

## ŞANLIURFA İLİ KENTSEL ALANDA TÜKETİCİLERİN SÜT TÜKETİM DÜZEYLERİ VE SÜT TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI

*Yusuf ÇELİK<sup>1</sup>, Bahri KARLI<sup>2</sup>, Abdulkaki BİLGİÇ<sup>2</sup>, Şerafettin ÇELİK<sup>3</sup>*

### ÖZET

Bu çalışma, Türkiye'nin diğer bölgelerindeki illerden farklı iklim ve sosyo-ekonomik yapıya sahip Şanlıurfa İli Merkez ilçe kentsel alanda tüketicilerin süt tüketim düzeylerini ve tüketim davranışlarını incelemek amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla kullanılan veriler, farklı gelir düzeyine sahip ailelerden anket yoluyla elde edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, aile başına aylık süt tüketimi ortalama 16,4 litre, yıllık kişi başına süt tüketimi 39,5 litre olarak tespit edilmiştir. Aylık süt harcamasının, toplam gıda harcaması içindeki payı ortalama %5,3 olarak tespit edilmiştir. Süt tüketiminde ailelerin 0-10 yaş grubu çocuk sayısı etkili bir faktör olarak gözlenmiştir. Ailelerce tüketilen sütün % 46,3'ünü açık süt oluştururken, % 53,7'sini ambalajlı süt oluşturmaktadır. Açık sütün % 33,7 gibi en büyük bir bölümü hijyenik koşullarda üretim yapmayan sokak sütçülerinden temin edilmektedir. İlde süt tüketiminde önemli sorun olan sokak sütçülüğüne ve açık süt satışına yönelik yasal ve altyapı çalışmaları ile önlem alınması gerekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Süt tüketim alışkanlığı, Pazarlama, Şanlıurfa.

### The Level of Milk Consumption and Consumption Pattern of Consumers In Sanliurfa Urban Areas

### ABSTRACT

This study was designed to examine the demand for milk and consumer behavior about milk consumption in Sanliurfa province where social and economical structure are different than its in the other regions provinces of Turkey. The data for the study were collected by a survey method including different income groups of households. According results, the average montly demand for milk for a household was 16,4 litre, while the annual demand for milk for a person was 39,5 litre. Household milk expenditure in total food expenditure was 5,3 percent. Children aged between 0 and 10 are a major determinant for milk consumption in household. In average, it was observed that 46,3 percent of the milk consumed was unpacked, while 53,7 percent of the milk demanded was packaged. The most important potion of unpacked milk (33.7%) was purchased from milk man in the street who does not care of hygienic when its produce. New law and infrastructural investment must be established in order to solve the problems of unpacked milk marked in the provinces.

**Key Word:** Milk Consumption habit, Marketing, Sanliurfa.

## 1. GİRİŞ

Türkiye'de süt sektöründe üretimden tüketime kadar bir çok yapısal problem vardır. Bu problemlerden üretimle ilgili en önemlileri, süt arzının genellikle yaygın ve dağınık aile işletmelerinde düşük verimli yayla-mera sığırcılığı ile koyun sütü üretimine dayanmasıdır. Tüketimle ilgili

problemlerin başında ise süte gereken önemin verilmemesi ve yeterince tüketilmemesidir. Nitekim, Türkiye'de kişi başına içme sütü tüketimi 15 kg/yıl iken, AB'de 95 kg/yıl, ABD'de 95 kg/yıl, Rusya'da 94 kg/yıl dır (Tan, 2003). Diğer taraftan 1998 yılında, dünya ortalamasında kişi başına 93,7 litre süte eşdeğer süt ve süt ürünleri tüketilirken, bu rakam ABD'de 292,0 litre,

<sup>1</sup>Selçuk Üniv. Ziraat Fak. Tarım Ekonomisi Bölümü, KONYA

<sup>2</sup>Harran Üniv. Ziraat Fak. Tarım Ekonomisi Bölümü, ŞANLIURFA

<sup>3</sup>Harran Üniv. Ziraat Fak. Gıda Mühendisliği Bölümü, ŞANLIURFA

AB'de 342,5 litre ve Türkiye'de ise 155 litre olarak hesaplanmaktadır (Benli, 2004).

İnsanların günlük tüketmesi gerekli olan süt miktarı, kişinin içinde bulunduğu duruma göre değişmektedir. Günlük olarak tüketilmesi önerilen ortalama süt miktarı bebekler için 700 g, çocuklar için 400 g, gençler için 350 g, yetişkinler için 250 g, hamile ve bebek emziren kadınlar için 500 g ve yaşlılar için 350 g olarak tavsiye edilmiştir (Ayar ve Demirulus).

