

Isparta İlinde Ailelerin Ambalajlı ve Açık Süt Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi

Vecdi DEMİRCAN* Mürşide Çağla ÖRMECİ Gözde KIZILYAR

Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Isparta
*Yazışma yazarı: vecdidemircan@sdu.edu.tr

Geliş tarihi:22.08.2011, Yayına kabul tarihi:26.09.2011

Özet: Bu çalışmada, Isparta İlinde ailelerin ambalajlı ve açık süt tüketim alışkanlıklarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada kullanılan veriler 200 aile ile yüz yüze görüşerek yapılan anketlerden elde edilmiştir. Görüşülen aileler gelirlerine göre üç gruba ayrılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, kişi başına tüketilen ortalama açık süt miktarı 6.08 lt/yıl, ambalajlı süt miktarı ise 24.47 lt/yıl olarak tespit edilmiştir. Gıda harcamalarının gelir içindeki payı %28.71 ve süt harcamalarının gıda harcamaları içindeki payı %7.87 olarak tespit edilmiştir. Yapılan Ki-kare analizi sonuçlarına aile genişliği, ailede 14 yaşından küçük çocuk sayısı, ailenin geliri, anne ve babanın eğitimi ve annenin yaşı ile açık süt tüketimi arasındaki ilişki istatistiksel olarak önemli bulunmuştur. Ambalajlı süt tüketiminde ise bu faktörlerden sadece aile genişliği ve annenin yaşı istatistiksel olarak önemli bulunmuştur. Tüketicilerin süt ile ilgili ön yargıları ve düşünceleri incelendiğinde tüketicilerin %17'sinin sütün şişmanlık yaptığını, %65'inin sütün hayvansal ürünler içerisinde en fazla besin maddesi içeren ürün olduğunu, %52'sinin reklamlarının tüketicilerin süt tüketimlerinde olumlu bir etki yaptığını, %53.5'i ambalajlı sütlerin herhangi bir koruyucu madde içerdiğini ve %32.5'inin açık sütün sağlıklı olduğunu belirtmişlerdir.

Anahtar kelimeler: Ambalajlı ve açık süt tüketimi, sosyo-ekonomik faktörler, ön yargılar

Comparative Analysis of the Packed and Unpacked Milk Consumption Behavior of the Families in Isparta Province of Turkey

Abstract: This study aimed to make a comparative analysis of the packed and unpacked milk consumption behavior of the families living in Isparta Province of Turkey. Data were obtained from the questionnaires administered to 200 families in face-to-face interviews. Interviewed families were classified into three categories on the basis of their income level. According to the study results, mean unpacked milk consumption per capita was 6.08 liter per year while the mean packed milk consumption was 24.47 liter per year. Share of the food and milk expenditures were 28.71 and 7.87 %, respectively.

Chi-square analysis showed that family size, the number of children under the age of 14, household income, educational background of the parents and mother's age had significant effect on unpacked milk consumption. Among these factors, only family size and mother's age were found to be significantly related to milk consumption. According to the examinations on the consumer prejudices and thoughts about milk consumption, 17% of the consumers stated that consuming milk causes weight gain, 65% stated that milk is the most nourishing animal product, 52% stated that advertisements play a positive role in milk consumption, 53.5% stated that packed milk contains preservative substances and 32.5% stated that open milk is healthy.

Key words: Packed and unpacked milk consumption, socio-economic factors, prejudices

Giriş

Yeterli ve dengeli beslenme, bireylerin sağlığının korunması ve geliştirilmesinde önemli rol oynayarak daha kaliteli bir

hayatın sürdürülmesine neden olmaktadır. Yeterli ve dengeli beslenme vücudun ihtiyacı olan enerji ve besin öğelerinin her

gün ihtiyaç duyulan miktarlarda alınmasıdır (Ünal ve Beşler, 2008). Bunun için gıdalarda bulunan protein, karbonhidrat, yağ, vitamin, mineral ve su olmak üzere 6 grupta toplanan besin öğelerinin yeteri kadar vücuda alınması gerekir (Anonim, 1992).

İçerdiği besin öğeleriyle insanlar için mükemmel bir gıda maddesi olan süt, yüzyıllardır insan beslenmesinin temel taşlarından biri olmuştur. Yeterli ve dengeli beslenme için gerekli olan hayvansal kaynaklı protein, yağ, laktoz ile vitamin ve mineral maddelerini yoğun olarak içerir (Tekinşen ve Tekinşen, 2005). Süt, beslenme değerinin yüksekliği yanında, vücut fonksiyonlarını düzenleyen, gelişmesini sağlayan, kemik ve diş oluşumunda önemli yeri olan temel bir gıda maddesidir. Bir gıdanın besin değeri vücudun normal fonksiyonlarını yerine getirebilmesi için gereksinim duyduğu besin öğeleri içeriği ile ölçülür. Süt bileşiminde 85 dolayında farklı besin ögesi bulundurmaktadır(Özcan ve ark., 1998).

