

Gilani Research Foundation is a not for profit public service project to provide social science research to students, academia, policy makers and concerned citizens in Pakistan and across the globe.

Gilani Research Foundation is headed by Dr. Ijaz Shafi Gilani who pioneered the field of opinion polling in Pakistan and established Gallup Pakistan in 1980. Currently Dr. Gilani, who holds a PhD from the Massachusetts Institute of Technology (MIT) and has taught at leading universities in Pakistan and abroad, is Chairman of Gallup Pakistan.

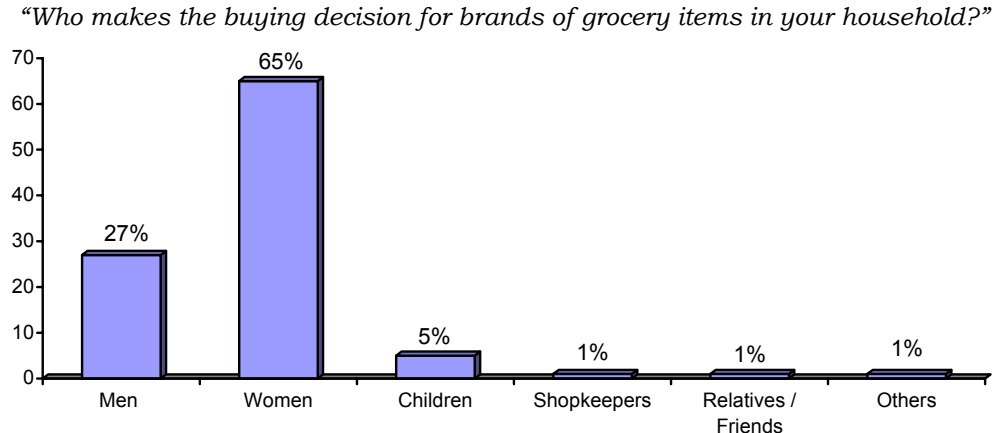
65 % Claim That Women Select The Brands Of Grocery Items For Their Household: GILANI POLL /GALLUP PAKISTAN

Islamabad, October 1, 2010

According to a Gilani Research Foundation survey carried out by Gallup Pakistan, even though in most cases the purchase is made by men, almost two third of all Pakistanis (65%) claim that the brands of grocery items are selected by the females in the household while 27% claim that it is men who make this decision in their household.

In a survey, a nationally representative sample of men and women from across the country were asked the following question: “Who makes the buying decision for brands of grocery items in your household?” Twenty seven percent (27%) said that males select the brands of the grocery items as opposed to 65% who mentioned that women make such decisions in their household. 5% believed that children influence the decisions while 1% were of the opinion that buying decisions were influenced by shopkeepers and friends/relatives each. 1% gave other responses.

It is interesting to notice that relatively more males (31%) as compared to females (22%) state that the brands of grocery items are selected by men in their household. On the other hand comparatively more females (72%) than males (59%) say that brand selection is done by women at their homes.



Source: Gilani Poll conducted by Gallup Pakistan,
the Pakistani affiliate of Gallup International Association (www.gallup-international.com; www.gallup.com.pk)

The study was released by Gilani foundation and carried out by Gallup Pakistan, the Pakistani affiliate of Gallup International. The recent survey was carried out among a sample of 2604 men and women in rural and urban areas of all four provinces of the country, during September 2010. Error margin is estimated to be approximately $\pm 2-3$ per cent at 95% confidence level.

Gallup Pakistan proposes that its poll results be attributed as Gilani Poll conducted by Gallup Pakistan, the Pakistani affiliate of Gallup International. This is to distinguish our polls from polls on Pakistan sometimes released by other organizations not part of Gallup International Association (www.gallup-international.com) and referred to by the same title. Also please see necessary Disclaimer on our website (www.gallup.com.pk). Gallup Pakistan takes responsibility for only its own polls on Pakistan.

For more survey data on social and other issues see website www.gallup.com.pk

For any queries please contact:

Ms. Hira Hasan

Assistant Manager (Research)

Phone: +92-51-2655630

E-mail: hira.hasan@gallup.com.pk

گیلانی ریسرچ فاؤنڈیشن ایک تعلیمی اور رفاہی پروجیکٹ ہے جو پاکستان اور دنیا بھر کے طلباء، دانشوروں، منصوبہ ساز اور دیگر دلچسپی رکھنے والے افراد تک سوشل سائنسز ریسرچ پہنچاتا ہے۔

گیلانی ریسرچ فاؤنڈیشن ڈاکٹر اعجاز شفیع گیلانی کی سربراہی میں کام کرتا ہے، جو کہ پاکستان میں رائے عامہ کے سروے منعقد کرنے کے بانی ہیں، انہوں نے 1980 میں گیلپ پاکستان کی بنیاد رکھی۔ ڈاکٹر گیلانی (MIT) Massachusetts Institute of Technology سے پی ایچ ڈی ہیں اور کئی ملکی اور غیر ملکی معروف یونیورسٹیوں میں پڑھاتے رہے ہیں آجکل گیلپ پاکستان کے چیئرمین ہیں۔

65% افراد کے مطابق ان کے گھرانے میں خواتین سودے کے برانڈ کا انتخاب کرتی ہیں:

