci çocuk ile ilk çocuk arasındaki yaş farkı
13. İlk ve son çocuk arasındaki yaş farkı
14. İkinci ve sonrası çocuk kararına yol açan en önemli nedenler nelerdir?
15. Görüşülen kişinin yaşı
16. Cinsiyeti

17. Mesleği
18. Aylık ortalama geliri
19. Eğitim düzeyi
20. Oturduğu konutun türü (müstakil, apartman dairesi)
21. Konut sahiplik durumu, (ev sahibi, kiracı- kiracı olmakla birlikte kendine ait konutunun olup olmaması)
22. İkamet ettiği yerin özelliği,(köy kasaba, ilçe, şehir, büyükşehir)
23. Nasıl evlendiniz?
 - () Aile büyüklerinin kararıyla-Görüşüm alınmadan
 - () Kendimiz tanışarak-Aile büyüklerinin onayıyla
 - () Aile büyüklerinin kararıyla-Görüşüm alınarak
 - () Kendimiz tanışarak/Aile büyükleri istememesine rağmen
24. Evlilik nedeniyle başka bir yere göç ettiniz mi?

Cevabınız evetse durumunuzu en iyi hangisi açıklamaktadır?

() Köy/kasabadan şehre/ilçeye () İlçeden ilçeye

() İlçeden şehre () Şehirden şehre

() Diğer.....

Mülakatçılara not: Aile Yaşam dönemlerinin her döneminde değişen **tüketim alışkanlıkları ile satın alınan mal ve hizmetlere ilişkin sorular için** mümkün olduğunca aşağıdaki kalemlere ilişkin bilgiler katılımcılara hatırlatılarak detaylı bilgi alınmaya çalışılacak.

Beslenme alışkanlıkları, tüketilen gıdalar, satınalma miktarları, satınalmada karar vericiler, satınalma yerleri, karar verirken nelere dikkat edildiği, giyim alışkanlıkları, dayanıklı tüketim malları, kişisel bakım ürünleri (kadın erkek), eğitim (çocukların okul dersane seçimleri), ikamet yerinin değiştirilmesi, kültür tüketimi (tatil, aile eğlenceleri, sinema tiyatro, kitap dergi gazete)

EK-2 ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu araştırma ... Araştırma Şirketi tarafından yürütülmektedir. Araştırmayı TÜ-BİTAK desteğiyle Doç. Dr. Şuayıp Özdemir, Prof. Dr. Ömer Torlak ve Doç. Dr. Celalettin Vatandaş koordine etmektedir. Araştırmanın amacı, "Tüketim Kalıplarının Tanımlayıcısı Olarak Aile Yaşam Döngüsü Projesi" kapsamında ailelerin tüketim alışkanlıklarını tespit etmek ve bu verileri bilimsel çalışmalarda kullanmaktır.

Haneniz tesadüfi olarak seçilmiştir. Sizin gibi seçilmiş .3000 hane ile daha görüşeceğiz. Vereceğiniz tüm bilgiler kesinlikle gizli tutulacaktır. Soruların doğru yada yanlış herhangi bir cevabı yoktur. Sadece kendi durumunuzu yansıtan cevaplar veriniz. Bu görüşme yaklaşık olarak 20 dakika sürecektir. Katıldığınız için teşekkür ederiz.

- D.1. Cinsiyetiniz? 1. Kadın 2. Erkek
D.2. Yaşınız?
- D.3. Medeni durumunuz?
1. Evli 2. Ayrı yaşıyor 3. Dul (eşi ölmüş) 4. Boşanmış

(ANKETÖR DİKKAT: Dul (Eşi ölmüş)/Boşanmışlara sorulacaktır)

D.3.1 Anne/Babanızdan Dul ve Yetim aylığı alıyor musunuz?

0. Hayır 1. Evet D3.1A Ne kadar ?.....TL

(ANKETÖR DİKKAT: Boşanmışlara sorulacaktır)

D.3.2 Eşinizden nafaka alıyor musunuz? Alıyorsanız aylık ne kadar?

0. Hayır 1. Evet D3.2 A Ne kadar ?.....TL

(ANKETÖR DİKKAT: Boşanmışlara sorulacaktır)

D.3.3. Evliliğinizin kaçınıcı yılında boşandınız?:

(ANKETÖR DİKKAT: Boşanmışlara sorulacaktır)

D.3.4. Niçin boşandınız?

1. Geçimsizlik/anlaşamama
2. Şiddet
3. Alkol/kumar gibi kötü alışkanlıklar
4. Ahlaki sorun / Sadakatsizlik
5. Diğer

(ANKETÖR DİKKAT: Boşanmışlara ve dullara l(eşi ölmüş)sorulacaktır)

D.3.5 Yeniden evlenmeyi düşünüyor musunuz?

