

İstanbul İlinde Tüketicilerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları *

Ersin KARAKAYA^{1*}, Cuma AKBAY^{1*}

¹ Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü
46100 K.Maraş/Türkiye

*E-Mail: cakbay@ksu.edu.tr

Geliş tarihi: 20.02.2013, Kabul tarihi: 20.05.2013

Özet: Bu çalışmanın amacı İstanbul ilinde tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketim ve tercihlerini analiz etmektir. Bu amaçla değişik sosyoekonomik demografik gruplardaki 400 aileden elde edilen veriler kullanılmıştır. Tüketicilerin açık süt ve ambalajlı süt tüketim miktarı ve tercihlerini etkileyen sosyoekonomik ve demografik faktörlerin etkilerini belirlemek amacıyla tanımlayıcı istatistikler, varyans analizlerinden ve Ki kare testinden yararlanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, ailelerin %26,5'i açık süt, %26,2'si pastörize süt ve %87,7'si ise sterilize süt tüketmektedir. Aileler toplam gelirlerinin %22,5'ini gıda harcamalarına ayırırken, süt ve süt ürünleri harcamaları ise toplam gıda harcamalarının %18,6'sını oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Süt ve süt ürünleri, tüketim, tüketiciler, İstanbul.

Consumer Consumption Habits Of Milk and Milk Products in Istanbul Province

Abstract: The purpose of this study was to analyze the consumers' milk and milk products consumption preferences by using data from 400 households in different socioeconomic and demographic groups in the province of Istanbul. Descriptive statistics, variance analyses and Chi-square test were used to investigate the selected socioeconomic and demographic characteristics of consumers that determine households' consumption preferences between unpacked milk and packaged milk consumption amount and choices. According to results, 26.5 percent of consumers consumed unpacked, while 26.2 percent consumed pasteurized and 87.7 percent consumed sterilized milk. Households spend 22.5% of their total budget on food, and share of the milk and milk products in total food expenditures was found to be 18.6%.

Key Words: Milk and milk products, consumption, consumers, Istanbul.

* Çalışma KSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezinden türetilmiştir.

* K.S.Ü. Tarım Ekonomisi Bölümü

** K.S.Ü. Tarım Ekonomisi Bölümü

Giriş

Süt, canlının büyümesi ve gelişmesi için başta gelen besinlerden biridir. İnsanın tüm yaşamında önemli yeri olan süt, yeterli ve dengeli beslenme için gerekli olan hayvansal kaynaklı protein, yağ, laktoz ile vitamin ve mineral maddeleri tam ve yeterli oranda içerir. Süt beslenme değerinin yüksekliği yanında, vücut fonksiyonlarını düzenleyen, gelişmesini sağlayan, kemik ve diş oluşumunda önemli yeri olan bir gıda maddesidir (Şimşek ve ark 2005). Yapılan araştırmalara göre 1 litre süt yetişkinlerin günlük kalsiyum ve fosfor gereksinimlerinin tamamını, 10–12 yaşları arasındaki çocuklarda ise tamamına yakın bir kısmını karşılamaktadır. Yine 1 litre süt, yetişkin ve çocukların günlük B2 vitaminini (riboflavin) ve B12 vitaminini (kobalamin) gereksinimlerinin tümünü, günlük proteinin ise yarısını oluşturmaktadır (Anonim, 2009a).

Türkiye, yıllık 15 milyon ton süt üretimiyle dünyanın en büyük 16'ncı üreticisidir. 1996'da toplam 10 milyon 761 bin ton olan toplam süt üretimi, 2003 yılında 8 milyon 409 bin tona gerilemiştir. Bu tarihten sonra artış eğilimine giren süt üretimi 2006'da 10,6 milyon ton olarak gerçekleşmiş ve 2011'de ise 15,1 milyon tona yükselmiştir (TÜİK, 2011).

Verilere göre bugün Türkiye'de, yıllık kişi başına içme sütü tüketimi 30 kilogram, tereyağı tüketimi 1,3 kilogram, peynir tüketimi 12,5 kilogram, yoğurt ve ayran tüketimi 335 kilogram civarında seyretmektedir (Anonim, 2009c).