Yapılan araştırmalara göre; 1 litre süt yetişkinlerin günlük kalsiyum ve fosfor gereksinimlerinin tamamını, 10-12 yaşları arasındaki çocuklarda ise tamamına yakın bir kısmını, yine 1 litre süt yetişkin ve çocukların günlük riboflavin (Vitamin B2) ve kobalamin (Vitamin B1) gereksinimlerinin tümünü, günlük proteinin ise yarısını karşılamaktadır. Ayrıca 1 kg sütün vereceği kalori ise bileşimindeki yağ, protein ve laktozun miktarlarına bağlı olarak ortalama 695.3 kaloridir. Dolayısıyla insanlar için en eşsiz ve en ideal besin kaynağı olan süt, günlük yaşamda süt ve süt ürünleri olarak çeşitli şekillerde tüketilmektedir. Ancak süttten en iyi yararlanma şekli onun süt olarak içilmesidir(Özcan ve ark, 1998). Beslenme fiziolojisi açısından esas olan imkanlar dahilinde sütün doğal haliyle tüketilmesidir. Bunun en önemli nedeni, sütün çeşitli biçimlerde mamul maddelere işlenmesi ve dayanıklı hale sokulması sırasında bileşimindeki bazı besin elementlerinde kayıpların ortaya çıkmasıdır. Bu nedenle bütün ülkelerde insan sağlığının korunması ve iyi beslenme açısından içme sütü tüketiminin artırılması açısından büyük

çabalar sarf edilmektedir(Demirci ve ark., 1998).

Türkiye’de üretilen sütün yaklaşık %40’ı tüketiciye çiğ süt (sokak sütü/açık süt) olarak ulaştırılmaktadır. Modern işletmelerde işlenen süt oranı yaklaşık %20 iken, hijyenik şartları düşük mandıralarda işlenen süt miktarı ise %40’dır (Benli, 2005). Öte yandan, kooperatifler ve diğer organizasyonlar aracılığıyla toplanarak soğuk zincir içerisinde ve hijyenik şartlarda sanayi kuruluşlarına verilerek işlenen sütün toplam üretilen süt içerisindeki oranı Danimarka, Hollanda ve İrlanda’da yaklaşık %98, Yunanistan ve İspanya’da ise %78’dir (Benli, 2005).

Süt kompleks bir gıda maddesi olup, bir çok besin elementleri içermektedir. Ancak, bu besin elementleri insan sağlığı açısından yararlı olabileceği gibi, açık süt olarak tüketildiği zaman (ısıl işleminden geçirilmediğinde) pek çok mikroorganizma için iyi bir besi ve üreme ortamı oluşturacağından dolayı insan sağlığını tehdit etmesi de söz konusu olabilmektedir (Wham and Worsley, 2003).

Ülkemizde süt tüketimi Avrupa Birliği (AB) ülkelerine kıyasla daha düşüktür. Ülkemizde kişi başına tüketilen içme sütü miktarı yıllık 24 litre civarındadır. Bu miktar birçok Avrupa ülkesinde 100 litrenin üzerindedir. Örneğin kişi başına tüketilen içme sütü miktarı Finlandiya’da 134 lt, İngiltere’de 106 lt ve İspanya’da 94 lt’dir. Bu miktarın üreticilerimizin desteklenmesi ve sağlıklı nesiller yetiştirebilmemiz için çok daha yukarılara çekilmesi gerekmektedir (Ünal ve Beşler, 2008; Karagözü, 2011).

Bu çalışmanın amacı, Isparta ili kentsel alanda farklı gelir gruplarına göre ailelerin gıda ve süt tüketim harcamalarını, süt tüketim alışkanlıklarını, açık süt (sokak sütü) ve ambalajlı süt (pastörize ve sterilize süt) tüketim düzeylerini belirlemek ve tüketimi etkileyen sosyo-ekonomik ve demografik faktörler ile tüketicilerin süt ile ilgili ön yargılarını saptamaktır.

Materyal ve Yöntem

Bu araştırmanın esas materyalini, Isparta şehir merkezinde ikamet eden ailelerle yüz

yüze görüşme yöntemiyle yapılan anketlerden sağlanan veriler oluşturmuştur. Ayrıca, konu ile ilgili daha önce yapılmış çeşitli araştırmalar ve istatistikî verilerden de yararlanılmıştır. Araştırmanın anket çalışmaları 2011 yılı Nisan ayında yapılmıştır.

Anket uygulanacak aile sayısının belirlenmesinde eşitlik 1’de belirtilen “Ana Kitle Oranlarına Dayalı Kümelendirilmemiş Tek Aşamalı Basit Tesadüfî Olasılık Örnekleme” Yöntemi kullanılmıştır (Collins,1986).

$$N = t^2(p*q)/e^2 \quad (1)$$

Eşitlik 1’de ; t : %95 önem düzeyine karşılık gelen t -tablo değerini, p : söz konusu olayın olma olasılığını (bu çalışmada ambalajlı süt tüketen ailelerin oranı), q : söz konusu olayın olmama olasılığını ve e : örneklemede kabul edilen hata oranını vermektedir. Çalışmada ailelerin %85’inin ambalajlı süt tükettikleri %5 hata payı ile kabul edilmiştir. Buna göre toplam örnek sayısı 196 bulunmuştur. Analizler 200 örnek üzerinden yapılmıştır.