- | | |
|---------------------|----------------------|
| 1. Evet | Hayır (Niçin?) |
| 2. Yalnız kalma | 3. Ekonomik nedenler |
| 4. Sağlık sorunları | 5. Duygusal nedenler |

D.7. Nasıl evlendiniz?

1. Aile büyüklerinin kararıyla-Görüşüm alınmadan
2. Aile büyüklerinin kararıyla-Görüşüm alınarak
3. Kendimiz tanışarak-Aile büyüklerinin onayıyla
4. Kendimiz tanışarak/Aile büyükleri istemediği halde
5. Diğer.....

D.8. Evlendikten sonra ayrı eve çıkmadan aile büyükleri (anne-baba) ile birlikte kaç yıl yaşadınız?

0. Birlikte yaşamadık 1.yıl

D.9. Eğer çocuk yoksa, çocuksuzluğun nedeni (bu soruyu sadece çocuğu olmayanlar işaretleyecekler)

- | | |
|--|-------------------------------|
| 1. Sağlık/fizyolojik sorunları | 2. Kariyer nedeniyle erteleme |
| 3. Askerlik nedeniyle erteleme | 4. Ekonomik nedenler |
| 5. Eşle baş başa olma isteği/gezme-eğlenme | |
| 6. Eşi daha iyi tanıdıktan sonra | |

D.10. En son hangi okula devam ettiniz?

- | | |
|---------------------|-------------------------------|
| 1. Okur-yazar değil | 2. Okur-yazar ilköğretim terk |
| 3. İlköğretim | 4. Lise terk |

5. Lise
7. Üniversite
6. Üniversite terk

D.11. Son bir ay içinde ücretli ya da ücretsiz olarak bir işte çalıştınız mı?

1. Evet çalışıyorum / İşle ilgim sürüyor
2. Hayır, çalışmıyorum

D11.A. Çalışmadıysanız, durumunuzu nasıl tanımlarsınız?

1. İşsizim, iş arıyorum
2. Ev kadını/kızı
3. Öğrenci
4. Emekli
5. Mevsimlik çalışan işçi vb.
6. Gelir / kira vb.gelirim var
7. Fiziksel durumum çalışmaya uygun değil
8. Diğer

(ANKETÖR DİKKAT: D11 sorusuna “evet çalışıyorum / işle ilgim sürüyor” şeklinde cevap verenlere sorulacaktır)

D.12. Ne iş yapıyorsunuz?

1. Çiftçilik
2. Hayvancılık
3. Vasıflı işçi (teknisyen)
4. Vasıfsız işçi
5. Tüccar
6. Esnaf
7. Masa başı çalışan / memur
8. Profesyonel meslek (Dr.Av. Müh.vb.)
9. Orta düzey yönetici / müdür
10. Üst düzey yönetici / genel müdür
11. Diğer (belirtiniz)

D.13. Çalıştığınız işte aylık geliriniz ne kadardır?TL

(ANKETÖR DİKKAT: D11.A sorusuna “işsizim, iş arıyorum” cevabını verenlere sorulacaktır)

D.14. Ne kadar süredir işsizsiniz?

K.01. Aşağıdakilerden hangi dönem size uygun düşmektedir?

1. Evli/Çocuksuz
2. En büyük çocuk okul öncesi çağda (0-6 yaş arası)
3. En büyük çocuk ilköğretim çağında (7-14 yaşlarında)
4. En büyük çocuk ergenlik çağında (15-19 yaşlarında)
5. En büyük çocuk iş/eş arayışı çağında (20’li yaşlarda)
6. Çocuklardan birisi evden (evlilik/iş/eğitim gibi nedenlerle) ayrılmış ama evde başka çocuk var
7. Çocuklar evden ayrılmış - eşler baş başa kalmışlar
8. Eş ölmüş ve kişi yalnız kalmış

9. Boşanmış

K.02. GÖRÜŞÜLEN KİŞİ : 1. Anne 2. Baba 3. Diğer

K.03. KATILIMCI AİLE hakkındaki bilgiler

	1.Doğum tarihi (yıl)	2.Eğitim	3.Mesleği	4.Hayatta	5.İlk evlilik mi	6.Evlenme tarihi (yıl)	7.Çocuk sayısı	8.Ailenin yaşadığı il
1.Kadın/ Anne		1.Okuryazar değil 2.İlköğretim 3.Lise 4.Üniversite		1.Evet 2.Hayır	1.Evet 2.Hayır		K..... E.....	
2.Erkek/Baba		1.Okuryazar değil 2.İlköğretim 3.Lise 4.Üniversite		1.Evet 2.Hayır	1.Evet 2.Hayır			

