

Geliş Tarihi : 19.07.2001

## Van İli Kentsel Alanda Ailelerin Otlu Peynir ve Süt Ürünleri Alım ve Tüketim Davranışları

Kasım ŞAHİN<sup>(1)</sup>

Seval ANDIÇ<sup>(2)</sup>

Şule KOÇ<sup>(2)</sup>

**Özet:** Bu araştırmada Van ilinde 196 aile ile anket çalışması yapılmıştır. Ailelerin sosyo ekonomik durumları ve süt ve süt ürünleri alım ve tüketim davranışları incelenmiştir. Van ili kentsel alanda ailelerin aylık ortalama süt ürünleri tüketimleri 17.5 kg açık süt, 4.6 kg pastörize süt, 14.7 kg yoğurt, 1.6 kg Beyaz peynir, 0.5 kg Kaşar peyniri, 0.3 kg Tulum peyniri, 5.9 kg Otlu peynir, 1.3 kg tereyağı ve 1.1 kg çökelektir. Süt ürünlerini satın alırken tüketicilerin dikkat ettikleri en önemli kriterler tazelik, fiyat ve hijyendir.

**Anahtar kelimeler:** Otlu peynir, süt ürünleri, tüketim

### Families Behaviour of Purchase and Consumption of Herby Cheese and Dairy Products in Urban Area of Van Province

**Abstract:** In this research 196 families were surveyed in Van Province. Socio-economic situations and purchase and consumption behaviours of dairy product of families were investigated. Monthly averages of dairy products per family in urban areas of Van province were calculated as 17.5 kg fresh milk, 4.6 kg pasteurised milk, 14.7 kg yogurt, 1.6 kg white cheese, 0.5 kg kosher cheese, 0.3 kg cheese (incased in a skin), 5.9 kg Herby cheese, 1.3 kg butter and 1.1 kg çökelek (cheese made of curds). The most outstanding criteria of consumers' purchase of dairy products were freshness, price and hygiene of products.

**Key words:** Herby cheese, dairy products, consumption

#### Giriş

Hayvansal protein kaynaklarından birisi olan süt ve süt ürünleri, Türkiye'de gerek üretim gerekse tüketim bakımında istenilen düzeyde değildir. Avrupa Birliği ülkelerinde kişi başına süt ve ürünleri tüketimi, ortalama olarak süt cinsinden 331 kg/yıldır. Bu değer ülkemizde 171 kg/yıldır (Şahin ve Yurdakul, 1996). Süt ürünlerinin insan beslenmesindeki önemi, şehirleşme, gelir ve nüfus artışı da dikkate aldığımızda daha belirgin olarak ortaya çıkmaktadır.

Yeterli ve dengeli beslenme için gerekli olan süt ürünleri tüketimlerini artırmayı teşvik ederken, hem üreticilerin hem de tüketicilerin olumsuz etkilenmesini önleyici fiyat istikrarının da sağlanması zorunludur. Fiyat istikrarsızlığı kısa ve uzun dönemde hem üretimi hem de tüketimi olumsuz etkileyebilecek önemli faktörlerden biridir.

Süt ve süt ürünlerinin uygun kalite ve miktarda üretilmesi ve dengeli bir fiyat düzeyinden piyasaya sunulması devlet yanında özel sektöre de belirli yükümlülükleri getirmektedir.

Dengeli ve yeterli beslenme, başta tüketici alışkanlıkları ve gelir düzeyi olmak üzere bir çok faktör tarafından etkilenmektedir. İnsanların gıda tüketim alışkanlıklarının

ortaya konması ve gelir düzeylerinin tüketim miktarlarına etkisinin saptanması, sağlıklı bir toplum oluşturmak için gereklidir.

Konuyla ilgi olarak Türkiye'de yapılmış olan çalışmalardan bazıları aşağıda verilmiştir.

Kurt ve ark. (1977), Erzurum ilinde yaptıkları çalışmada, piyasaya sürülen sütlerin bileşimleri ile sültere yapılan hileleri incelemişlerdir. Bu hilelerin en önemlileri süte su katma ve süütün kremasının alınmasıdır. Bariz olarak hileli süt satan sütçülere de rastlamışlardır.

Gülten ve ark. (1987), yaptıkları araştırmada, Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi ziraat işletmesinde üretilen süt, beyaz peynir, kaşar peyniri ve yoğurdun Erzurum piyasalarında pazarlanması imkanlarını araştırmışlardır. Görüşülen süt ve süt ürünleri satan işyerlerinden % 95'i süt, %92'si beyaz peynir, %70'i kaşar peyniri ve %81'i de yoğurt satmaktadır.