2008 yılında bir önceki yıla oranla yüzde 7 büyüme gösteren işlenmiş ambalajlı süt pazarının toplam büyüklüğü 970 milyon litre olarak gerçekleşti. Bu toplam içerisinde 920 milyon litre ile UHT süt, büyümenin başlıca destekleyicisi olmuştur. Türkiye'de işlenmiş ve ambalajlı süt tüketiminin, 2012 yılında, yaklaşık %8 artışla bir milyar litreyi aşarak 1.005 milyon litre seviyesine ulaşmasının; halen %53 olan ambalajlı süt tüketim oranının da, %60'lar düzeyine gelmesi beklenmektedir (Anonim, 2009d). Ambalajlı süt tüketiminde de geçmiş yıllara göre artış vardır. 2004'te 10,2 kilogram olan yıllık kişi başına ambalajlı süt tüketimi, 2008'de 13 kilograma kadar çıkmıştır (Anonim, 2009b).

Bu çalışmada İstanbul il merkezindeki hanelerin süt ve süt ürünleri tüketimine ilişkin temel istatistiksel bilgilerin olmasının yanı sıra, süt ve süt ürünlerinin tüketimiyle ilgili değişkenlerin tanımlanarak süt ve süt ürünleri tüketimini etkileyen faktörler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Böylece bu araştırmanın ileride yapılacak olan süt ve süt ürünleri tüketimi araştırmalarına örnek teşkil ederek ortaya farklı bir yaklaşım konulmasına katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

Araştırmanın genel amacı; İstanbul il merkezinde bulunan hanelerin süt ve süt ürünleri tüketimini çeşitli açılardan incelemektir. Bu inceleme iki aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada, İstanbul il merkezindeki hanelerde, süt ve süt ürünleri tüketimine ilişkin temel istatistiksel bilgiler verilmeye çalışılmıştır. Belirtilen temel istatistiksel bilgiler, hanelerin yıllık kişi başına düşen süt ve süt ürünleri tüketim düzeyleri, daha çok hangi sütü tükettikleri (sokak sütünün ve işlenmiş sütün kullanım düzeyi), süt ve süt ürünleri tüketim miktarları olarak belirlenmeye çalışılmıştır.

İkinci aşamada ise, hanelerin süt ve süt ürünleri tüketimini etkileyen faktörler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Tüketimi etkileyen faktörlerin hane halkı geliri, hanelerin aylık gıda harcamaları, hanedeki 14 yaş altı çocuk sayısı, ankete cevap veren kişinin cinsiyeti, eğitimi, olarak düşünülmüş olup bu faktörler ile Süt ve süt ürünlerinin tüketimi arasında

ilişkinin olup olmadığı araştırılmıştır. Böylece İstanbul il merkezindeki hanelerin süt ve süt ürünleri tüketimi ile ilgili temel göstergeler belirtildikten sonra tüketimi etkileyen faktörler ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Materyal ve Metot

Bu çalışmanın materyalini, 2011 yılında İstanbul ilinde ikamet eden ailelerden örnekleme yöntemiyle seçilen tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketimi konusunda bilgi düzeylerinin ve alışkanlıklarının belirlenmesi için tüketicilerle yüz yüze görüşme yöntemiyle yapılan anketlerden sağlanan veriler oluşturmuştur. Anketler İstanbul'da 13 ilçe merkezinde uygulanmıştır: Eyüp, Beşiktaş, Arnavut köy, Ataşehir (Üsküdar, Kadıköy), Pendik ve Kartal, Büyükçekmece, Bayrampaşa, Beykoz, Avcılar, Adalar, Maltepe ve Sancak tepe, Bağcılar, Şişli ve Kâğıthane.

Bu çalışmada örnek hacmi, ana kitle oranlarına dayalı kümelendirilmemiş tek aşamalı tesadüfi olasılık örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir (Collins, 1986):

$$n = t^2 * [1+(0,02) (b-1)] * (p * q) / e^2$$

burada; n: Örnek Hacmi; t: % 95 önem derecesine karşılık gelen tablo değeri; b: Örnekleme aşaması (bu çalışmada tek aşamalı olduğu için 1 alınmıştır); p: İncelenen olayın ana kitle içinde gerçekleşme olasılığı % 50 olarak alınmıştır; q: İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı (1-p); e: Kabul edilen hata payıdır (bu çalışmada hata payı %5 olarak alınmıştır). Denklemde, b=1 alındığında, eşitlik aşağıdaki forma dönüşmüştür:

$$n = t^2 * (p*q)/e^2$$

Bu formüle göre örnekleme hacmi;

$$n = 1,96^2 * (0,50 * 0,50) / 0,05^2 \rightarrow n = 384$$

Örnek hacmi 384 olarak saptanmış ve ankette kayıp değerler olacağı dikkate alınarak 400'e tamamlanmıştır.

Çalışmada, tüketicilerin sosyoekonomik ve demografik grupları itibariyle Süt ve süt ürünleri tüketimleri, gıda harcamaları, süt ürünleri harcamaları ve süt ürünleri tüketim miktarları belirlenmeye çalışılmıştır.