K.04. Katılımcı ailenin ÇOCUKLARI hakkında bilgiler

	1.Cinsiyet	2.Doğum tarihi (yıl)	3.Eğitim	4.Meslek	5.İşe başlama yaşı	6.Evlenme Yaşı	7.Evden ayrılma yaşı	8.Evden ayrılma nedeni	9.Hayatta
1.İLK çocuk	1.Kız 2.Erkek		1.Okuryazar değil 2.İlköğretim 3.Lise 4.Üniversite					1.Evlilik 2.Eğitim 3.İş	1.Evet 2.Hayır
2.SON çocuk	1.Kız 2.Erkek		1.Okuryazar değil 2.İlköğretim 3.Lise 4.Üniversite					1.Evlilik 2.Eğitim 3.İş	1.Evet 2.Hayır

K.05. Nişanlı olan çocuğunuz var mı?

0. Hayır

1. Kızımız nişanlı yaşında

2. Oğlumuz nişanlı yaşında

K.06. Çocuğun nişanlılık dönemi ne kadar sürecek?

1. 1 yıldan az 2. 2 yıl 3. 3 yıl 4. 4 yıl veya daha fazla

K.07. Sizce ideal evlilik yaşı kaçtır?

1. Bayan için 2. Erkek için.....

K.08. Oturduğunuz evde devamlı olarak kaç kişi yaşıyorsunuz? (ANKETÖR DİKKAT: Askerde, hapishanede olan fertler ile şehir dışında yurttan kalan öğrenciler

de dahil edilecektir)

.....

K.09. Oturduğunuz evde kimlerle yaşıyorsunuz?

.....
.....

K.10. Aile büyükleri hayatlarının çoğunu ne büyüklükteki bir yerleşim yerinde geçirdi?

		Kasaba	İlçe	Şehir	Büyükşehir	Yurtdışı
1.Baba	1	2	3	4	5	6
2.Anne	1	2	3	4	5	6

K.11. Kendinizi genel olarak nasıl tanımlarsınız?

- 1.Liberal 2.Milliyetçi 3.Muhafazakâr
4.Sosyal demokrat 5.Diğer (belirtiniz).....

K.12. Ailenizin beş yıl öncesine göre, içinde bulunduğunuz dönemde dini duygularınızda ve düşüncelerinizde,

- 1.Artış oldu 2.Değişiklik yok 3. Azalış oldu

K.13. Ailenizin beş yıl öncesine göre, içinde bulunduğunuz dönemde dini yaşantılarınızda (ibadetler konusunda);

- 1.Artış oldu 2.Değişiklik olmadı 3. Azalış oldu

K.14. Boş zamanlarınızda aşağıdakilerden hangilerini AİLECE yaparsınız?

(Önem sırasına göre 1, 2 şeklinde numaralandırarak iki seçenek işaretleyiniz)

- 1() Alışveriş yaparız 2() Pikniğe gideriz
3() Evde oturur sohbet ederiz 4() Televizyon seyrederez
5() Yakınlarımızı ziyaret ederiz 6() Özel bir şey yapmayız
7() Diğer (belirtiniz)

K.15. Evinize günlük gazete alıyor musunuz?

- 1.Evet düzenli olarak alırız 2.Düzensiz olarak alırız
3.Hayır günlük gazete almamız

K.16. Ailece günde ne kadar süre televizyon izliyorsunuz?

- 1.1-2 saat 2.3- 4 saat 3. 5-6 saat 4.7 saatten fazla

K.17. Televizyonda AİLE OLARAK en çok ne tür programlar seyredersiniz?
(Çok izlenme durumuna göre 1,2 şeklinde numaralandırarak iki seçenek işaretleyiniz)

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| 1()Haber | 7()Tartışma /sohbet |
| 2()Eğlence / müzik | 8()Spor programları |
| 3()Yerli dizi | 9()Yerli sinema |
| 4()Yabancı dizi | 10() Yabancı Sinema |
| 5() Belgesel | 11()Çizgi film |
| 6()Kadın programları | 12()Yarışmalar |
| 13()Diğer..... | |

K.18. Ailenizle ilgili olarak içinde bulunduğunuz günlerde ailenin gündemini oluşturan EN ÖNEMLİ iki konu nedir?