Çivi ve ark. (1993), Tokat ilinde süt üretim, pazarlama ve tüketimini inceleyerek, tüketimin hemen hemen her ay devam ettiğini ve kişi başına yıllık süt tüketiminin 20.4 kg civarında olduğunu belirlemişlerdir.

<sup>(1)</sup> Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, 65080-VAN

<sup>(2)</sup> Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Gıda Mühendisliği Bölümü, 65080-VAN

Hanta ve Yurdakul, (1995), Adana ili kentsel alanda hayvansal gıda tüketim yapısı adlı çalışmalarında, gıda harcamalarının %15.1'i sütte ve %18.1'i de süt ürünlerine yapıldığını belirlemişlerdir. Ayrıca kişi başına yıllık tüketim miktarları peynirde 8.9 kg, yoğurtta 6.7 kg ve tereyağı tüketiminin de ise 1.2 kg olarak bulunmuştur.

Şahin ve Gül (1997), Adana ili kentsel alanda ailelerin süt ve süt ürünleri tüketimlerini ve tüketim davranışlarını incelemişlerdir. Araştırmada aylık aile başına süt ve ürünleri tüketimleri 16.3 kg açık süt, 3.7 kg pastörize süt, 7.7 kg yoğurt, 3.6 kg Beyaz peynir, 0.7 kg Kaşar peyniri, 0.8 kg Tulum peyniri, 0.7 kg tereyağı ve 0.6 kg çökelek olarak tespit edilmiştir. Tüketim miktarlarının mevsimlere göre farklılık gösterdiği vurgulanırken, tüketicilerin ürün satın alımında en önemli kriter olarak tazeliğe dikkat ettikleri belirtilmiştir.

Yurdakul ve ark. (1997), Adana ilinde yaptıkları çalışmada, ailelerin süt ve ürünleri tüketimi ve "Balcalı" markası ile satılan süt ürünlerinin imajını araştırmışlardır. Araştırmada kişi başına ortalama aylık tüketim miktarları 21.6 kg süt, 16.4 kg yoğurt, 3.7 kg beyaz peynir ve 0.6 kg tereyağıdır.

Coşkun ve Öztürk (1998), Van il merkezinde şansa bağlı olarak seçilen 781 kişi ile anket yaparak, bu ailelerin %95.77'sinin Otlu peynir tükettiğini, kişi başına Otlu peynir tüketiminin yıllık 14.74 kg olduğunu belirtmişlerdir.

Yalçınkaya, (1999), Van ili Erçiş ilçesinde yaptığı çalışmada, aileleri gelir gruplarına göre ayırarak, süt ve ürünleri tüketim düzeylerini belirlemiştir. Ailelerin ortalama yıllık süt tüketim miktarı 299 litre, peynir tüketimi 52 kg, yoğurt tüketimi 164.3 kg ve tereyağı tüketimi ise 13.3 kg olarak tespit etmiştir.

Yüzbaşı ve ark. (1999), Keçiören ilçesi Şefkat mahallesinde farklı gelir grubundaki ailelerin süt ve ürünleri tüketimlerini inceleyerek, tüketim miktarlarını tespit etmişlerdir. Buna göre aylık 7.58 kg süt ve yoğurt, 1.38 kg peynir ve 0.29 kg tereyağı tüketilmektedir. Kişi başına süt ve ürünleri tüketimi aylık ortalama olarak süt cinsinden 21.74 kg'dır.

Örnekleme yöntemiyle ilgili olarak yapılmış çalışmaların bazıları aşağıda verilmiştir.

Koç ve ark. (1996), tüketicilerin gıda ürünlerinde tercihini etkileyen değişkenlerin faktör analizi ile belirlenmesi adlı çalışmalarında, Koç (1997), domates salçası talebini belirlemek için yaptığı çalışmada, Koç ve ark. (1997), et tüketim çalışmalarında, Şahin ve Gül (1997), Adana ili kentsel alanda ailelerin süt ve süt mamulleri alım ve tüketim davranışları konulu araştırmalarında, Vuruş (1997), dondurulmuş gıda tüketimi ile ilgili bir araştırmasında, Yurdakul ve ark. (1997), Balcalı süt ürünlerinin imajının ölçülmesi için yapılan tüketici değerlendirmesi çalışmasında, "Anakitle Oranlarına Dayalı Kümelendirilmemiş Tek Aşamalı Basit Tesadüfi Olasılık Örnekleme" yöntemini kullanmışlardır.