Çalışmada örnek büyüklüğü belirlendikten sonra Isparta kent merkezinde bulunan toplam 44 mahalle sosyo-ekonomik özelliklerine göre düşük, orta ve yüksek gelirli olmak üzere üç gruba ayrılmış ve araştırma alanını temsil edebilecek 15 mahallede anket çalışması yapılmıştır. Her mahalleden yapılacak anket sayısı ise mahallelerin nüfusuna orantılı olarak dağıtılmış ve aileler tesadüfen seçilmiştir. Ailelerden anket yöntemi ile toplanan veriler Excel Software ve SPSS paket programlarında analiz edilerek çeşitli çizelgeler halinde yorumlanmıştır. Çalışmada, açık süt ve ambalajlı süt tüketme ve tüketmemeye etkili olan sosyo-ekonomik ve demografik faktörler Ki-kare bağımsızlık testi ve F-testi yapılarak değerlendirilmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Isparta ili kentsel alanda görüşülen ailelerin aylık ortalama gelirleri frekans dağılımından yararlanılarak üç gruba ayrılmıştır. Aylık geliri 1000 TL’ye kadar olan aileler birinci gelir grubunu, 1001-

2500 TL arasında gelire sahip olan aileler ikinci gelir grubunu ve 2500 TL’den daha fazla gelire sahip olan aileler üçüncü gelir grubunu oluşturmuşlardır. Anket uygulanan tüm ailelerin % 17’sini birinci gelir grubundaki aileler, % 55’ini ikinci gruptaki aileler ve % 28’ini üçüncü gruptaki aileler oluşturmaktadır. Araştırma alanındaki ortalama aile genişliği 3.44 kişi olarak tespit edilmiştir. Görüşülen ailelerde, ortalama çalışan sayısının, gelir grupları arttıkça arttığı belirlenmiştir. I., II. ve III. Gelir gruplarında ortalama çalışan sayısının sırasıyla 1.41, 1.76 ve 2.16 kişi olduğu bulunmuştur (Çizelge 1).

Araştırma sonuçlarına göre, Isparta ilinde anket yapılan ailelerin aylık ortalama gelirleri, gıda harcamaları ve toplam süt tüketim harcamaları Çizelge 2’de verilmiştir. Çizelgede görüldüğü gibi gelir grupları itibariyle ailelerin ortalama aylık gelirleri 912.65 TL ile 3900.89 TL arasında değişmekte olup ve tüm aileler ortalamasında 2299.02 TL olduğu belirlenmiştir. İncelenen ailelerde gelir grupları büyüdükçe, aylık ortalama harcama, ortalama gıda harcaması ve ortalama süt harcamasının arttığı saptanmıştır. Ailelerin aylık ortalama harcamalarının gelir grupları itibariyle 792.65 TL ile 2836.61 TL arasında değişmekte olup ortalama 1805.25 TL, ortalama gıda harcamalarının 344.85 TL ile 905.36 TL arasında değişmekte olup ortalama 608.58 TL ve ortalama süt harcamalarının 30.66 TL ile 40.60 TL arasında değişmekte olup, ortalama 35.67 TL olduğu tespit edilmiştir. Ailelerin aylık gıda harcamalarının toplam gelir içindeki payları gelir düzeyleri arttıkça oransal olarak düştüğü bulunmuştur. Gıda harcamalarının gelir içindeki payları I., II. ve III. gelir gruplarında sırasıyla %37.32, %28.49 ve %23.92 olarak hesaplanmıştır. Tüm ailelerin ortalamasına göre ise bu oran %28.71 olarak saptanmıştır. Türkiye genelinde ise bu oran % 26.7 olarak hesaplanmıştır (TÜİK, 2003). Gelir büyüklüğü arttıkça ailelerin aylık süt harcamasının aylık gıda harcaması içindeki paylarının oransal düştüğü belirlenmiştir. Gıda harcamaları içinde süt harcamalarının payı I. gelir grubunda %11.46, II. gelir

grubunda %7.47, III. gelir grubunda %6.47 ve ortalama %7.87 olarak tespit edilmiştir. Tüm gelir grupları ortalamasına göre süt harcamalarının gıda harcamaları içindeki payı Akbay ve Tiryaki (2007) tarafından yapılan çalışmada %4.92, Gül ve Akpınar (2002) tarafından yapılan çalışmada %4.19 ve Çelik ve Ark., (2005) tarafından yapılan çalışmada %5.3 olarak hesaplanmıştır. Süt harcamalarının aylık gelir içindeki payları gelir grupları arttıkça düştüğü tespit edilmiştir. Süt harcamalarının gelir içindeki payları I., II. ve III. gelir gruplarında sırasıyla %3.45, %1.84, %1.12 ve ortalama 1.92 olarak saptanmıştır. Aynı şekilde Ailelerin gelirleri arttıkça süt harcamalarının toplam harcama içindeki payları da oransal

olarak düştüğü belirlenmiştir. Süt harcamalarının toplam harcama içindeki payı I. gelir grubunda %4.37, II. gelir grubunda %2.38, III. gelir grubunda %1.77 ve ortalama %2.55 olarak hesaplanmıştır.

Gelir grupları arttıkça toplam harcama ve gıda harcamalarındaki F-testi yapılarak kontrol edilmiş ve istatistiksel olarak önemli bulunmuştur. Ayrıca, gelir grupları itibariyle gıda harcamalarının toplam gelir içerisindeki oranı, süt tüketim harcamasının toplam gıda, toplam gelir ve toplam harcama içerisindeki oranları da F-testi kullanılarak test edilmiş ve istatistiksel olarak önemli bulunmuştur.