	Eğitim	Evlilik	Sağlık	İş/İşsizlik	Ekonomik	Diğer(Belirtiniz)
1.Çocuklar	1	2	3	4	5	
2.Baba	1	2	3	4	5	
3.Anne	1	2	3	4	5	
4.Aile	1	2	3	4	5	

K.19. Eğer varsa torun/lar sizin için ne anlam ifade ediyor?

- 1.Henüz torunum yok
- 4.Çocuklarımızla gerçekleştiremediklerimizi torunumuzla gerçekleştiriyoruz
- 2.Hayatın neşe kaynağı
- 5.Torunlarımı fazla görmüyorum
- 3.Çocuklarımızın boşluğunu dolduruyor

K.20. Evin hanımının ailesinden herhangi bir yardım alıyor musunuz?

0. Hayır 1. Evet
K20.A. Ne kadar/ne miktar?.....(Yıllık)

K.21. Evin beyinin ailesinden herhangi bir yardım alıyor musunuz?

0. Hayır 1. Evet
K21.A. Ne kadar/ne miktar ?..... (Yıllık)

K.22. Arkadaş/komşulardan herhangi bir yardım alıyor musunuz?

0. Hayır 1. Evet
K22.A. Ne kadar/ne miktar?..... (Yıllık)

K.23. Hanenizin ek gelirler de dahil tüm aylık gelirlerini ayrıntılı olarak belirtiniz?

1. TL K.23.1A. Kaynağı?.....
2. TL K.23.2A. Kaynağı?.....

3. TL K.23.3A. Kaynağı?.....
 4. TL K.23.4A. Kaynağı?.....

K.24. Oturduğunuz konutun türü nedir?

1. Konut yok
 2. Çadır/baraka
 3. Gecekondu (sağlıksız, oturulamayacak durumda)
 4. Müstakil ev
 5. Apartman dairesi
 6. Apartman dairesi /Zemin
 7. Diğer.....

K.25. Oturduğunuz evin mülkiyet durumu nedir?

1. Kendi evim 2. Kira 3. Kira ödemedem kullanılıyor
 4. Lojman 5. Diğer

(ANKETÖR DİKKAT: Ev için kira ödeyenlere sorulacaktır)

K.25.1. Aylık ne kadar kira ödüyorsunuz?.....TL

K.26. Bulduğunuz semtte böyle bir evin yaklaşık kira bedeli ne kadardır?.....TL

K.27. Mutfak, tuvalet ve banyo hariç, oturduğunuz evde kaç tane oda vardır?.....adet oda

K.28. Aile olarak dışarıda (lokanta vb. yerlerde) yemek yeme sıklığınız nedir?

1. Hiç 2. Ayda bir kez 3. Haftada bir kez
 4. Haftada birkaç kez 5. Hemen hemen her gün

K.29. Et ve ürünlerini tüketme sıklığınız nedir?

1. Hiç 2. Ayda bir kez 3. Haftada bir kez
 4. Haftada birkaç kez 5. Hemen hemen her gün

K.30. Süt ve ürünlerini tüketme sıklığınız nedir?

1. Hiç 2. Ayda bir kez 3. Haftada bir kez
 4. Haftada birkaç kez 5. Hemen hemen her gün

K.31. Sebze tüketme sıklığınız nedir?

1. Hiç 2. Ayda bir kez 3. Haftada bir kez
 4. Haftada birkaç kez 5. Hemen hemen her gün

K.32. Meyve tüketme sıklığınız nedir?

1. Hiç 2. Ayda bir kez 3. Haftada bir kez
4. Haftada birkaç kez 5. Hemen hemen her gün

K.33. Hanede sigara içme alışkanlığı olan kaç kişi var?

K.34. Hanede aylık kaç paket sigara tüketilmektedir?

K.35. Aşağıdaki harcama türlerine yıllık /aylık ne kadar harcıyorsunuz?
(ANKETÖR DİKKAT: Görüşmeci yıllık veya aylık hangisini ifade ediyorsa onu yazınız)

HARCAMA TURU	YILLIK TL	AYLIK TL	HARCAMA TURU	YILLIK TL	AYLIK TL
1.Gıda			13.Su-elek-gaz		
2. Kadın Giyim			14. Alkollü içecek		
3. Erkek giyim			15. Sigara		
4. Çocuk giyim			16.Düğün, sünnet hediyesi		
5.Kira			17. Lokanta ve otel		
6.Yakıt (konut için)			18.Mobilya		
7.Eğitim			19. Beyaz eşya		
8. Haberleşme (tel, internet vb.)			20. Kişisel bakım ürünleri (parfüm vs.)		
9. Sağlık			21. Oyuncak		
10.Konut (Kooperatif, arsa)			22. Bakım hizmeti (çocuk ya da yaşlı için)		
11.Ulaşım			23. Otomobil sahipliği için		
12.Eğlence/kültür/sanat			24.Diğer.....		