Bu araştırma ile Van ilinde otlu peynir ve süt ürünleri tüketim yapısı incelenerek, tüketici davranışları ortaya konmaya çalışılmıştır. Ayrıca tüketicilerin bazı sosyal ve ekonomik yapı özellikleri de araştırmada verilmiştir.

### Materyal ve Yöntem

Araştırmanın birincil verilerini Van ili şehir merkezinde örnekleme yöntemiyle seçilen ailelerle bire bir görüşme yöntemiyle yapılan anketlerden sağlanan bilgiler oluşturmuştur. Çalışmada yeterli örnek hacmini belirlemek amacıyla tesadüfi olarak seçilen 45 aile ile anket yapılmıştır. Pilot anketlerden elde edilen bilgilerden hareketle örnek hacmi belirlenmiştir.

Araştırmada örnek hacmi "Anakitle Oranlarına Dayalı Kümelendirilmemiş Tek Aşamalı Basit Tesadüfi Olasılık Örnekleme" yöntemiyle saptanmıştır. Bu yöntemde en önemli değişken örnekleme dizayn faktörüdür (Koç ve ark, 1996 den, Collins, 1986).

Örnekleme formülü,

$$n = \frac{(t)^2 [1+(0,02)(b-1)] P.Q}{(E)^2}$$

t= %95 önem düzeyine karşılık gelen t tablo değeri

b= Örnekleme aşaması

P= Söz konusu olayın olma olasılığı( otlu peynir tüketen ailelerin oranı)

Q= Söz konusu olayın olmama olasılığı( otlu peynir tüketmeyen ailelerin oranı)

E= Örneklemede kabul edilen hata

Kümelendirilmemiş tek aşamalı olasılık örnekleme yönteminde formülde (b=1) olacak ve formül aşağıdaki şekle dönüşmektedir.

$$n = t^2(P.Q)/E^2$$

Bu araştırmada ailelerin %85 i otlu peynir tüketirken, %15'i tüketmemektedir. Bu oran izin verilen hata düzeyinde maksimum örnek hacmini verir. Araştırmada %5 hata kabul edilmiştir. Buna göre çekilecek örnek sayısı da aşağıdaki yöntemle hesaplanmıştır.

$$n = (1.96)^2 .(0.85).(0.15)/(0.05)^2 = 196 \text{ bulunmuştur.}$$

Örnek hacmi belirlendikten sonra Van ili kentsel alanda gelir düzeyleri dikkate alınarak, tesadüfi olarak seçilen mahallelerden yine tesadüfi olarak seçilen ailelerle anket çalışması yapılmıştır. Anket çalışmaları 1 Nisan -31 Mayıs 2000 tarihleri arasında yapılmıştır.

Araştırmada anket yoluyla elde edilen veriler ADA paket programı ile değerlendirilmiş, ortalama, oran, gruplama ve çaprazlama şeklinde analizler yapılarak tablolar halinde verilmiştir.

Anket yoluyla bilgi toplanan aileler gelir düzeylerine göre 3 gruba ayrılmıştır. Aylık geliri 250 milyon lira ve

daha az olan aileler düşük (1. Grup), 251 milyon ile 500 milyon arasında geliri olanlar orta (2. Grup) ve 501 milyon ve daha yüksek gelire sahip olanlar yüksek (3. Grup) gelir gruplarını oluşturmuşlardır.

## Bulgular ve Tartışma

### Ailelerin yapısı

Van ili kentsel alanında ailelerin gelir durumlarına göre dağılımları ve ortalama birey sayıları Çizelge 1'de verilmiştir. Ankara'da yapılan bir çalışmada aile genişliği 4.03, (Yüzbaşı ve ark, 1999) Adana ilinde yapılan tüketim çalışmalarında 4.72 (Koç ve ark. 1996), 4.55 (Şahin ve Gül, 1997), 4.5 (Hanta ve Yurdakul, 1995) olarak tespit etmişlerdir. Van ilinde yapılan bir tüketim çalışmasında ise 5.4 (Yıldırım ve ark, 1998) olarak bulunmuştur. Yapılan çalışmada ise ortalama birey sayısı 6.6'dır.