Çizelge 1. Ailelerin aylık gelir gruplarına göre dağılımı, aile genişliği ve çalışan sayısı

Aylık gelir grubu	Gelir aralığı (TL)	Aile sayısı	Oran (%)	Aile Genişliği	Çalışan sayısı
I. Grup	<1001	34	17.0	3.62	1.41
II. Grup	1001-2500	110	55.0	3.38	1.76
III. Grup	>2501	56	28.0	3.43	2.16
Toplam		200	100.00	3.44	1.81

Çizelge 2. Gelir gruplarına göre ailelerin ortalama aylık gelir, gıda ve süt harcamaları dağılımı (TL ve %)

Aylık gelir grubu	Ort. gelir (a)	Ort. harcama (b)	Ort. gıda harcaması (c)	Ort. süt harcaması (d)	(c/a)*100	(d/c)*100	(d/a)*100	(d/b)*100
I. Grup	912.65	792.65	344.85	30.66	37.32	11.46	3.45	4.37
II. Grup	1912.05	1593.18	539.00	34.70	28.49	7.47	1.84	2.38
III. Grup	3900.89	2836.61	905.36	40.60	23.92	6.47	1.12	1.77
Ortalama	2299.02	1805.25	608.58	35.67	28.71	7.87	1.92	2.55
F testi (p-değeri)	154.567 (0.000)	95.778 (0.000)	34.039 (0.000)	1.525 (0.220)	10.70 (0.000)	4.88 (0.009)	24.52 (0.000)	14.18 (0.000)

Gelir gruplarına göre açık ve ambalajlı süt tüketen ailelerin oranları çizelge 3'te verilmiştir. Çizelgeye göre gelir grupları büyüdükçe açık süt tüketen ailelerin oranları düşmekte, ambalajlı süt tüketen ailelerin oranları ise artmaktadır. Açık süt tüketen ailelerin oranları I., II. ve III. gelir gruplarında sırasıyla %55.90, %33.60 ve %39.30, ambalajlı süt tüketen ailelerin oranları ise sırasıyla %88.20, %87.30 ve %96.40 olarak belirlenmiştir. Tüm gelir grupları ortalamasına göre açık süt tüketen ailelerin oranı %39 ve ambalajlı süt tüketen ailelerin oranı %90 olarak saptanmıştır. Ailelerin gelir grupları ile ambalajlı süt

tüketim durumları arasında Ki-kare testi sonuçlarına göre ($X^2 = 3.598$; $P=0.165$) istatistiksel olarak önemli bir sonuç çıkmamıştır. Açık süt tüketiminde ise ambalajlı süte göre daha farklı bir durum ortaya çıkmıştır. Yapılan Ki-kare testi, ailelerin gelirleri ile açık süt tüketim alışkanlıkları arasında %10 hata payına göre istatistiksel olarak önemli bir ilişki ($X^2 = 5.405$; $P=0.067$) bulunmuştur.

Güneş ve ark., (2002)'nin 28 ilde yapmış oldukları araştırma sonuçlarına göre, tüketicilerin %40'ı sokak sütü, %15'i pastörize süt, %7'si uzun ömürlü süt ve

%33'ünün ise kendi hayvanlarından elde ettikleri sütü tükettikleri saptanmıştır.

Akbay ve Tiryaki (2007) tarafından yapılan çalışmada açık süt tüketen ailelerin oranı %43.43, ambalajlı süt tüketen ailelerin oranı ise % 61.71 olarak belirlenmiştir. Şimşek ve ark., (2005) tarafından yapılan çalışmada ise tüketicilerin %11'i sokak sütü, %49'u pastörize süt ve %40'ı UHT sterilize süt tercih ettikleri tespit edilmiştir.

İncelenen ailelerde kişi başına tüketilen açık, ambalajlı ve toplam içme sütü miktarı çizelge 4'te verilmiştir. Ailelerin gelirleri artıkça kişi başına tüketilen açık süt miktarının düştüğü, ambalajlı süt miktarının ise arttığı saptanmıştır. Kişi başına tüketilen açık süt miktarı I., II. ve III. gelir gruplarında sırasıyla 7.17, 6.25 ve 5.08 lt/yıl, ambalajlı süt miktarı ise 17.17, 25.26 ve 27.37 lt/yıl olarak hesaplanmıştır. Tüm grupların ortalamasına göre kişi başına

tüketilen açık süt miktarı 6.08lt/yıl, ambalajlı süt miktarı ise 24.47 lt/yıl olarak tespit edilmiştir. Bu verilere göre Isparta İlinde kişi başına ambalajlı süt tüketim miktarının açık süt tüketim miktarından daha yüksek olduğu görülmektedir. Kişi başına düşen toplam süt tüketim miktarı ise gelir gruplarına göre 24.27 lt/yıl ile 32.45 lt/yıl arasında değişmekte olup, ortalama 30.55 lt/yıl olarak belirlenmiştir. Akbay ve Tiryaki (2007) tarafından yapılan çalışmada kişi başına düşen açık, ambalajlı ve toplam içme sütü tüketim miktarının 32.57 lt/yıl olduğu bulunmuştur. Ülkemizde kişi başına tüketilen içme sütü miktarı ise yıllık 24 litre civarındadır (Karagözlü, 2011). Yapılan F-testi sonucuna göre gelir grupları ile kişi başına açık ve ambalajlı süt tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki bulunamamıştır.