K.36. Borcunuz / taksidiniz var mı? Ne kadar? Nereye?

0. Yok 1. Evet K36.A. Ne kadar?.....TL
K36.B. Nereye/lere?

(ANKETÖR DİKKAT: Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

K.37. İhtiyaç duyduğunuzda nasıl borçlanıyorsunuz?

- 1.Aile büyüklerinden 2.Arkadaşlardan-akrabalardan
3.Bankadan 4.Diğer.....

K.38. Aile olarak tasarruflarınızı daha çok nasıl değerlendiriyorsunuz?

(Önem sırasına göre 1, 2 şeklinde numaralandırarak iki seçenek işaretleyiniz)

- 1() Döviz alıyoruz 6() Özel finans kurumlarında katılım hesabı açıyoruz
2() Altın alıyoruz 7() Gayri menkul alıyoruz
3() Bankaya yatırıyoruz 8() Diğer (belirtiniz)

- 4() Borsada hisse senedi olarak değerlendiriyoruz 9() Tasarruf yapamıyoruz
5() Hazine bonusu / devlet tahvili alıyoruz

K.39. Önümüzdeki bir yıl içinde harcama yapmayı planladığınız aileniz için önemli bir şey var mı?

1. Eşya olarak 2.Yatırım olarak

K.40. Aşağıdaki harcama türlerinin tüketimine kim ve hangi kritere göre karar verir?

A. Orta sütunda belirtilen mal ve hizmetlerin satın alma kararında en çok kim etkili olur?					B. Orta sütunda belirtilen tüketim mallarını alırken en çok hangi kriterin etkisiyle hareket ediyorsunuz?						
Baba	Anne	Çocuk	Anne-baba birlikte	Gele-nekler		Marka	Kalite	Fiyat	İnançlara uygunluk	İhtiyaca uygunluk	
1	2	3	4	5	1. Gıda	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	2. Temizlik	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	3. Babanın giyimi	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	4. Annenin giyimi	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	5. Çocuğun giyimi	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	6. Erkek bakım ürünleri	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	7. Kadın bakım ürünleri	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	8. Oyuncak	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	9. Beyaz eşya	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	10. Mobilya	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	11. Otomobil	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	12. Ev sahipliği için	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	13. Okul /dershane seçimi	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	14. Tatil	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	15. İletişim (telefon, internet)	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	16. Ev tekstili (perde, örtü vs)	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	17. Eğlence (sinema, tiyatro)	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	18. Gazete / dergi	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	19. Takı / mücevher	1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	20. Elektronik aletler (bilgisayar, cep telefonu vs.)	1	2	3	4	5	

İL :

İLÇE :

MAHALLE / KÖY :

CADDE / SOKAK:

ADI SOYADI :

TELEFON NUMARASI:

ANKETÖRÜN ADI SOYADI / İMZASI :



Ek-3a

AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİ (6 dönem olarak ele alındığında) HARCAMA MİKTARLARI BAKIMINDAN KARŞILAŞTIRMA (ANOVA – LSD Testi sonuçları)						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Gıda harcamaları (aylık)	Between Groups	881721,201	5	176344,240	3,581	,003
	Within Groups	1,473E8	2992	49246,447		
	Total	1,482E8	2997			
Kadın giyim harcamaları (aylık)	Between Groups	532444,518	5	106488,904	23,308	,000
	Within Groups	1,198E7	2622	4568,803		
	Total	1,251E7	2627			
Erkek giyim harcamaları (aylık)	Between Groups	497699,265	5	99539,853	13,847	,000
	Within Groups	1,814E7	2524	7188,580		
	Total	1,864E7	2529			
Çocuk giyim harcamaları (aylık)	Between Groups	46017,611	5	9203,522	1,119	,348
	Within Groups	1,807E7	2196	8228,269		
	Total	1,812E7	2201			
Kira gideri (aylık)	Between Groups	271191,401	5	54238,280	2,293	,044
	Within Groups	2,467E7	1043	23656,941		
	Total	2,495E7	1048			
Yakıt (konut için) gideri (aylık)	Between Groups	57354,764	5	11470,953	3,057	,009
	Within Groups	8236012,747	2195	3752,170		
	Total	8293367,510	2200			
Eğitim harcamaları (aylık)	Between Groups	4887572,194	5	977514,439	15,742	,000
	Within Groups	9,290E7	1496	62095,749		
	Total	9,778E7	1501			
İletişim (telefon, internet vb.) harcamaları (aylık)	Between Groups	124195,507	5	24839,101	7,127	,000
	Within Groups	9305513,183	2670	3485,211		
	Total	9429708,690	2675			
Sağlık harcamaları (aylık)	Between Groups	22378,670	5	4475,734	,994	,420
	Within Groups	6599870,686	1466	4501,958		
	Total	6622249,356	1471			
Konut (kooperatif, arsa vs.) yatırımları (aylık)	Between Groups	1185369,394	4	296342,348	1,840	,126
	Within Groups	1,820E7	113	161046,893		
	Total	1,938E7	117			
Ulaşım harcamaları (aylık)	Between Groups	143934,827	5	28786,965	2,305	,042
	Within Groups	2,548E7	2041	12486,408		
	Total	2,563E7	2046			