Süt tüketiminde, tüketilen süt miktarı kadar önemli bir diğer faktörde, tüketilen sütün niteliğidir. Çünkü sütün bileşiminde insanlar için faydalı besin maddelerinin bulunması yanında, ayrıca insanlara zararlı mikroorganizmalarında gelişeceği bir ortam söz konusudur. Bu nedenle süt üretildikten sonra ya içme sütüne yada süt ürünlerine işlenerek tüketicilere arz edilmesi gerekmektedir. Türkiye'de üretilen sütün %40'ı herhangi bir işleme tabi tutulmadan çiğ süt olarak tüketiciye ulaşırken, %50'si mandıralarda, %10'u ise modern işletmelerde işlenmektedir. Gelişmiş ülkelerde ise üretilen sütün %0.5-0.6'sı işlem görmeden tüketiciye ulaşırken, %99.5'i modern işletmelerde işlenmektedir (Gönç vd., 1993; Tan ve Ertürk, 2002).

Süt ve süt ürünleri gibi gıda maddelerinin sadece tüketilen miktarları değil bunların üreticiden tüketiciye ulaşana kadar geçirdikleri tüm aşamalarda standartları da tüketicilerin tüketim alışkanlıklarına ve sağlıklarına etki etmektedir. Bu kapsamda gelişmiş ülkelerde tüketicilerin sağlığı ve kalite beklentileri göz önüne alınarak düzenlemeler yapılmaktadır. Örneğin, son 40 yıldır AB, gıdaların sağlığı ile ilgili çok geniş yasalar, standartlar ve izleme prosedürleri oluşturmaktadır. AB tüketilen gıdaların sağlıklı olduğundan emin olmak için üretimin yapıldığı çiftlikten tüketicinin masasına ulaşmaya kadar gıda işleme ve imalat sürecinin her aşaması ile ilgilenmektedir. Bunu gerçekleştirmede görevler gıda endüstrisi, Avrupa Komisyonu, üye ülkeler ve acenteler arasında paylaşılmaktadır.

Türkiye'de AB uyum müzakereleri çerçevesinde gıda güvenliğini sağlamak amacıyla "Gıda Kodeksi" gibi önemli mevzuat ve Kanun Hükmünde Kararnameler çıkararak tüketicilere sağlıklı gıda temin edilmesi yönünde çalışmalar yürütülmekle beraber bu mevzuat ve yönetmeliklerin uygulanmasında sorunlar yaşanmaktadır.

Süt tüketim düzeyi ve tüketilen sütün niteliği Türkiye genelinde yukarıda ifade edildiği gibi olmakla beraber, Türkiye'nin bölgeleri itibariyle, gerek sosyal faktörlerin etkisi ve gerekse de ekonomik faktörlerin etkisi ile farklı olduğu aşağıda verilen literatür özetlerinden anlaşılmaktadır.

Türkiye'de konu ile ilgili olarak değişik bölgelerde yapılmış çalışmalardan bazıları aşağıda verilmiştir.

Gülten ve ark. (1987), yaptıkları çalışmada, Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi gıda işletmesinde üretilen süt, beyaz ve kaşar peynir ile yoğurdun Erzurum ilinde pazarlanma imkanlarını incelemişlerdir. Araştırma sonucuna göre, süt ve süt ürünleri satan işyerlerinden % 95'i süt, % 92'si beyaz peynir, % 70'i kaşar peyniri ve % 81'i de yoğurt sattığını belirlemişlerdir.

Çivi ve ark. (1993), Tokat ilinde süt üretim, pazarlama ve tüketim yapısı ile ilgili yaptıkları çalışmada, ilde kişi başına yıllık süt tüketiminin 20.4 kg olduğunu belirlemişlerdir.

Hanta ve Yurdakul (1995), yaptıkları çalışmada, Adana ilinde hane halklarının gıda harcamalarının % 15.1'inin süt tüketimine, % 51,8'inin ise süt ürünlerine yapıldığını belirlemişlerdir.

Şahin ve Gül (1997), Adana ilinde hane halklarının süt ve süt ürünleri tüketimleri ve tüketim alışkanlıklarını inceledikleri çalışmalarında, İlde ailelerin aylık 16,3 kg açık süt, 3,7 kg pastörize süt, 7,7 kg yoğurt, 3,6 kg beyaz peynir, 0,7 kg kaşar peyniri 0.7 kg tereyağı tükettikleri belirlenmiştir.