Çizelge 3. Ailelerin açık ve/veya ambalajlı süt tüketim durumları (%)

Aylık gelir grubu	Açık süt		Ambalajlı süt	
	Tüketen (%)	Tüketmeyen (%)	Tüketen (%)	Tüketmeyen (%)
I. Grup	55.90	44.10	88.20	11.80
II. Grup	33.60	66.40	87.30	12.70
III. Grup	39.30	60.70	96.40	3.60
Ortalama	39.00	61.00	90.00	10.00
Ki- kare (p-değeri)	5.405 (0.067)		3.598 (0.165)	

Çizelge 4. Kişi başına tüketilen yıllık ortalama süt tüketimi (lt/yıl)

Aylık gelir grubu	Açık süt tüketimi (lt/yıl)		Ambalajlı süt tüketimi (lt/yıl)		Toplam süt tüketimi (lt/yıl)	
	Ortalama	Std. sapma	Ortalama	Std. sapma	Ortalama	Std. sapma
I. Grup	7.17	11.47	17.10	21.90	24.27	23.09
II. Grup	6.25	14.57	25.26	32.89	31.52	32.46
III. Grup	5.08	11.09	27.37	34.47	32.45	40.05
Ortalama	6.08	13.14	24.47	31.82	30.55	33.43
F testi (p-değeri)	0.286 (0.751)		1.180 (0.309)		0.734 (0.481)	

Araştırma alanında açık süt tüketen ailelerin ortalama %60.26'sı sütü haftanın belirli günlerinde köyden süt getiren üreticilerden, %19.23'ü sokak sütçülerinden, %14.10'u semt pazarından ve %6.41'i diğer satıcılardan satın aldıkları saptanmıştır. Anket yapılan ailelerin %41.67'si tanıdık olması, %25'i kapıya getiriyor olması, %16.67'si güvenilir olması, %11.11'i ucuz olması ve %11.11'i diğer nedenlerden dolayı köyden süt getiren üreticileri veya sokak sütçülerini tercih

ettiklerini belirtmişlerdir. Ambalajlı süt tüketen ailelerin %68.7'si sütü marketlerden veya süper marketlerden, %17.3'ü bakkallardan ve %14'ü hem marketlerden hem de bakkallardan satın aldıkları belirlenmiştir. Araştırma alanında, satın alınan sütün %42.57'si içme sütü olarak, %10.58'i çocuk beslenmesinde, %19.18'i yoğurt yapımında, %24.85'i pasta ve börek yapımında ve %2.82'si diğer amaçlarla kullanıldığı tespit edilmiştir. Gül ve Ark., (2002) tarafından yapılan bir çalışmada

satın alınan sütün %33'ünün içme sütü olarak, %15'inin çocuk beslenmesinde, %21'inin yoğurt yapımında ve %31'inin sütlaç, pasta vb. tatlı yapımında kullanıldığı belirlenmiştir.

Görüşülen ailelerin %59.44'ünün pastörize sütün ambalaj şeklinin satın alma davranışlarını etkilemediğini, %40.56'sının ise etkilediğini belirtmişlerdir. Ailelerin %80.50'sinin markalı süte güvendikleri, %19.50'sinin ise güvenmedikleri belirlenmiştir. Markalı süt tüketen tüketicilerin %65.84'ü markalı sütlerin kaliteli, sağlıklı, temiz ve kontrollü üretildiğine inandıkları için, %15.54'ü tanınmış markaya sahip olan firmaların adını korumak istedikleri için, %8.07'si firmaya güvendikleri için, %6.21'i bir sorun olduğunda muhatap bulabildikleri için ve %4.34'ü diğer nedenlerden dolayı markalı sütlere güvendiklerini belirtmişlerdir.

Tüketicilere süt içmelerinin en önemli nedenleri sorulduğunda, tüketicilerin %27.12'si sevdiği için, %65.25'i sağlıklı olduğu için ve %7.63'ü diğer nedenlerden dolayı (alışkanlık) süt içtiklerini belirtmişlerdir. Süt tüketmeyen bireylere neden süt içmedikleri sorulduğunda ise, tüketicilerin %20.73'ü sevmedikleri için, %58.54'ü alışkanlık, %7.32'si sağlık problemleri ve %13.41'i ise diğer nedenlerden dolayı süt içmediklerini belirtmişlerdir.

Anket yapılan tüketicilerin süt fiyatlarına bakışı incelendiğinde tüketicilerin büyük bir çoğunluğunun süt fiyatlarını normal buldukları tespit edilmiştir. Görüşülen tüketicilerin %68'i süt fiyatlarını normal bulduklarını, %21'i pahalı bulduklarını, %3'ü çok pahalı bulduklarını ve %16'sı ucuz bulduklarını bildirmişlerdir.

Tüketicilerin süt ile ilgili ön yargıları ve düşünceleri Çizelge 5'te verilmiştir. Tüketicilerden süt tüketimiyle ilgili Çizelgede yer alan yargılara "kesinlikle katılmıyorum", "katılmıyorum", "fikrim yok", "katılıyorum", ve "kesinlikle katılıyorum" şeklinde bir yanıt vermeleri istenmiştir. Çizelgeye göre tüketicilerin %86.5'i sütün insan beslenmesinde en önemli gıda maddesi olduğunu kabul etmekte ancak %8.5'i kabul etmemektedir.