Eğlence, kültür-sanat harcamaları (aylık)	Between Groups	92298,182	5	18459,636	1,107	,355
	Within Groups	1,284E7	770	16670,090		
	Total	1,293E7	775			
Su, Elektrik, Gaz harcamaları (aylık)	Between Groups	84558,803	5	16911,761	3,418	,004
	Within Groups	1,460E7	2950	4948,408		
	Total	1,468E7	2955			
Alkollü içecek harcamaları (aylık)	Between Groups	117832,797	5	23566,559	1,504	,188
	Within Groups	4638124,885	296	15669,341		
	Total	4755957,682	301			
Sigara harcamaları (aylık)	Between Groups	278945,739	5	55789,148	4,360	,001
	Within Groups	2,046E7	1599	12796,252		
	Total	2,074E7	1604			
Hediye (düğün, sünnet vs.) harcamaları (aylık)	Between Groups	25691,802	5	5138,360	1,454	,203
	Within Groups	3209302,638	908	3534,474		
	Total	3234994,441	913			
Lokanta ve otel harcama türüne aylık ne kadar harcıyorsunuz?	Between Groups	124153,050	5	24830,610	2,285	,044
	Within Groups	1,007E7	927	10866,495		
	Total	1,020E7	932			
Mobilya harcamaları (aylık)	Between Groups	10889,479	5	2177,896	,266	,932
	Within Groups	2058019,751	251	8199,282		
	Total	2068909,230	256			
Beyaz eşya harcamaları (aylık)	Between Groups	39489,769	5	7897,954	,765	,576
	Within Groups	3014266,290	292	10322,830		
	Total	3053756,059	297			
Kişisel bakım ürünleri (parfüm vb.) harcamaları (aylık)	Between Groups	80320,738	5	16064,148	5,606	,000
	Within Groups	4751055,382	1658	2865,534		
	Total	4831376,120	1663			
Oyuncak harcamaları (aylık)	Between Groups	17473,605	5	3494,721	3,938	,002
	Within Groups	640726,978	722	887,433		
	Total	658200,583	727			
Bakım hizmeti (çocuk veya yaşlı için) harcamaları (aylık)	Between Groups	49479,198	5	9895,840	,772	,571
	Within Groups	2282062,581	178	12820,576		
	Total	2331541,779	183			
Otomobil sahipliği harcamaları (aylık)	Between Groups	440580,369	5	88116,074	1,882	,096
	Within Groups	1,845E7	394	46818,342		
	Total	1,889E7	399			
Diğer harcamalar (aylık)	Between Groups	412692,934	5	82538,587	,736	,600
	Within Groups	4933032,133	44	112114,367		
	Total	5345725,067	49			