Çizelge 1. Gruplara göre aile ve ortalama birey sayıları

Gelir Grupları (Milyon/Ay)	Aile Sayısı		Ortalama Birey Sayısı
	Adet	(%)	
1. Grup <250 (Düşük Gelirli)	71	36.2	7.50
2. Grup 251-500 (Orta Gelirli)	86	43.9	6.23
3. Grup 501 +(Yüksek Gelirli)	39	19.9	5.75
Toplam/Genel Ortalama	196	100.0	6.60

Anket yapılan aile reislerinin meslekleri incelendiğinde, %38.8'i memur, %14.8'i işçi, %14.8'i serbest meslek, %13.3'ü esnaf, %9.1'i emekli, %5.1'i tüccar, %3.1'i işsiz ve %1'i ise çiftçi olduğu belirlenmiştir. Aile reislerinin %3.6'sı hiçbir eğitim almamışken, %24'ü ilkököl, %12.8'i ortaokul, %38.3'ü lise ve %21.3'ü ise üniversite mezunudur. Gelir grupları yükseldikçe eğitim düzeyleri de yükselmektedir. Aile reislerinin yaş ortalaması 42.9'dur

İncelenen ailelerde annelerin %24'ü hiçbir eğitim almamışken, %5.1'i ise okur yazardır. İlkokul mezunu

Çizelge 3. Ailelerin ortalama süt ürünleri tüketim miktarları ve fiyatları

Gelir Grupları	Açık Süt	Pastörize ve Sterilize Süt	Yoğurt	Beyaz Peynir	Kaşar Peyniri	Tulum Peyniri	Otlu Peynir	Tereyağı	Çökelek
1. Grup	15.51	1.46	12.85	1.03	0.14	0.08	6.66	0.69	1.27
2. Grup	19.70	3.91	17.62	2.12	0.67	0.51	5.77	1.65	0.83
3. Grup	16.18	11.77	11.72	1.38	0.87	0.23	4.87	1.54	1.26
Ortalama	17.48	4.59	14.71	1.58	0.52	0.30	5.91	1.28	1.07
Ortalama Fiyatlar(Kg/ 1000 TL)									
1. Grup	247	465	320	1.674	2.625	1.800	1.632	2.176	657
2. Grup	256	437	335	1.659	2.839	2.580	1.792	2.336	853
3. Grup	236	413	357	1.845	3.175	2.250	1.875	2.485	886
Ortalama	249	438	334	1.700	2.917	2.370	1.759	2.332	791

olanların oranı %31.6, iken ortaokul mezunlarının oranı %11.2, lise mezunlarının oranı %18.9 ve üniversite mezunlarının oranı ise %9.2'dir. Ev hanımlarının %83.7'si ücretli bir işte çalışmaz iken, %16.3'ü ücretli bir işte çalışmaktadır. Gelir grupları yükseldikçe ailede kadınların çalışma oranları da yükselmektedir.

Ailelerin ortalama olarak şehirde oturma süresi 21 yıldır. Ailelerin %67.4'ü kendi evinde otururken, %23.5'ü kira ve %9.2'si ise lojman ve yakınını evinde oturmaktadır.

Ailelerin ortalama geliri aylık 373,280,000 TL'dir. Aylık gıda harcamaları ortalama 272,680,000 TL iken, gıda harcamaları 150,660,000 TL'dir (Çizelge 2).

Çizelge 2. Ailelerin aylık gelir ve harcamaları (1000 TL)

Gelir Grupları	Aylık Gelir	Aylık Harcama	Aylık Gıda Harcaması
1. Grup	172,650	144,730	89,150
2. Grup	380,640	286,280	154,880
3. Grup	722,310	475,640	253,330
Genel Ortalama	373,280	272,680	150,660

### Süt ve ürünleri tüketimi ve fiyatı

Van ilinde ailelerin ortalama olarak aylık süt ve ürünleri tüketim miktarları 17.48 kg açık süt, 4.59 kg pastörize süt, 14.71 kg yoğurt, 1.58 kg beyaz peynir, 0.52 kg kaşar peyniri, 0.30 kg tulum peyniri, 5.91 kg otlu peynir, 1.28 kg tereyağı ve 1.07 kg çökelek olarak belirlenmiştir(Çizelge 3). Van ilinde beyaz peynir tüketimi oldukça düşük çıkarken, otlu peynir tüketiminin oldukça yüksek olduğu görülmüştür.