Tüm istatistiksel analizler SPSS 19,0 Windows programında yapılmıştır.

Araştırma Bulguları

Anket Yapılan Bireylerin Sosyoekonomik ve Demografik Yapısı

Çizelge 1. Ankete katılan tüketicilerin cinsiyet durumları

Cinsiyet dağılımı	adet	Oran (%)
Erkek	179	44.8
Kadın	221	55.2
Toplam	400	100.0

Anket yapılan tüketicilerin %44,8'inin erkek, %55,2'sinin ise kadın olduğu saptanmıştır.

Araştırma alanında anket yapılan bireylerin %26,0'nın üniversite mezunu, %30,5'inin lise mezunu, %17,0'nın ortaokul mezunu ve %26,5'inin ilkokul mezunu olduğu gözlenmiştir. Üniversite mezunu oranı Türkiye ortalaması ile karşılaştırıldığında (yaklaşık %10) yüksek çıkmıştır. Bu oranın yüksek çıkmasındaki en önemli nedeninin ankete cevap verme oranının eğitim seviyesi yükseldikçe artış göstermesinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Çizelge 2. Ankete katılan tüketicilerin eğitim düzeyleri

Eğitim Durumu	Adet	Oran(%)
İlkokul	106	26.5
Ortaokul	68	17.0
Lise	122	30.5
Üniversite	104	26.0
Toplam	400	100.0

Çizelge 3. Ankete katılan tüketicilerin yaş aralığı

Yaş Aralığı	Adet	Oran(%)
30'dan küçük	134	33.5
30-39	128	32.0
≥ 40	138	34.5
Toplam	400	100.0

Bireyin satın alma davranışını belirleyen önemli etmenlerden biri de yaştır. Araştırma alanında bireylerin %33,5'i 30 yaşından küçük, %32,0'ı 30-39 yaş aralığında ve %34,5'i ise 39 yaşından büyük olduğu saptanmıştır.

Çizelge 4. Ankete katılan tüketicilerin meslek durumu

Meslek Grubu	Adet	Oran(%)
Memur	60	15,0
İşçi	32	8,0
Ev hanımı	132	33,0
Serbest meslek	66	16,5
Emekli	25	6,25
Esnaf	42	10,5
Diğer	43	10,7
Toplam	400	100,0

Anket yapılan bireylerin %16,5'inin serbest meslek, %10,7'sinin esnaf, %15,0'ı memur, %8,0'ı işçi, %6,2'si emekli ve %33,0'nın ise ev hanımı olduğu saptanmıştır.

Çizelge 5. Hanede yaşayan birey sayısı

Toplam birey sayısı	Adet	Oran(%)
4' ten az	117	29,25
4	178	44,5
4'ten fazla	105	26,25
Toplam	400	100,0

Araştırma alanında anket yapılan bireylerin ailelerinde ortalama aile genişliği 3.98 olarak saptanmıştır. Anket yapılan bireylerin %44,5'i 4 kişilik aileden oluşurken, %29,3'ü 4'ten az bireye sahip ailelerden ve %26,2'si ise 4'ten fazla bireye sahip ailelerden oluşmaktadır.

Çizelge 6. Ankete katılan tüketicilerin gelir grupları itibari ile dağılımı

Gelir grubu	Adet	Oran(%)
Düşük gelir grubu (600–2000 TL)	129	32,2
Orta gelir grubu (2001–4000 TL)	126	31,5
Yüksek gelir grubu 4001–8000 TL)	145	36,3
Toplam	400	100,0

Araştırma alanında anket yapılan bireylerin ortalama gelir dağılımları 3 grup olarak incelenmiştir. 1. gelir grubu 1800 TL ve daha az gelire sahip olan aileler düşük gelir grubu, 2. Gelir grubu 1801- 3500 TL gelire sahip olan aileler orta gelir grubu, 3. gelir grubu 3500 TL'den daha fazla gelire sahip olan aileler yüksek gelir grubu olarak belirlenmiştir. Ailelerin gelir gruplarına dağılımında verilerin normal dağılım grafiği dikkate alınmıştır. Ankete katılan ailelerin %32,2'si düşük gelir grubunda, %31,5'i orta gelir grubunda ve %36,3'ü yüksek gelir grubunda bulunmaktadır.