Ek-3b

AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİ (7 dönem olarak ele alındığında) HARCAMA MİKTARLARI BAKIMINDAN KARŞILAŞTIRMA (ANOVA – LSD Testi sonuçları)						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Gıda harcamaları (aylık)	Between Groups	287756,410	6	47959,402	,971	,443
	Within Groups	1,460E8	2955	49398,366		
	Total	1,463E8	2961			
Kadın giyim harcamaları (aylık)	Between Groups	81578,469	6	13596,411	2,852	,009
	Within Groups	1,234E7	2589	4767,502		
	Total	1,242E7	2595			
Erkek giyim harcamaları (aylık)	Between Groups	108211,370	6	18035,228	2,434	,024
	Within Groups	1,846E7	2492	7408,582		
	Total	1,857E7	2498			
Çocuk giyim harcamaları (aylık)	Between Groups	52002,315	6	8667,052	1,108	,355
	Within Groups	1,696E7	2168	7822,168		
	Total	1,701E7	2174			
Kira gideri (aylık)	Between Groups	362169,212	6	60361,535	2,593	,017
	Within Groups	2,395E7	1029	23277,716		
	Total	2,431E7	1035			
Yakıt (konut için) gideri (aylık)	Between Groups	30359,521	6	5059,920	1,334	,238
	Within Groups	8213706,677	2165	3793,860		
	Total	8244066,198	2171			
Eğitim harcamaları (aylık)	Between Groups	326057,395	6	54342,899	,828	,548
	Within Groups	9,715E7	1481	65597,845		
	Total	9,748E7	1487			
İletişim (telefon, internet vb.) harcamaları (aylık)	Between Groups	7410,809	6	1235,135	,349	,911
	Within Groups	9344804,396	2637	3543,726		
	Total	9352215,205	2643			
Sağlık harcamaları (aylık)	Between Groups	9042,175	6	1507,029	,388	,887
	Within Groups	5618136,578	1447	3882,610		
	Total	5627178,753	1453			
Konut (kooperatif, arsa vs.) yatırımları (aylık)	Between Groups	711129,909	6	118521,651	,705	,647
	Within Groups	1,867E7	111	168221,067		
	Total	1,938E7	117			
Ulaşım harcamaları (aylık)	Between Groups	46580,415	6	7763,402	,615	,718
	Within Groups	2,547E7	2019	12614,293		
	Total	2,551E7	2025			

Eğlence, kültür-sanat harcamaları (aylık)	Between Groups	66587,874	6	11097,979	,655	,686
	Within Groups	1,284E7	758	16943,395		
	Total	1,291E7	764			
Su, Elektrik, Gaz harcamaları (aylık)	Between Groups	22873,282	6	3812,214	,766	,597
	Within Groups	1,450E7	2913	4976,138		
	Total	1,452E7	2919			
Alkollü içecek harcamaları (aylık)	Between Groups	50971,671	6	8495,278	,532	,784
	Within Groups	4645177,552	291	15962,809		
	Total	4696149,223	297			
Sigara harcamaları (aylık)	Between Groups	163724,398	6	27287,400	2,109	,049
	Within Groups	2,046E7	1582	12935,980		
	Total	2,063E7	1588			
Hediye (düğün, sünnet vs.) harcamaları (aylık)	Between Groups	10254,473	6	1709,079	,481	,823
	Within Groups	3182508,318	895	3555,875		
	Total	3192762,791	901			
Lokanta ve otel harcama türüne aylık ne kadar harcıyorsunuz?	Between Groups	23124,504	6	3854,084	,346	,912
	Within Groups	1,016E7	913	11126,837		
	Total	1,018E7	919			
Mobilya harcamaları (aylık)	Between Groups	59445,679	6	9907,613	1,223	,295
	Within Groups	2000828,530	247	8100,520		
	Total	2060274,209	253			
Beyaz eşya harcamaları (aylık)	Between Groups	91633,677	6	15272,279	1,472	,188
	Within Groups	2946049,039	284	10373,412		
	Total	3037682,715	290			
Kişisel bakım ürünleri (parfüm vb.) harcamaları (aylık)	Between Groups	5086,721	6	847,787	,288	,943
	Within Groups	4808959,454	1634	2943,060		
	Total	4814046,175	1640			
Oyuncak harcamaları (aylık)	Between Groups	6619,253	6	1103,209	1,209	,299
	Within Groups	648706,299	711	912,386		
	Total	655325,552	717			
Bakım hizmeti (çocuk veya yaşlı için) harcamaları (aylık)	Between Groups	147306,682	6	24551,114	1,965	,073
	Within Groups	2173879,215	174	12493,559		
	Total	2321185,896	180			
Otomobil sahipliği harcamaları (aylık)	Between Groups	221702,420	6	36950,403	,775	,590
	Within Groups	1,865E7	391	47697,467		
	Total	1,887E7	397			
Diğer harcamalar (aylık)	Between Groups	947406,318	6	157901,053	1,491	,205
	Within Groups	4343026,010	41	105927,464		
	Total	5290432,328	47			