Van ilinde süt ve ürünleri fiyatları incelendiğinde, 1 Nisan-31 Mayıs 2000 tarihleri arasında açık süt 249 bin TL, pastörize süt 438 bin TL, yoğurt 334 bin TL, beyaz peynir 1.700 bin TL, kaşar peyniri 2.917 bin TL, Tulum peyniri 2.370 bin TL, otlu peynir 1.759 bin TL, tereyağı 2.332 bin TL ve çökelek 791 bin TL olarak bulunmuştur (Çizelge 3).

Görüşülen ailelere süt ve ürünlerini ne sıklıkta aldıkları sorulmuş ve alınan cevaplar Çizelge 4’de verilmiştir. Gıda ürünlerin paket ve ambalaj boyutları ile dayanıklılığı dikkate alınarak tüketiciler tarafından satın alınma sıklığı değişmektedir. Bunun yanında alışkanlıklara bağlı olarak da bazı ürünlerin uzun zaman periyodunda ve yüksek miktarlarda alındığı görülmektedir. Bir başka faktör ise ürünün nereden alındığı ile ilgilidir. Özellikle köylerden alınan ürünler miktar olarak yüksek düzeydedir.

Otlu peynirin yıllık olarak topluca alınması ve ailelerce kendileri tarafından yapılması, bu ürünün evlerde saklanma problemini de beraberinde getirmektedir. İlde otlu peynir küplere basılarak ve salamura yapılarak muhafaza edilmektedir.

Van ilde tüketimi oldukça yüksek olan otlu peynirin genellikle aylık (%38.6) ve yıllık (%30.1) olarak satın alındığı, yoğurdun ise daha çok haftada bir (%40.2) veya 2-3 günde bir (38.0) alındığı tespit edilmiştir (Çizelge 4).

Çizelge 4. Ailelerin süt ürünleri satın alma sıklığı

Süre	Açık Süt	Pastörize ve Sterilize Süt	Yoğurt	Beyaz Peynir	Kaşar Peyniri	Tulum Peyniri	Otlu Peynir	Tereyağı	Çökelek
Adet									
Günlük	51	8	19	-	-	-	7	3	2
2-3 Günde	70	23	68	8	3	1	7	5	1
Haftada	42	22	72	21	9	2	15	8	16
15 Günde	4	8	14	26	19	7	23	18	11
Ayda	3	10	4	29	30	7	65	54	32
Yılda	-	-	2	8	1	1	50	8	4
Toplam	170	71	179	92	62	18	167	96	66
(%)									
Günlük	30.0	11.3	10.6	-	-	-	4.2	3.1	3.0
2-3 Günde	41.2	32.4	38.0	8.7	4.8	5.6	4.2	5.2	1.5
Haftada	24.7	31.0	40.2	22.8	14.5	11.1	9.0	8.3	24.2
15 Günde	2.3	11.3	7.8	28.3	30.7	38.9	13.9	18.8	16.7
Ayda	1.8	14.0	2.3	31.5	48.4	38.9	38.6	56.3	48.5
Yılda	-	-	1.1	8.7	1.6	5.6	30.1	8.3	6.1
Toplam	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Çizelge 5’de görüleceği üzere ailelerin bir kısmı satın aldıkları ürünleri birden fazla yerden aldıklarını belirtmiştir. Bu yerler seyyar satıcılar, bakkal, market, şarküteri, semt pazarı ve köy olarak belirtilmiştir. Aileler arasında başta

Otlu peynir ve tereyağı olmak üzere yoğurt alımlarının daha ağırlıklı olarak köyden gerçekleştiği görülür. Bu durum, bu ürünlerin alımının daha çok yakın akraba ve tanıdıklar aracılığı ile gerçekleştirildiğini göstermektedir.

Çizelge 5. Ailelerin süt ürünleri satın aldıkları yerler

Yerler	Açık Süt	Pastörize ve Sterilize Süt	Yoğurt	Beyaz Peynir	Kaşar Peyniri	Tulum Peyniri	Otlu Peynir	Tereyağı	Çökelek
Adet									
Seyyar S.	93	-	15	-	-	-	3	1	3
Bakkal	35	5	46	10	2	1	16	5	7
Market	18	66	61	67	52	11	41	50	15
Şarküteri	4	-	3	6	5	4	14	7	7
Semt Paz.	-	-	1	-	-	-	22	4	8
Köy	29	-	56	9	3	4	72	29	26
Toplam	179	71	182	92	62	20	168	96	66
(%)									
Seyyar S.	52.0	-	8.2	-	-	-	1.8	1.0	4.6
Bakkal	19.5	7.0	25.3	10.9	3.2	5.0	9.5	5.2	10.6
Market	10.1	93.0	33.5	72.8	83.9	55.0	24.4	52.1	22.7
Şarküteri	2.2	-	1.7	6.5	8.1	20.0	8.3	7.3	10.6
Semt Paz.	-	-	0.5	-	-	-	13.1	4.2	12.1
Köy	16.2	-	30.8	9.8	4.8	20.0	42.9	30.2	39.4
Toplam	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