Tüketicilerin %17'sinin sütün şişmanlık yaptığı fikrine inandıkları belirlenmiştir. "Süt hayvansal ürünler içerisinde en fazla besin maddesi içeren üründür" yargısına tüketicilerin %65'i katılırken %14.5'i katılmamış ve %20.5'i ise herhangi bir fikirleri olmadığını belirtmişlerdir. Tüketicilerin %52'si reklâmlarının tüketicilerin süt tüketimlerinde olumlu bir etki yaptığına inanırken, %27'si ise reklâmların süt tüketimlerinde önemli bir etki yapmadığına inanmaktadırlar. Tüketicilerin %53.5'i ambalajlı sütlerin herhangi bir koruyucu madde içerdiğine inandıkları saptanmıştır. Ankete katılan tüketicilerin %32.5'inin açık sütün sağlıklı olduğunu, %52.5'nin ise sağlıklı olmadığını düşündükleri belirlenmiştir.

Ambalajlı süt ve açık süt tüketme oranlarıyla tüketicilerin belirli sosyo-ekonomik ve demografik karakterleri arasındaki ilişkiler Çizelge 6'da incelenmiştir. Çizelgede görüldüğü gibi yapılan Ki-kare testi sonuçlarına göre aile genişliği ile ambalajlı süt tüketimi ve açık süt tüketimi arasındaki ilişki istatistiksel olarak önemli bulunmuştur (açık süt: $X^2 = 4.389$; $P=0.036$; ambalajlı süt: $X^2 = 9.510$; $P=0.002$). Ailede 14 yaşından küçük çocuk sayısı ile süt tüketimi arasındaki ilişki açık sütte istatistiksel olarak anlamlı (açık süt: $X^2 = 7.412$; $P=0.025$) fakat ambalajlı sütte anlamlı çıkmamıştır. Annenin yaşı ile süt tüketimi arasındaki ilişki hem açık sütte hem de ambalajlı sütte anlamlı bulunmuştur (açık süt: $X^2 = 10.126$; $P=0.006$; ambalajlı süt: $X^2 = 8.019$; $P=0.018$). Annenin eğitim durumu, babanın eğitim durumu, annenin çalışma durumu, alışverişe karar veren kişi ve ailenin gelir durumu faktörleri ile süt tüketimi arasındaki ilişki ambalajlı sütte anlamlı çıkmamıştır. Buna karşın bu faktörlerden annenin eğitim durumu, babanın eğitim durumu ve ailenin gelir düzeyi ile süt tüketimi arasındaki ilişki açık sütte istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bu faktörlerin Ki-kare ve P değerleri sırasıyla ($X^2 = 8.385$, $P=0.015$; $X^2 = 7.775$, $P=0.020$; $X^2 = 5.405$, $P=0.067$) olarak belirlenmiştir. Annenin çalışma durumu ve alışverişe karar veren kişi faktörleri ile süt tüketimi arasındaki ilişki açık sütte de anlamlı çıkmamıştır.

Çizelge 5. Tüketicilerin süt ile ilgili ön yargıları ve düşünceleri (%)

Yargılar	1	2	3	4	5	Ort. puan	Std. sapma
Süt insan beslenmesindeki en önemli gıda maddesidir	5.50	3.00	5.00	46.00	40.50	4.13	1.029
Süt şişmanlık yapar	35.50	31.50	16.00	13.00	4.00	2.19	1.169
Süt hayvansal ürünler içerisinde en fazla besin maddesi içeren üründür	5.00	9.50	20.50	44.00	21.00	3.67	1.067
Süt reklamları insanları etkilemekte ve bu onların daha fazla süt tüketmesini sağlar	9.50	17.50	21.00	42.50	9.50	3.25	1.142
Ambalajlı süt her hangi bir koruyucu madde içermemektedir	31.50	22.00	20.00	17.50	9.00	2.51	1.334
Açık sütün sağlıklı olmadığını düşünüyorum	12.00	20.50	15.00	21.50	31.00	3.39	1.413
Süt ve süt ürünleri fiyatı pahalı veya çok pahalı	10.00	27.00	15.00	37.50	10.50	3.12	1.208

1: Kesinlikle katılmıyorum; 2:Katılmıyorum; 3:Fikrim yok; 4:Katılıyorum; 5:Kesinlikle katılıyorum

Çizelge 6. Açık ve ambalajlı süt tüketimini etkileyen sosyo - ekonomik ve demografik faktörler