Yüzbaşı ve Ark. (1999), yaptıkları çalışmada, Ankara ili Keçiören ilçesinde farklı gelir gruplarındaki ailelerin süt ve süt ürünleri tüketimlerini incelemişlerdir. İncelenen ailelerin aylık 7,58 kg süt, 1,38 kg

peynir ve 0,29 kg tereyağı tükettiklerini belirlemişlerdir.

Andiç ve ark. (2002), Van ili Merkez ilçede yaptıkları çalışmada ailelerin süt tüketim düzeylerini belirlemişlerdir. Araştırma sonucuna göre ailelerin yıllık ortalama süt tüketimleri 243,4 kg açık süt, 37,2 kg pastörize süt, 180,1 kg yoğurt, 17,4 kg beyaz peynir, 6,2 kg kaşar peyniri, 3,7 kg tulum peyniri, 74,6 kg otlı peynir, 16,5 kg tereyağı tükettikleri belirlenmiştir.

Şimşek ve ark. (2005), İstanbul İlinde farklı sosyo-ekonomik yapıya sahip ailelerin içme sütü alışkanlıkları üzerine, yaptıkları çalışmada, ailelerde kişi başına yıllık ortalama süt tüketim düzeyinin 34 lt olduğunu ve farklı soyo-ekonomik yapıya sahip ailelerin tüketim yapılarının benzerlik gösterdiğini saptamışlardır.

Bu çalışma, Şanlıurfa ilinde daha önce böyle bir çalışmanın yapılmaması ve Türkiye'de bölgeler itibariyle süt ve süt ürünlerinin sosyo-ekonomik koşullara bağlı olarak farklılık gösterdiği gerekçesi kapsamında, Türkiye'nin diğer bölgelerindeki illerden iklim ve sosyo-ekonomik farklılığı olan Şanlıurfa İlinde, tüketicilerin süt tüketim düzeylerini ve tüketim davranışlarını belirlemek amacıyla yapılmıştır.

## 2. MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmanın temel materyalini, Şanlıurfa ili Merkez İlçe kentsel alanda yaşayan hane halklarından anket yoluyla elde edilen veriler oluşturmaktadır. Ayrıca konu ile ilgili yapılmış araştırma sonuçları ve istatistiki bilgilerden de yararlanılmıştır.

Anket yapılan hane halkı sayısı belirlenirken, örneklemede kullanılacak

hane halklarına ilişkin çocuk sayısı veya gelir düzeyleri gibi kriterlere ulaşmak mümkün olmadığından, konu ile ilgili benzer çalışmalarda yapılan anket sayıları dikkate alınarak, 200 aile ile anket yapılmıştır. Yapılan anketlerden 3'ünün eksik ve yeterli olmaması nedeniyle değerlendirmeler 197 anket üzerinden yapılmıştır. Ayrıca, anket yapılırken, ilde farklı sosyo-ekonomik yapıya sahip bölgeler dikkate alınmıştır. Anketler 2004 yılı Mart ayında yapılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler, Excel programında değerlendirilmiş olup, her bir gelir grubu ortalaması ve tüm aileler ortalaması olarak tablolar halinde miktar ve oran değerleri verilerek analizler yapılmıştır.

## 3. ARAŞTIRMA BULGULARI

### 3.1. İncelenen Ailelerin Gelir Gruplarına Göre Gıda Harcamaları

İncelenen ailelerde aylık gıda harcamaları Çizelge 1'de verilmiştir. Çizelge 1'den de görüldüğü gibi gelir grupları itibariyle gıda harcaması farklılık arz etmektedir. En düşük gelir grubunda gıda harcaması aylık 170,60 YTL iken, en yüksek gelir grubunda ortalama aylık gıda harcaması 432,20 YTL'dir. Aileler ortalaması olarak aylık gıda harcaması 296,36 YTL'dir. Aylık gıda harcaması gelir gruplarına paralel olarak artış göstermektedir. Gıda malları, zorunlu tüketim malları arasına girmekle beraber, tüketicilerin gelir düzeyi zorunlu gıda harcamalarını da etkilemektedir.