**Ailelerin tüketim davranışları**

Aileler süt ve ürünlerini satın alırken öncelikli olarak tazelik ve hijyene önem vermekte, fiyat daha az etkili

olmaktadır. Ailelerin belirttiği özelliklerin başında %71.4 ile tazelik gelirken, bunu %41.8 ile hijyen, %18.4 ile fiyat takip etmektedir (Çizelge 6). Gelir grupları itibariyle bu oranlar paralellik göstermektedir.

Çizelge 6. Ailelerin süt ürünlerini satın alırken dikkat ettikleri özellikler

Gelir Grupları	Tazelik	Hijyen	Frekans		
			Fiyat	Bulunabilme	Çeşitlilik
1. Grup	50	22	16	3	0
2. Grup	63	41	15	4	3
3. Grup	27	19	5	2	0
Toplam	140	82	36	9	3
Toplam Görüşülen Aile Sayısına Oranı					
1. Grup	70.4	31.0	22.5	4.2	0.0
2. Grup	75.9	47.7	17.4	4.7	3.5
3. Grup	69.2	48.7	12.8	5.1	0.0
Ortalama	71.4	41.8	18.4	4.6	1.5

Görüşülen ailelerin süt ve ürünlerinin fiyatı hakkındaki görüşleri ise fiyatın normal (%54.6) olduğu yönündedir. Fiyatların pahalı olduğunu belirten ailelerin oranı ise

%31.6'dır (Çizelge 7). Araştırmada süt ürünlerinin fiyatlarının çok ucuz olduğunu söyleyen aileye rastlanmamıştır.

Çizelge 7. Ailelerin süt ürünleri fiyatları hakkındaki düşünceleri

Gelir Grupları	Çok Pahalı		Pahalı		Normal		Ucuz		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
1. Grup	7	9.9	22	31.0	42	59.1	0	0.0	71	100.0
2. Grup	8	9.3	27	31.4	45	52.3	6	7.0	86	100.0
3. Grup	2	5.1	13	33.3	20	51.3	4	10.3	39	100.0
Top./Ort.	17	8.7	62	31.6	107	54.6	10	5.1	196	100.0

Not: Çok ucuz diyen aileye rastlanmamıştır.

Ailelere satın aldıkları sütü ne amaçla tükettikleri sorulmuştur. Görüşülen ailelerin verdiği cevaplar arasında sütün içme sütü olarak kullanımı %52.6 ile ilk sırayı alırken, bunu %40.3 ile pasta, sütlaç vb. yapımı izlemektedir. %39.3 yoğurt yapımında ve %37.8 çocuk beslenmesinde kullandıklarını belirtmişlerdir (Çizelge 8).

Görüşülen ailelerin bir kısmı, ilkbahar aylarında toplu miktarlarda süt alarak, gereksinimleri olan peynirleri kendilerinin yaptıklarını belirtmişlerdir. Başta otlu peynir yapmak üzere, ya şehir merkezinden süt satın alınarak ürüne dönüştürmekte veya kırsal alandaki yakınları aracılığı ile alınan sütler peynir yapımında kullanılmaktadır.

Çizelge 8. Ailelerin sütü tüketim şekilleri

Gelir Grupları	İçme Sütü		Çocuk Besleme		Yoğurt Yapımı		Pasta, Sütlaç vb.		Diğer	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
1. Grup	28	39.4	28	39.4	28	39.4	18	25.4	2	2.8
2. Grup	46	53.5	35	40.7	32	37.2	39	45.3	2	2.3
3. Grup	29	74.4	11	28.2	17	43.6	22	56.4	0	0.0
Top./Ort.	103	52.6	74	37.8	77	39.3	79	40.3	4	2.0