Değişkenler	Ambalajlı Süt			Açık Süt		
	Tüketen Yüzde oranlar (%)	Tüketmeyen Yüzde oranlar (%)	Ki Kare (P değeri)	Tüketen Yüzde oranlar (%)	Tüketmeyen Yüzde oranlar (%)	Ki Kare (P değeri)
Aile genişliği						
≤ 4	92.50	7.50	9.510 (0.002)***	36.20	63.80	4.389
> 4	73.10	26.90		57.70	42.30	(0.036)**
Ailede 14 yaşından küçük çocuk sayısı						
Hiç çocuk	100.00	0.00	3.251 (0.197)	0.00	100.00	7.412
1 veya 2 çocuk	83.90	16.10		53.55	46.45	(0.025)**
3 ve üzeri çocuk	92.30	7.70		33.60	66.40	
Annenin yaşı						
35'den az	98.30	1.70	8.019 (0.018)**	22.00	78.0	10.126
36-45 arası	84.60	15.40		46.20	53.80	(0.006)***
46 ve üstü	91.90	8.10		45.90	54.10	
Annenin eğitim durumu						
İlkokul ve altı	82.10	17.90	3.759 (0.153)	59.00	41.00	8.385
Ortaokul ve lise	9.80	90.20		35.40	64.60	(0.015)*
Üniversite ve üstü	6.50	93.50		32.50	67.50	
Babanın eğitim durumu						
İlkokul ve altı	89.50	10.50	4.239 (0.120)	52.60	47.40	7.775
Ortaokul ve lise	84.10	15.90		49.20	50.80	(0.020)**
Üniversite ve üstü	93.80	6.20		30.40	69.60	
Annenin çalışma durumu						
Çalışıyor	93.50	6.50	1.710 (0.191)	67.50	32.50	2.246
Çalışmıyor	87.80	12.20		43.10	56.90	(0.134)
Alışverişe karar veren						
Anne	87.90	12.10	0.389 (0.533)	34.50	65.50	0.701
Diğer	90.80	9.20		59.20	40.80	(0.403)
Ailenin gelir düzeyi						
I. Grup (Düşük)	88.20	11.80	3.598 (0.165)	55.90	44.10	5.405
II. Grup (Orta)	87.30	12.70		33.60	66.40	(0.067)*
III. Grup (Yüksek)	96.40	3.60		39.30	60.70	

***: %1 hata payına göre önemlidir; **: %5 hata payına göre önemlidir; *: %10 hata payına göre önemlidir.

Sonuç

Bu çalışmada, Isparta ili şehir merkezinde farklı gelir gruplarına göre ailelerin gıda ve süt tüketim harcamalarını, süt tüketim alışkanlıklarını, açık süt (sokak

sütü) ve ambalajlı süt (pastörize ve sterilize süt) tüketim düzeylerini belirlemek ve tüketimi etkileyen sosyo-ekonomik ve demografik faktörler ile tüketicilerin süt ile

ilgili ön yargılarını saptamak amaçlanmıştır. Elde edilen bulgulara göre Araştırma alanındaki ortalama aile genişliği 3.44 kişi olarak tespit edilmiştir. İncelenen ailelerde gelir grupları büyüdükçe, aylık ortalama harcama, ortalama gıda harcaması ve ortalama süt harcamasının arttığı saptanmıştır. Ailelerin aylık gıda harcamalarının toplam gelir içindeki payları gelir düzeyleri artıkça oransal olarak düştüğü bulunmuştur. Gıda harcamalarının gelir içindeki payları I., II. ve III. gelir gruplarında sırasıyla %37.32, %28.49 ve %23.92 olarak hesaplanmıştır. Tüm ailelerin ortalamasına göre ise bu oran %28.71 olarak saptanmıştır. Gıda harcamaları içinde süt harcamalarının payı I. gelir grubunda %11.46, II. gelir grubunda %7.47, III. gelir grubunda %6.47 ve ortalama %7.87 olarak tespit edilmiştir.

Tüm gelir grupları ortalamasına göre açık süt tüketen ailelerin oranı %39 ve ambalajlı süt tüketen ailelerin oranı % 90 olarak saptanmıştır. Ailelerin gelir grupları ile ambalajlı süt tüketim durumları arasında Ki-kare testi sonuçlarına göre istatistiksel olarak önemli bir sonuç çıkmamıştır. Açık süt tüketiminde ise ambalajlı süte göre daha farklı bir durum ortaya çıkmıştır. Yapılan Ki-kare testi, ailelerin gelirleri ile açık süt tüketim alışkanlıkları arasında %10 hata payına göre istatistiksel olarak önemli bir ilişki bulunmuştur. Tüm grupların ortalamasına göre kişi başına tüketilen açık süt miktarı 6.08lt/yıl, ambalajlı süt miktarı ise 24.47 lt/yıl olarak tespit edilmiştir. Bu verilere göre Isparta İlinde kişi başına ambalajlı süt tüketim miktarının açık süt tüketim miktarından daha yüksek olduğu görülmektedir. Yapılan F-testi sonucuna göre gelir grupları ile kişi başına açık ve ambalajlı süt tüketim miktarları arasında istatistiksel olarak önemli bir ilişki bulunamamıştır.

Tüketicilerin süt ile ilgili ön yargıları ve düşünceleri incelendiğinde tüketicilerin %17'sinin sütün şişmanlık yaptığı fikrine inandıkları "Süt hayvansal ürünler içerisinde en fazla besin maddesi içeren üründür" yargısına tüketicilerin %65'i katılırken %14.5'i katılmamış ve %20.5'i ise herhangi bir fikirleri olmadığını belirtmişlerdir. Tüketicilerin %52'si

reklâmlarının tüketicilerin süt tüketimlerinde olumlu bir etki yaptığını inanırken, tüketicilerin %53.5'i ambalajlı sütlerin herhangi bir koruyucu madde içerdiğine inandıkları saptanmıştır. Ankete katılan tüketicilerin %32.5'inin açık sütün sağlıklı olduğunu, %52.5'nin ise sağlıklı olmadığını düşündükleri belirlenmiştir.