İncelenen ailelerin aylık süt harcamaları gelir grupları itibariyle farklılık göstermektedir. Nitekim en düşük gelir grubunda aylık süt harcaması 13,00 YTL iken, en yüksek gelir grubunda 20,84 YTL'dir. Aylık süt harcaması, 501-750 YTL

**Çizelge 1.** Ailelerin Aylık Gıda ve Süt Harcaması

Gelir Grupları (Aylık) YTL	Ailelerin Aylık Gıda Harcamaları YTL (1)	Ailelerin Aylık Süt Harcamaları YTL (2)	Oran % (2/1)
1-250	170,60	13,00	7,6
251-500	252,40	14,60	5,8
501-750	319,40	13,32	4,2
751-1000	333,98	17,16	5,1
1000+	432,20	20,84	4,8
Ortalama	296,36	15,56	5,3

gelir grubunda bir önceki gelir grubuna göre düşük olsa da, genelde süt harcamaları da gelir gruplarına paralel olarak artış göstermektedir.

Aylık süt harcamalarının, aylık toplam gıda harcamaları içindeki payı gelir grupları itibariyle % 4,2 ile % 7,6 arasında değişmekte olup aileler ortalamasında % 5,3'dür. DİE verilerine göre, Türkiye'de ailelerin aylık gıda harcaması içinde süte yapılan harcamanın payı % 3,6 olarak tespit edilmiştir (DİE, 2003).

### 3.2. İncelenen Ailelerin Süt Tüketim Düzeyleri

Araştırmanın anket çalışması esnasında aile temsilcilerine ortalama olarak aylık süt tüketim miktarları sorulmuş ve aylık süt tüketim düzeyleri Çizelge 2'de verilmiştir. Aileler genelinde ortalama aylık süt tüketimi 16,2 litre olarak belirlenmiştir. Gelir grupları itibariyle ailelerin aylık süt tüketimleri 12,4 litre ile 19,2 litre arasında farklılık arz etmekle beraber, aylık en fazla süt 19,2 litre ile 1000 YTL ve daha fazla gelire sahip ailelerce tüketilmektedir.

Ailelerin yıllık süt tüketim düzeyleri incelendiğinde, yıllık kişi başına süt tüketimi gelir grupları itibariyle 32,9 litre ile 47,1 litre arasında değişmekte olup aileler ortalamasında 39,5 litre düzeyindedir. DİE'nin hane halkı tüketim harcamaları

çalışmasında Türkiye ortalaması kişi başına yıllık süt tüketimi ise 33,6 olarak tespit edilmiştir (DİE, 2003). Araştırma alanında kişi başına düşen yıllık süt tüketim miktarı Türkiye ortalamasının üzerindedir.

İncelenen ailelerin süt tüketimine çocuk sayısı ve çocukların yaş durumunun etkisi incelendiğinde, ilk üç gelir grubunda, 0-10 yaş grubu çocuk sayısı ile aylık süt tüketimi arasında doğrusal bir ilişki olduğu görülmektedir (Çizelge 3). Nitekim, 1. gelir grubunda (1-250 YTL) 0-10 yaş grubunda 2,2 çocuk varken süt tüketimi 16,4 litre, 2. gelir grubunda (251-500 YTL) 2,3 çocuk varken, süt tüketimi 17,6 litre ve 3. gelir grubunda ise 1,1 çocuk varken buna paralel aylık süt tüketimi 12,4 litredir. 4. gelir grubundan sonra 0-10 yaş grubu çocuk sayısı ilk gruplara göre az olmasına karşın aylık süt tüketiminin aynı düzeyde veya yüksek olması gelir etkisi ile açıklanabilir.

İncelenen ailelerde tüketilen sütün ne sütü olduğu sorulduğunda, aileler ortalaması olarak, kullanılan sütün % 87,8'ini inek sütü, % 7,4'ünü koyun sütü, % 2,4'ünü keçi sütü ve % 2,4'lük kısmını da bilinmeyen miktar oluşturmaktadır (Çizelge 4).