**Ailelerin otlu peynir tercihleri**

Van ilinde otlu peynir tüketimi alışkanlıklara bağlı olarak görülen bir tüketim davranış şeklidir. İlde, özellikle yöre halkı arasında otlu peynir tüketimi oldukça yaygındır. Van iline diğer gölgelerden gelen insanlar arasında otlu peynir tüketim oranı oldukça düşük düzeydedir. Buna

rağmen bazı ailelerde sonradan oluşan otlu peynir tüketim alışkanlıkları da görülmektedir. Otlu peynir tüketen ailelerin %10.2'si otlu peyniri kendisi de yaparken, %89.8'i bir başka yerden satın almaktadır. Otlu peynir tüketen ailelerin %33'ü otlu peynirin 4 ay ve daha uzun sürede olgunlaşabileceğini belirtirken 1-2 ay veya 3 ay sürede olgunlaşır diyenlerin oranları %28.1'dir (Çizelge 9).

Çizelge 9. Otlı peynir tüketen ailelerce otlu peynirin olgunlaşma süresi

Gelir Grupları	1-2 Hafta		1-2 Ay		3 Ay		4 Ay ve Yukarı		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
1. Grup	7	11.3	19	30.6	14	22.6	22	35.5	62	100.0
2. Grup	7	9.8	20	28.2	23	32.4	21	29.6	71	100.0
3. Grup	4	10.8	8	23.5	10	29.4	12	35.3	34	100.0
Top./Ort.	18	10.8	47	28.1	47	28.1	55	33.0	167	100.0

Ailelerin %67.7'si otlu peyniri küpte tüketirken, %26.3'ü salamura olarak tüketirken, %6'sı ise farklı şekillerde tüketmektedir. Otlı peynir tüketen ailelerin peynir içindeki ot miktarının normal olmasını tercih ettikleri belirlenmiştir (%62.3). Bu oran tüm gelir

gruplarında %50 den yüksektir. Peynir içindeki ot miktarının çok olmasını isteyenlerin oranı ise sadece %4.2'dir (Çizelge 10).

Çizelge 10. Otlı peynir tüketen ailelerce otlu peynirde ot miktarı tercihleri

Gelir Grupları	Çok Az		Az		Normal		Fazla		Çok Fazla		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
1. Grup	4	6.5	6	9.7	40	64.5	10	16.1	2	3.2	62	100.0
2. Grup	2	2.8	14	19.7	46	64.8	6	8.5	3	4.2	71	100.0
3. Grup	3	8.8	8	23.5	18	52.9	3	8.8	2	5.9	34	100.0
Top./Ort.	9	5.4	28	16.8	104	62.3	19	11.4	7	4.2	167	100.0

İlde otlu peynire katılan ot çeşitleri yörede yetişen ve insanlar tarafından sevilen çeşitlerdir. Görüşülen ailelerce otlu peynir tercih etmelerindeki en önemli faktörün tat ve aroma (%64.7) olduğu, bunu %59.3 ile alışkanlık ve %22.2 ile de içindeki ot çeşitlerinin varlığı izlemiştir (Çizelge 11).

Görüşülen ailelerin %76.2'si Otlı peyniri kahvaltıda dışında pasta ve böreklerde kullandıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca ailelerin %21.5'i de Otlı peyniri her öğünde tüketmektedir.

Çizelge 11. Otlı peynir tüketen ailelerce otlu peynirin tercih sebebi

Gelir Grupları	Alışkanlık		Tat ve Aroma		İçindeki Ot Çeşidi		Kolay Bulunması	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
1. Grup	36	58.1	38	61.3	15	24.2	6	9.7
2. Grup	43	60.6	50	70.4	18	25.4	2	2.8
3. Grup	20	58.8	20	58.8	4	11.8	1	2.9
Top./Ort.	99	59.3	108	64.7	37	22.2	9	5.4

## Sonuçlar

Van ili kentsel alanda ailelerin %85'inin otlu peynir tükettiği, tüketime başta otların tat ve aroması olmak üzere, alışkanlıkların devam etmesinin neden olduğu görülmüştür. Otlı peynir tüketiminin yüksek olmasından dolayı ilde beyaz peynir tüketimi oldukça düşük düzeydedir. Süt başta içme sütü olmak üzere, yoğurt yapımı ve çocuk beslenmesinde kullanılmaktadır. Yöreye has ürün olmasından dolayı otlu peynir ailelerce ağırlıklı olarak köylerden temin edilmektedir. Buna rağmen başta marketler olmak üzere bakkal ve şarküterilerde de otlu peynir satılmaktadır. Yöre insanının dışında, ilde yaşayan diğer insanlar arasında da otlu peynir tüketimi görülmektedir.