Yapılan Ki-kare testi sonuçlarına göre aile genişliği ile ambalajlı süt tüketimi ve açık süt tüketimi arasındaki ilişki istatistiksel olarak önemli bulunmuştur. Ailede 14 yaşından küçük çocuk sayısı ile süt tüketimi arasındaki ilişki açık süte istatistiksel olarak anlamlı fakat ambalajlı süte anlamlı çıkmamıştır. Annenin yaşı ile süt tüketimi arasındaki ilişki hem açık süte hem de ambalajlı süte anlamlı bulunmuştur. Annenin eğitim durumu, babanın eğitim durumu, annenin çalışma durumu, alışverişe karar veren kişi ve ailenin gelir durumu faktörleri ile süt tüketimi arasındaki ilişki ambalajlı süte anlamlı çıkmamıştır. Buna karşın bu faktörlerden annenin eğitim durumu, babanın eğitim durumu ve ailenin gelir düzeyi ile süt tüketimi arasındaki ilişki açık süte istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Annenin çalışma durumu ve alışverişe karar veren kişi faktörleri ile süt tüketimi arasındaki ilişki açık süte de anlamlı çıkmamıştır.

Sonuç olarak kişi başına tüketilen ambalajlı süt miktarı her ne kadar açık süt miktarından daha yüksek olsa da gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında yetersiz olduğu görülmektedir. Bu nedenle ülkemizde ambalajlı süt tüketiminin artırılması için çığ sütü isleyen modern süt işletmelerinin sayısının artırılması gerekmektedir. Süt tüketiminin artırılması amacıyla, okul sütü projesi uygulanmalı ve sütün insan beslenmesindeki önemi konusunda tüketiciler bilinçlendirilmelidir. Ayrıca iyi bir denetleme ile sokak sütü kayıt altına alınmalıdır.

Kaynaklar

Akbay, C. ve Tiryaki, G., Y., 2005. Tüketicilerin Ambalajlı ve Açık Süt Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi:

- Kahramanmaraş Örneği. KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi, 10(1): 89-96, Kahramanmaraş.
- Anonim, 1992. Gıda ve Beslenme. 16 Ekim Dünya Gıda Günü, Tarım ve Köy işleri Bakanlığı Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Benli, E. 2005. Sağlıklı Süt ve Yoğurt Tüketimi. www.afiyetle.com
- Collins, M., 1986. Sampling (Editör: R. Worcester ve ark., 1986), Consumer Marketing Research Handbook, Elsevier Sci. Pub. Company Inc.
- Çelik, Y., Karlı, B., Bilgiç, A. ve Çelik, Ş., 2005. Şanlıurfa İli Kentsel Alanda Tüketicilerin Süt Tüketim Düzeyleri ve Süt Tüketim Alışkanlıkları. Tarım Ekonomisi Dergisi 11(1) : 5 -12. İzmir.
- Demirci, M., Kurultay, Ş. ve Öksüz, Ş., 1998. Tekirdağ İlinde İçme Sütü Alışkanlıkları Ve Bu Alışkanlıkları Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. İçme Sütü Sempozyumu Tebliğler Kitabı, s.149-157, Tekirdağ.
- Gül, M. ve Akpınar, G., 2002. Ailelerin Süt ve Süt Mamulleri Satın Alma Davranışları: Isparta İli Kentsel Alan Örneği. Pazarlama Dünyası, 4:15-17, İstanbul.
- Gül, M., Sağdıç, O. ve Orhan, H., 2002. Isparta İlinde Ailelerin Süt Ve Süt Ürünleri Tüketimi Üzerine Değerlendirmeler. S.Ü. Ziraat Fakültesi dergisi, 16 (29):53-58, Konya.
- Güneş, E., Albayrak, M. ve Gülçubuk, B., 2002. Türkiye’de Gıda Sanayii. Tekirdağ İş Sendikası Eğitim Yayını, s. 85-86. İzmir.
- Karagözlü, C., 2011.Sütün Sağlıklı Beslenmede Yeri ve Önemi. www.ebso.org.tr/b2b/haber/resimler/suttire_ck.ppt
- Özcan, T. Erbil, F. ve Kurdal, E., 1998. Sütün İnsan Beslenmesindeki Önemi. İçme Sütü Sempozyumu Tebliğler Kitabı, s.31-41, Tekirdağ.
- Şimşek, O., Çetin, C. ve Bilgin, B., 2005. İstanbul İlinde İçme Sütü Tüketim Alışkanlıkları ve Bu Alışkanlıkları Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 2(1): 23–35. Tekirdağ.
- Tekinşen, K. K. ve Tekinşen, O. C., 2005. Aflatoxin M1 İn White Pickle And Van Otlı (Herb) Cheeses Consumed in Southeastern in Turkey. Food Control, 16 (7): 565–568.
- TÜİK, 2003. Hane Halkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anketi. Haber Bültenleri, Ankara.
- Ünal, R.N. ve Beşler, T., 2008. Beslenmede Sütün Önemi. T.C. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Sağlık Bakanlığı Yayın No: 727, ISBN: 978-975-590-243-2, Ankara.
- Wham, C.A. and Worsley, A., 2003. New Zealanders’ Attitudes to Milk: Implications for Public Health. Public Health Nutrition, 6(2): 73-78.