Tüketilen sütün çeşidine, hayvan türüne göre üretilen süt miktarı etkili olmaktadır. Nitekim, DİE'nin 1999 yılı verilerine göre, Türkiye genelinde üretilen yaklaşık 10 milyon ton sütün % 88,9'u sığır sütü, % 8'i koyun sütü ve % 2,4'ü keçi sütü, geri kalanı

**Çizelge 2.** İncelenen Ailelerin Süt Tüketim Düzeyleri

Gelir Grupları (YTL)	Aile Sayısı (Adet)	Ailedeki Ortalama Birey Sayısı (Kişi)	Aile Başına Aylık Süt Tüketimi (L)	Yıllık Kişi Başına Süt Tüketimi (L)
1-250	34	5,1	16,4	41,8
251-500	50	6,2	17,6	36,9
501-750	36	4,9	12,4	32,9
751-1000	49	5,0	16,0	41,6
1000+	28	5,3	19,2	47,1
Top./Ort.	197	5,4	16,2	39,5

**Çizelge 3.** Gelir Gruplarına Göre Çocuk Sayısı ve Süt Tüketimi

Gelir Grupları (YTL)	0-10 Yaş		11-20 Yaş		21+ Yaş		Toplam		Aylık Aile Başına Süt Tüketimi
	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran	
1-250	2,2	68,8	0,9	28,1	0,1	3,1	3,2	100,0	16,4
251-500	2,3	57,5	1,2	30,0	0,5	12,5	4,0	100,0	17,6
501-750	1,1	44,0	1,0	40,0	0,4	16,0	2,5	100,0	12,4
751-1000	1,2	42,8	1,1	39,3	0,5	17,9	2,8	100,0	16,0
1000+	1,3	52,0	0,6	24,0	0,6	24,0	2,5	100,0	19,2
Top./Ort.	1,6	53,3	1,0	33,3	0,4	13,4	3,0	100,0	16,2

ise manda sütünden oluşmaktadır. Araştırma da incelenen ailelerin tükettikleri süt türü oranları ile bu oranlar paralellik arz etmektedir.

### 3.3. İncelenen Ailelerin Süt Alım Şekilleri

İncelenen ailelere tükettikleri sütün ne kadarını açık ne kadarını ambalajlı süt olarak satın aldıkları sorulduğunda, aileler ortalaması olarak satın alınan sütün % 46,3'ü açık ve % 53,7'si ise ambalajlı süt olduğu tespit edilmiştir. Gelir grupları itibariyle tüketim yapısı incelendiğinde, ilk üç gelir grubunda tüketilen toplam sütün yarısından fazlasını açık süt oluştururken, 751-1000 milyon ve 1 milyar ve üzeri gelir grubunda tüketilen sütün % 30 ve %35 gibi bir kısmını açık süt oluşturmaktadır (Çizelge 5). Bu da, düşük gelir gruplarındaki ailelerde açık sütün daha çok kullanıldığını göstermektedir. Ambalajlı süt kullanım oranı gelir düzeyi arttıkça artış göstermektedir.

1998 yılında İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde yapılan bir araştırmada ise bu kentlerde içme sütü endüstrisi gelişmiş

olmasına karşın, tüketicilerin genel olarak % 49'unun açık ya da sokak sütü tükettikleri belirlenmiştir (Karagözlü ve Kavas, 1998).

İncelenen ailelerin açık sütü alım yerleri incelendiğinde, aileler ortalaması olarak % 33,7'si açık sütü sokak sütçülerinden aldıklarını, % 27,0'si bakkal ve pastanelerden aldıklarını, %15,7'si küçük ölçekli marketlerden satın aldıklarını ve % 7,9'u ise kendilerinin ürettiklerini ifade etmişlerdir(Çizelge 6). Açık sütün satışını şehir içi ve şehir kenarında sütçülük yapan aileler yaparken, bakkal-pastane ve marketlerde şehre yakın köylerden gelen açık sütler satılmaktadır.

Tüketicilerin perakendeci seçiminde çeşitli faktörler etkilidir. Bunlar alış-veriş kolaylığı, tüm ihtiyaçların bir yerden giderilmesi, ucuzluk, promosyon, ulaşım, sosyal imkanlar vb. faktörlerdir. Araştırmada da geleceğe yönelik bazı ipuçları elde etmek amacıyla, ailelerin ambalajlı süt satın alma yerleri sorulmuştur(Çizelge 7).