Ek-3c

AİLE YAŞAM DÖNGÜSÜ DÖNEMLERİ (8 dönem olarak ele alındığında) HARCAMA MİKTARLARI BAKIMINDAN KARŞILAŞTIRMA (ANOVA – LSD Testi sonuçları)						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Gıda harcamaları (aylık)	Between Groups	336123,936	8	42015,492	,849	,559
	Within Groups	1,479E8	2989	49478,409		
	Total	1,482E8	2997			
Kadın giyim harcamaları (aylık)	Between Groups	102739,455	8	12842,432	2,710	,006
	Within Groups	1,241E7	2619	4738,109		
	Total	1,251E7	2627			
Erkek giyim harcamaları (aylık)	Between Groups	132421,596	8	16552,699	2,255	,021
	Within Groups	1,851E7	2521	7342,028		
	Total	1,864E7	2529			
Çocuk giyim harcamaları (aylık)	Between Groups	145958,233	8	18244,779	2,227	,023
	Within Groups	1,797E7	2193	8193,952		
	Total	1,812E7	2201			
Kira gideri (aylık)	Between Groups	537978,982	8	67247,373	2,865	,004
	Within Groups	2,441E7	1040	23468,656		
	Total	2,495E7	1048			
Yakıt (konut için) gideri (aylık)	Between Groups	33044,182	8	4130,523	1,096	,363
	Within Groups	8260323,328	2192	3768,396		
	Total	8293367,510	2200			
Eğitim harcamaları (aylık)	Between Groups	369389,498	8	46173,687	,708	,685
	Within Groups	9,741E7	1493	65246,767		
	Total	9,778E7	1501			
İletişim (telefon, internet vb.) harcamaları (aylık)	Between Groups	10294,584	8	1286,823	,364	,939
	Within Groups	9419414,106	2667	3531,839		
	Total	9429708,690	2675			
Sağlık harcamaları (aylık)	Between Groups	95437,615	8	11929,702	2,674	,006
	Within Groups	6526811,741	1463	4461,252		
	Total	6622249,356	1471			
Konut (kooperatif, arsa vs.) yatırımları (aylık)	Between Groups	733318,181	7	104759,740	,618	,740
	Within Groups	1,865E7	110	169548,638		
	Total	1,938E7	117			
Ulaşım harcamaları (aylık)	Between Groups	51740,566	8	6467,571	,515	,846
	Within Groups	2,558E7	2038	12550,026		
	Total	2,563E7	2046			

Eğlence, kültür-sanat harcamaları (aylık)	Between Groups	84892,233	8	10611,529	,634	,750
	Within Groups	1,284E7	767	16744,948		
	Total	1,293E7	775			
Su, Elektrik, Gaz harcamaları (aylık)	Between Groups	44646,092	8	5580,762	1,124	,344
	Within Groups	1,464E7	2947	4966,988		
	Total	1,468E7	2955			
Alkollü içecek harcamaları (aylık)	Between Groups	63523,934	8	7940,492	,496	,859
	Within Groups	4692433,748	293	16015,132		
	Total	4755957,682	301			
Sigara harcamaları (aylık)	Between Groups	182799,322	8	22849,915	1,774	,078
	Within Groups	2,056E7	1596	12880,548		
	Total	2,074E7	1604			
Hediye (düğün, sünnet vs.) harcamaları (aylık)	Between Groups	19149,907	8	2393,738	,674	,715
	Within Groups	3215844,534	905	3553,419		
	Total	3234994,441	913			
Lokanta ve otel harcama türüne aylık ne kadar harcıyorsunuz?	Between Groups	38241,510	8	4780,189	,435	,901
	Within Groups	1,016E7	924	10994,754		
	Total	1,020E7	932			
Mobilya harcamaları (aylık)	Between Groups	71922,998	8	8990,375	1,116	,352
	Within Groups	1996986,232	248	8052,364		
	Total	2068909,230	256			
Beyaz eşya harcamaları (aylık)	Between Groups	127810,626	8	15976,328	1,578	,131
	Within Groups	2925945,433	289	10124,379		
	Total	3053756,059	297			
Kişisel bakım ürünleri (parfüm vb.) harcamaları (aylık)	Between Groups	5142,649	8	642,831	,220	,987
	Within Groups	4826233,471	1655	2916,153		
	Total	4831376,120	1663			
Oyuncak harcamaları (aylık)	Between Groups	7107,898	8	888,487	,981	,449
	Within Groups	651092,685	719	905,553		
	Total	658200,583	727			
Bakım hizmeti (çocuk veya yaşlı için) harcamaları (aylık)	Between Groups	171326,850	8	21415,856	1,735	,093
	Within Groups	2160214,929	175	12344,085		
	Total	2331541,779	183			
Otomobil sahipliği harcamaları (aylık)	Between Groups	250751,317	8	31343,915	,658	,729
	Within Groups	1,864E7	391	47663,059		
	Total	1,889E7	399			
Diğer harcamalar (aylık)	Between Groups	975286,650	8	121910,831	1,144	,356
	Within Groups	4370438,417	41	106596,059		
	Total	5345725,067	49			