## Kaynaklar

- Collins, M., 1986. Sampling (Editör: Worcester, R.M., ve Downhom, J., 1986). *Consumer Market Research Handbook*. Elsevier Science Publishing Company Inc.
- Coşkun, H. ve B. Öztürk, 1998, Van otlu peynirinin tüketim alışkanlıkları yönünden incelenmesi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*. 5(1):38-46.
- Çivi, H., A. Z. Gürler, K. Esengün ve O. Karkacı, 1993. Tokat il merkezinde yaşayan hanehalklarının süt tüketim durumu üzerine bir araştırma. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Zir. Fak.si Derg.*, 10(1): 97-107.

- Gülten, Ş., F. Yavuz ve O. Yavuz, 1987. Atatürk üniversitesi ziraat fakültesi ziraat işletmesinde üretilen süt ve süt ürünlerinin Erzurum'da pazarlama imkanları. *Atatürk Üniversitesi Zir. Fak. Derg.*, 18(1-4):27-33.
- Hanta, B. ve O. Yurdakul, 1995. Adana ili kentsel alanda hayvansal gıda tüketim yapısı. *Çukurova Üniversitesi Zir. Fak. Derg.*, 10(2):169-184. Haziran-1995.
- Koç, A.A., Ş. Akdemir ve K. Taşdan, 1996. Tüketicilerin gıda ürünlerinde tercihini etkileyen değişkenlerin faktör analizi ile belirlenmesi: Adana'da makarna örneği. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1):7-22.
- Koç, A.A., 1997. Domates salçası talebinin kalitatif analizi: Adana'da yatay-kesit çalışması sonuçları. *Çukurova Üniversitesi Zir. Fak. Derg.*, 12(3): 181-190.
- Koç, A.A., E. Aktaş ve Ş. Akdemir, 1997. Adana'da et tüketimi ve harcama esneklikleri: bir yatay kesit çalışması. *Çukurova Üniversitesi Zir. Fak. Derg.*, 12(2): 1-10.
- Kurt, A., M. Demirci ve E. Kurdal, 1977. Erzurum piyasasında satılan sütlerin bileşimleri ve bu sütlerin çeşitli hileler yönünden araştırılması. (kış mevsiminde piyasaya arz edilen sütler). *Atatürk Üniversitesi Zir. Fak. Derg.*, 8(2-3): 1-19.
- Şahin, K. ve O. Yurdakul, 1996. Mandıralarda yapısal ve ekonomik sorunların işletme yapılarına etkileri. *Türkiye 2. Tarım Ekonomisi Kongresi*. 1: 359-364. 4-6 Eylül 1996.
- Şahin, K. ve A. Gül, 1997. Adana ili kentsel alanda ailelerin süt ve süt mamulleri alım ve tüketim davranışları. *Çukurova Üniversitesi Zir. Fak. Derg.*, 12(4): 59-68.
- Vuruş, H., 1997. *Dondurulmuş Gıda Tüketimi ve Tüketimi Belirleyen Sosyo-Ekonomik Faktörler; Adana İlinde Bir Yatay Kesit Çalışması*. Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi. Kod 241.S:121. Adana.
- Yalçınkaya, O., 1999. *Van İli Erçiş İlçesinde Hayvansal Gıda Tüketim Yapısı*. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Van.
- Yıldırım, İ., İ. Acar ve Ş. Uluat, 1998. Van ili merkez ilçede kırmızı et tüketim yapısı. *Doğu Anadolu Tarım Kongresi*. Cilt: 2. Sayfa: 1636-1644. 14-18 Eylül 1998. Erzurum.
- Yurdakul, O., F. Emeksiz, A. A. Koç ve B. Hanta, 1997. Balcalı süt ürünlerinin imajının ölçülmesi (tüketici değerlendirmesi). *Çukurova Üniversitesi Zir. Fak. Derg.*, 12(3): 39-48.
- Yüzbaşı, N., A. Erkuş ve E. Sezgin, 1999. Keçiören şefkat mahallesinde çeşitli gelir gruplarındaki ailelerde süt ve süt ürünleri tüketimi. *Gıda Dergisi*. Yıl:24. Sayı: 1. Ocak-Şubat 1999. Ankara.