Ailelerin ortalama olarak % 61,4 gibi büyük bir bölümü ambalajlı sütü süper marketlerden aldıklarını, % 21,1'i bakkaldan

**Çizelge 4.** Tüketicilerin Aldıkları Sütün Türüne Göre Dağılımı

Gelir Grupları	İnek Sütü		Koyun Sütü		Keçi Sütü		Bilmiyorum		Toplam	
	Mik. (Lt)	Oran (%)	Mik. (Lt)	Oran (%)	Mik. (Lt)	Oran (%)	Mik. (Lt)	Oran (%)	Mik. (Lt)	Oran (%)
1-250	3,5	85,4	0,3	7,3	0,2	4,9	0,1	2,4	4,1	100,0
251-500	3,7	84,1	0,4	9,1	0,2	4,5	0,1	2,3	4,4	100,0
501-750	2,8	90,3	0,3	9,7	-	-	-	-	3,1	100,0
751-1000	3,8	95,0	0,1	2,5	-	-	0,1	2,5	4,0	100,0
1000+	4,4	91,7	0,4	8,3	-	-	-	-	4,8	100,0
Top./Ort.	3,6	87,8	0,3	7,4	0,1	2,4	0,1	2,4	4,1	100,0

**Çizelge 5.** Ailelerin Süt Alım Şekilleri

Gelir Grupları	Açık Süt		Ambalajlı Süt		Toplam	
	Miktar (lt)	Oran (%)	Miktar (lt)	Oran (%)	Miktar (lt)	Oran (%)
1-205	9,2	56,1	7,2	43,9	16,4	100,0
251-500	10,8	61,4	6,8	38,6	17,6	100,0
501-750	7,6	61,3	4,8	38,7	12,4	100,0
751-1000	4,8	30,0	11,2	70,0	16,0	100,0
1000+	6,8	35,4	12,4	64,6	19,2	100,0
Ortalama	7,6	46,3	8,6	53,7	16,2	100,0

**Çizelge 6.** Ailelerin Açık Süt Alım Yerleri (%)

Gelir Grupları (Aylık) YTL	Market	Bakkal-Pastane	Sokak Sütçülerinden	Kendi Üretenler	Toplam
1-205	11,2	22,2	44,4	22,2	100,0
251-500	11,1	29,6	40,8	11,1	100,0
501-750	25,0	20,0	35,0	5,0	100,0
751-1000	21,7	26,1	17,4	4,3	100,0
1000+	9,1	36,4	36,4	-	100,0
Ortalama	15,7	27,0	33,7	7,9	100,0

ve % 17,5'i ise kendi semtlerindeki küçük ölçekli marketlerden satın aldıklarını ifade etmişlerdir.

Tüketicilerin ambalajlı süt satın alırken büyük oranda firma adı yani marka tercihi yaptıkları tespit edilmiştir (Çizelge 8).

Nitekim ambalajlı süt satın alırken ailelerin ortalama % 56,2 gibi büyük bir bölümü firma ismine daha fazla dikkat ederken, % 18,4'ü diğer faktörlerden son kullanım tarihi, promosyon ve ambalaj renk ve kalitesine dikkat ettiklerini, %17,5'i fiyata, % 7,9'u ise yağ oranına dikkat ettiklerini ifade etmişlerdir

Tüketicilerin marka tercihinde en etkili faktörün satın alınan sütün kalitesi olduğu belirlenmiştir. Nitekim, Çizelge 9'dan da görüldüğü gibi kaliteyi 1. derecede önemseyenlerin oranı % 71,6'dır. Birinci derecede etkili faktör olarak görülen bir diğer hususta güvenilirliktir. Güvenirliliği ikinci derecede etkili faktör olarak

değerlendirenlerin oranı ise % 53,5'dir.

Ailelerin süt tüketiminde mevsimsel farklılıkların etkili olacağı düşüncesiyle, sütü en çok hangi mevsimde tükettikleri sorulmuştur. Ortalama olarak ailelerin % 76,2 gibi büyük bir bölümünün sütü en çok kış mevsiminde, % 9,1'i ilkbaharda, % 7,9'u yazın, % 6,7'si ise sonbaharda tükettiklerini ifade etmişlerdir (Çizelge 10).

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Şanlıurfa ili Merkez ilçe kentsel alanda incelenen ailelerin aylık süt tüketimleri ortalama 16,4 litre, yıllık kişi başına tüketilen süt miktarı ise 39,5 litre olarak tespit edilmiştir. Ailelerin süt tüketim düzeyi gelir gruplarında farklılık göstermekle birlikte, yüksek gelirli ailelerde süt tüketim düzeyi diğerlerine göre daha yüksektir. Ayrıca, ailelerde 0-10 yaş grubu çocuk sayısının da süt tüketimine pozitif etki yaptığı