Ailelerin Ortalama Aylık Geliri, Gıda Harcaması ve Süt Ürünleri Harcamaları

Ailelerin ortalama gelir düzeyleri, gıda harcamaları ve süt ve süt ürünleri harcamaları Çizelge 7'de gelir grupları itibariyle verilmiştir. Tüketicilerin aylık ortalama gelirlerine bakıldığında düşük gelir grubundaki ailelerin aylık ortalama gelirleri 1325,97 TL, orta gelir grubundaki ailelerin 2202,38 TL ve yüksek gelir grubundaki ailelerin ise 3982,76 TL olduğu saptanmıştır. Aylık ortalama gıda harcamaları ise düşük gelir grubunda 403,10 TL, orta gelir grubunda 535,71 TL ve yüksek gelir grubunda ise 771,03 TL'dir. Gıda harcamalarının toplam harcamalar içerisindeki oranı yaklaşık olarak % 22,5 olarak tespit edilmiştir. F- testi sonucuna göre, ailelerin ortalama gıda harcaması miktarlarında önemli bir farklılık saptanmıştır (F=79.43; P=0.000). Bireylerin gelirleri arttıkça ortalama gıda harcamaları da artmaktadır. Gelir grupları itibariyle gıda harcamalarının toplam harcamalar içerisindeki oranı da istatistiksel olarak farklı bulunmuştur (F=15.01; P=0.000). Ailelerin geliri arttıkça gıda harcamaları mutlak olarak artarken oransal olarak azalmaktadır.

Araştırma alanında gelir arttıkça süt ve süt harcamaları mutlak olarak artarken (F=33.50; P=0.000), oransal olarak azaldığı (F=8.90; P=0.000) saptanmıştır (Çizelge 7).

Araştırma alanında süt ve süt ürünleri harcamalarının toplam gıda harcaması içerisindeki oranı %18,6 olarak saptanmıştır. Düşük gelir grubunda bulunan aileler toplam gıda harcamalarının yaklaşık %21,6'sını süt ve süt ürünlerine harcarken, yüksek gelir grubunda bulunan aileler %16,8'ini harcamaktadır. Aybek (2011) tarafından Kahramanmaraş il merkezinde yapılan çalışmada, süt ve süt ürünleri harcamalarının toplam harcamalar içerisindeki oranı %17.03 olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 7. Ailelerin gelir grupları itibariyle ortalama gelir, aylık gıda harcaması ve aylık süt ürünleri harcamaları

Gelir grubu	Aylık gelir (TL/Ay) (a)	Aylık gıda harcaması (TL/Ay) (b)	Süt ve süt ürünleri harcaması (TL/Ay) (c)	Oran (%) (b/a)	Oran (%) (c/b)
Düşük gelir grubu	1325,97	403,10	87,08	30,40	21,60
Orta gelir grubu	2202,38	535,71	102,97	24,32	19,22
Yüksek gelir grubu	3982,76	771,03	129,76	19,36	16,83
Ortalama	2565,13	578,25	107,56	22,54	18,60
F testi (P değeri)	528,92 (0,000)	79,43 (0,000)	32,50 (0,000)	15,01 (0,000)	8,90 (0,000)

Ailelerde Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Miktarları

Anket yapılan ailelerin aylık ortalama süt ve süt ürünleri tüketim miktarı ve harcamaları Çizelge 8'de verilmiştir.

Çizelge 8. Ailelerin aylık süt ve süt ürünleri tüketim değerleri

Ürünler	Tüketim miktarı (kg/ay)	Tüketim harcaması (TL/ay)	Toplam süt tüketim harcamasındaki oranı (%)
Açık süt	2,38	3,29	3,06
Pastörize süt	2,18	4,35	4,04
Paket süt	7,63	13,52	12,57
Peynir	4,86	41,25	38,35
Lor	0,17	0,97	0,90
Tereyağı	0,59	6,42	5,97
Yoğurt	10,60	29,32	27,26
Ayran	0,55	1,00	0,93
Dondurma	0,75	6,21	5,78
Kaymak	0,13	1,24	1,15
Toplam	-	107,56	100,00

İncelenen ailelerde ortalama içme sütü tüketim miktarı 12.19 litre olup, bunun 2.38 litresi açıkta satılan süt, 2.18 litresi pastörize süt ve 7.63 litresi ise sterilize süttür. Dolayısıyla açıkta satılan süt, içme sütü harcamalarının %15'ini oluşturmaktadır. İçme

sütünün toplam süt ve süt ürünleri harcaması içerisindeki oranı ise %19,7'dir. Aile genişliği dikkate alarak hesaplanan kişi başına içme sütü tüketimi ise 36.75 litre olarak saptanmıştır. Şimşek ve ark. (2005) tarafından İstanbul ilinde yapılan çalışmada ise kişi başına yıllık içme sütü tüketimi 34 litre olarak saptanmıştır. Araştırma alanında tüketilen diğer süt ve süt ürünleri tüketim miktarları ise; 4,86 kg peynir, 10,6 kg yoğurt, 0,59 kg tereyağıdır. Dolayısıyla araştırma alanında tüketilen içme sütü miktarının düşük olmasının en önemli nedeninin ailelerin içme sütünün yanı sıra yoğurt tüketmeleridir. Peynir harcamalarının toplam süt ve süt ürünleri harcamaları içerisindeki oranı %38,35 iken yoğurt harcamalarının oranı ise %27,26'dır. Tereyağı harcamalarının oranı %5,97, dondurma harcamalarının oranı ise %5,78'dir.