گیلانی ریسرچ فاؤنڈیشن، گیلپ پاکستان

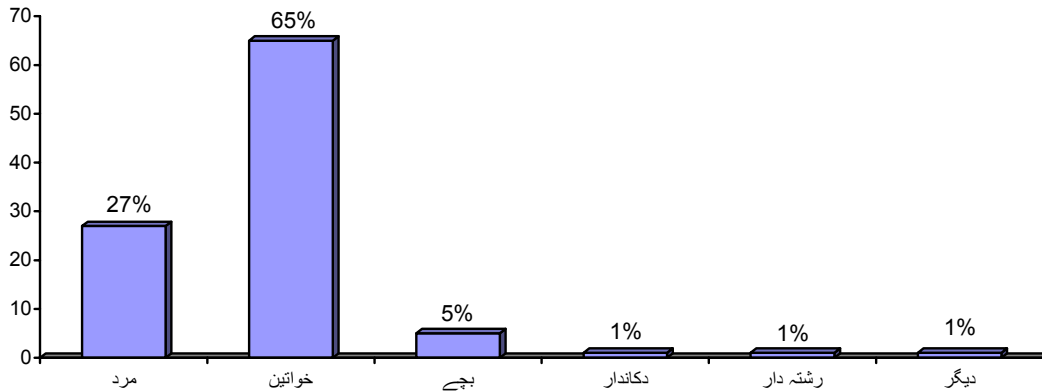
اسلام آباد، 1 اکتوبر، 2010

گیلانی ریسرچ فاؤنڈیشن کے ایک حالیہ سروے کے مطابق دو تہائی پاکستانیوں (65%) کے مطابق گھر کے سودے سلف کے برانڈ کا انتخاب خواتین کرتی ہیں، جبکہ 27% گھرانوں میں مرد یہ کام کرتے ہیں۔

سروے میں ملک بھر سے شماریاتی طور پر منتخب خواتین اور حضرات سے یہ سوال پوچھا گیا کہ، 'آپ کے گھرانے میں سودا سلف کے برانڈ کا انتخاب کون کرتا ہے؟' 27% افراد نے کہا کہ ان کے گھر میں سودے سلف کے برانڈ کا انتخاب مرد کرتے ہیں، جبکہ 65% گھرانوں میں خواتین انتخاب کرتی ہیں، 5% گھرانوں میں بچے برانڈ کا انتخاب کرتے ہیں، اور 1% افراد اس کا انتخاب کرنا دکاندار پر چھوڑ دیتے ہیں۔ 1% افراد نے کوئی جواب نہیں دیا۔

سروے سے معلوم ہوا ہے مردوں کی زیادہ تعداد (31%) کے خیال میں ان کے گھرانے میں مرد برانڈ کا انتخاب کرتے ہیں، جبکہ خواتین میں اسکی شرح 22% ہے۔ اسی طرح خواتین کی زیادہ تعداد (72%) کے مطابق وہ برانڈ کا انتخاب کرتی ہیں، جبکہ مردوں میں اس کی شرح 59% ہے۔

'آپ کے گھرانے میں سودا سلف کے برانڈ کا انتخاب کون کرتا ہے؟'



Source: Gilani Poll conducted by Gallup Pakistan,
the Pakistani affiliate of Gallup International Association (www.gallup-international.com; www.gallup.com.pk)

گیلانی ریسرچ فاؤنڈیشن کا حالیہ سروے گیلپ انٹرنیشنل سے منسلک گیلپ پاکستان کی مدد سے کیا گیا۔ یہ سروے پاکستان کے چاروں صوبوں کی دیہی اور شہری آبادی کے 2604 مرد اور خواتین سے ستمبر 2010 میں منعقد ہوا۔ غلطی کے امکان کا تخمینہ شماریاتی طور پر تقریباً $\pm 2-3\%$ لگایا گیا ہے۔

گیلپ پاکستان کی گزارش ہے کہ اس کے سروے کو گیلانی فاؤنڈیشن کے تحت گیلپ انٹرنیشنل سے منسلک گیلپ پاکستان کے سروے کے طور پر تحریر یا نشر کیا جائے۔ یہ واضح رہے کہ بعض اوقات پاکستان میں بعض ایسے اداروں کی جانب سے اسی نام کے ساتھ سروے کی اشاعت کی جاتی ہے حالانکہ وہ گیلپ انٹرنیشنل ایسوشن سے کوئی تعلق نہیں رکھتے۔ برائے مہربانی اس بارے میں مزید تفصیلات کے لیے ہماری ویب سائٹ (www.gallup.com.pk) اور (www.gallup-international.com) پر رجوع کریں۔ گیلپ پاکستان صرف اور صرف اپنے سروے کا ذمہ دار ہے۔

سماجی اور دیگر موضوعات سے متعلق مزید معلومات کے لیے ہماری ویب سائٹ سے رجوع کریں۔ www.gallup.com.pk
کسی چیز کی وضاحت یا سوال کرنے کے لیے ان سے رابطہ کریں:

Ms. Hira Hasan
Assistant Manager (Research)

Phone: +92-51-2655630
E-mail: Hira.hasan@gallup.com.pk