**Çizelge 7.** Ailelerin Ambalajlı Süt Alım Yerleri (%)

Gelir Grupları (Aylık)YTL	Süper Market	Küçük Ölçekli Market	Bakkal	Toplam
1-250	25,0	33,3	43,7	100,0
251-500	58,3	12,5	29,2	100,0
501-750	52,4	28,6	19,0	100,0
751-1000	72,7	12,1	15,2	100,0
1000-+	85,0	10,0	5,0	100,0
Ortalama	61,4	17,5	21,1	100,0

**Çizelge 8.** Ambalajlı Süt Satın Alınırken Dikkat Edilen Hususlar (%)

Gelir Grupları	Firma Adı	Yağ Oranı	Fiyat	Diğer	Toplam
1-250	43,7	6,3	6,3	43,7	100,0
251-500	54,1	12,5	16,7	16,7	100,0
501-750	57,2	4,8	19,0	19,0	100,0
751-1000	57,6	9,1	21,2	12,1	100,0
1000-+	65,0	5,0	20,0	20,0	100,0
Ortalama	56,2	7,9	17,5	18,4	100,0

**Çizelge 9.** Marka Tercihinde Etkili Olan Faktörler (%)

Faktörler	Önem Derecesi				Toplam
	1. Derecede	2. Derecede	3. Derecede	4. Derecede	
Kalite	71,6	23,9	3,0	1,5	100,0
Ucuzluk	9,4	23,6	47,2	19,8	100,0
Güvenirlilik	25,2	53,5	19,7	1,6	100,0
Ambalajı	4,4	3,3	27,5	64,8	100,0

**Çizelge 10.** Ailelerin Sütü En Çok Tükettiği Mevsim (%)

Gelir Grupları (Aylık)YTL	İlkbahar	Yaz	Sonbahar	Kış
1-250	15,0	10,0	15,0	60,0
251-500	11,4	9,1	6,8	72,7
501-750	9,3	6,3	6,3	78,1
751-1000	5,0	7,5	5,0	82,5
1000-+	7,1	7,1	3,6	82,1
Ortalama	9,1	7,9	6,7	76,2

gözlenmiştir.

Ailelerin satın aldıkları sütün ortalama olarak % 87,8'ini inek sütü, % 7,4'ünü koyun sütü, % 2,4'ünü keçi sütü ve yine % 2,4'ünü kaynağı bilinmeyen süt oluşturmaktadır.

Türkiye'de sütçülük sektöründe önemli bir sorun olan sokak sütçülüğü, araştırma alanında da önemli bir yer teşkil etmektedir. Nitekim tüketiciler tarafından satın alınan sütün % 46,3'ünü açık süt ve % 53,7'sini ise ambalajlı süt oluşturmaktadır. Türkiye genelinde ise tüketilen sütün % 40'ını açık süt oluşturmaktadır.

Ailelerce tüketilen açık sütün ortalama olarak % 33,7'si sokak sütçülerinden, % 27,0'si bakkal ve pastanelerden, % 15,7'si marketlerden alınırken, % 7,9'u ise kendisi üreterek tüketmektedirler.

Tüketiciler ambalajlı süt satın alırken bir çok hususa dikkat etmektedirler. Bunlar, marka, yağ oranı, fiyat, son kullanma tarihi, ambalaj renk, çeşit ve büyüklüğü gibi faktörlerdir. İncelenen ailelerin ambalajlı süt satın alırken % 56,2 gibi büyük bölümünün firma adını yani marka faktörünü önemsedikleri belirlenmiştir.

Marka tercihinde tüketicilerin % 71,6'sı 1. derecede kaliteyi, %53,5'i 2. derecede güvenilirliği, % 47,2'si 3. derecede ucuzluğu ve % 64,8'i 4. derecede ambalajı önemsedikleri tespit edilmiştir.

Ailelerin süt tüketim yoğunlukları mevsimler itibariyle farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Ailelerin % 76,2'si sütü daha çok kış aylarında, % 9,1'i ilkbahar aylarında, % 7,9'u yaz aylarında ve % 6,7'si ise sonbaharda tükettikleri belirlenmiştir.

Araştırma sonucuna göre İlde süt tüketimi ile ilgili en önemli sorunun açık süt olduğu belirlenmiştir. Açık olarak satın alınan sütün en büyük bölümünü oluşturan sokak sütçüleri, şehrin genişlemesi ile modern binalarla çevrili mahalleler ortasında kalmış teknik ve hijyenik olmayan koşullarda süt üreten ailelerden oluşmaktadır. Bu durum, hem üretilen sütün sağlıklı olmamasına ve hemde şehrin çevre sağlığına olumsuz etki yapmaktadır. Bu durum ortadan kaldırılması için, sanayi

işletmelerinin sağlıklı gelişmesi amacıyla oluşturulan Organize Sanayi Bölgelerine benzer bir yapının süt üreticileri içinde oluşturulmasıdır. Bundan da önemlisi gelişmiş ülkelerde olduğu gibi işlenmiş hijyenik süt tüketim bilincinin geliştirilmesi için eğitim çalışmalarının artırılması gerekmektedir.

## KAYNAKLAR

- Andiç, S., Şahin, K., Koç, Ş., 2002.** Van Merkez İlçe Kentsel Alanda Süt Tüketimi. Yüzüncü Yıl Üniv. Ziraat fakültesi tarım Bilimleri Dergisi. 12 (2):33-38. Van.
- Ayar A, Demirulus H, (2000):** Eğitim Çağındaki Gençlerin Süt Ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Gıda, 25, 5: 371-376.
- Benli, E. 2004.** Globalleşen Dünyada Türkiye Et ve Süt Sanayi. www.zmo.org.tr/etkinlikler/abgst03/14.pdf
- DİE, 2003.** Hane Halkı Tüketim Harcamaları 2002, DİE Yayınları, Ankara.
- Erkuş, A., Bülbül, M., Kırıl, T., Açıl, F., Demirci, R. 1995.** Tarım Ekonomisi. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Eğitim, Araştırma ve Geliştirme Vakfı Yayınları No:5, Ankara.
- Gönç, S., Oysun, G. Ve Ergüllü, E. 1993.** Süt Üretiminde Sorunlar ve Destekleme Politikaları, Türkiye 5. Sütçülük Kongresi.
- Karagözlü, C. ve Kavas, G. 1998.** Türkiye Süt Endüstrisinde Sokak Sütçülüğü Sorunu. Bülten. TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası, İzmir Şubesi, Temmuz-Ağustos 1998, İzmir.
- Özcan, T. F., Erbil ve E., Kurdal, 1998.** Sütün İnsan Beslenmesindeki Önemi. İçme Sütü Sempozyumu Tebliğler Kitabı, Tekirdağ, s.31-41
- Çivi, H., A. Z. Gürler, K. Esengün ve O. Karkacier, 1993.** Tokat İl Merkezinde Yaşayan Hane Halklarının Süt Tüketim Durumu Üzerine Bir Araştırma. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Zir.Fak.Derg., 10(1): 97-107.
- Gülten, Ş., F. Yavuz ve O. Yavuz, 1987.** Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Ziraat İşletmesinde Üretilen Süt Ve Süt Ürünlerinin Erzurum'da Pazarlama İmkânları. Atatürk Üniversitesi Zir. Fak. Derg., 18(1-4):27-33. Erzurum.
- Hanta, B. ve O. Yurdakul, 1995.** Adana İli

- Kentsel Alanda Hayvansal Gıda Tüketim Yapısı. Çukurova Üniversitesi *Zir. Fak. Derg.*, 10(2):169-184, Adana.
- Konar, A., C. Yağmur ve M. Güven, 1993.** Süt Ürünleri Yönünden Tüketici Eğilimleri. 5. Türkiye Sütçülük Kon. TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası.A.Ü. Ziraat Fakültesi Yayınları. s:149-161. Ankara.
- Şahin, K. ve A. Gül, 1997.** Adana İli Kentsel Alanda Ailelerin Süt Ve Süt Mamulleri Alım Ve Tüketim Davranışları. Çukurova Üniversitesi *Zir. Fak. Derg.*, 12(4):59-68, Adana.
- Şimşek, O., Çetin, C., Bilgin, B. 2005.** İstanbul İlinde İçme Sütü Tüketim Alışkanlıkları ve Bu Alışkanlıkları Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. T.Ü. Ziraat fak. Dergisi, 2 (1): 23-35, Tekirdağ.
- Tan, S. ve Ertürk, Y.E. 2002.** Peynir. TEAE-BAKIŞ, Sayı 1, Ankara.
- Tan, S. 2003.** Okul Sütü Programı. TEAE-BAKIŞ, Sayı 3, Nüsha 6, Haziran 2003, Ankara.
- Yüzbaşı, N., A. Erkuş, ve E. Sezgin, 1999.** Keçiören Şefkat Mahallesinde Çeşitli Gelir Gruplarındaki Ailelerde Süt ve Süt Ürünleri Tüketimi. *Gıda Dergisi*, 24(1): 59-67.