Ailelerin Sosyoekonomik ve Demografik Gruplar İtibariyle Süt Tüketimlerinin Karşılaştırılması

Tüketicilerin süt tüketim alışkanlıkları eğitim, gelir, yaş ve cinsiyet gibi birçok faktör tarafından etkilenebilmektedir. Çizelge 9'da sosyoekonomik ve demografik gruplar itibariyle açık, pastörize ve sterilize süt tüketim miktarları verilmiştir.

Tüketicilerin eğitim grupları itibariyle açık süt tüketim miktarları incelendiğinde, okuryazar olmayan tüketiciler 1.55 kg, ilkökul mezunu olanlar 2.42 kg, ortaokul mezunu olanlar 3.28 kg, lise mezunu olanlar 2.11 kg, üniversite mezunu olanlar 2.16 kg açık süt tüketmektedirler. Tüketicilerin eğitim grupları itibariyle sterilize süt tüketim miktarları incelendiğinde okuryazar olmayan tüketiciler 6.09 kg, ilkökul mezunu olanlar 8.43 kg, ortaokul mezunu olanlar 5.78 kg, lise mezunu olanlar 9.03 kg, üniversite mezunu olanlar 6.63 kg sterilize süt tüketmektedirler. Tüketicilerin eğitim grupları itibariyle pastörize süt tüketim miktarları incelendiğinde ise, okuryazar olmayan tüketiciler 3.90 kg, ilkökul mezunu olanlar 2.52 kg, ortaokul mezunu olanlar 3.01 kg, lise mezunu olanlar 1.95 kg, üniversite mezunu olanlar 1.37 kg pastörize süt tüketmektedirler.

Tüketicilerin gelir grupları itibariyle açık süt tüketim miktarları incelendiğinde, düşük gelirli tüketiciler 2.74 kg, orta gelirli tüketiciler 2.37 kg ve yüksek gelirli olanlar 2.08 kg açık süt tüketmektedirler (Çizelge 9). Tüketici geliri arttıkça açık süt tüketimi azalmaktadır. Tüketicilerin gelir grupları itibariyle sterilize süt tüketim miktarları incelendiğinde, düşük gelirli tüketiciler 7.21 kg, orta gelirli tüketiciler 8.56 kg ve yüksek gelirli olanlar 7.19 kg sterilize süt tüketmektedirler. Tüketicilerin gelir grupları itibariyle pastörize süt tüketim miktarları incelendiğinde ise, düşük gelirli tüketiciler 2.82 kg, orta gelirli tüketiciler 1.98 kg ve yüksek gelirli olanlar 1.76 kg pastörize süt tüketmektedirler. Tüketicilerin geliri artarken pastörize süt tüketim miktarı azalmaktadır. Bunun başlıca nedeni diğer süt ürünleri özellikle yoğurt ve peynir tüketiminin artmasıdır. Düşük gelirli ailelerin pastörize süt tüketiminin yüksek olmasının sebebi bireylerin öğretmen ya da memur gibi düşük maaşlı meslek grubunda olmasından kaynaklanmaktadır.

Tüketicilerin yaş grupları itibariyle açık süt tüketim miktarlarına bakıldığında, 30 yaş altı tüketiciler 2.43 kg 30–39 yaş aralığındaki tüketiciler 1.46 kg ve 40 ve üzeri yaş üstü tüketiciler ise 3.19 kg açık süt tüketmektedirler (Çizelge 9). Özellikle 40 ve 40 yaş üstü tüketiciler daha çok açık süt tüketmektedirler ($F=3.29$; $P=0.038$). Tüketicilerin yaş grupları itibariyle sterilize süt tüketim miktarlarına bakıldığında, 30 yaş altı tüketiciler 7.34 kg, 30–39 yaş aralığındaki tüketiciler 7.52 kg, 40 ve üzeri yaş üstü tüketiciler ise 8.01 kg sterilize tüketmektedirler. Yaş arttıkça sterilize süt tüketimi artmaktadır, ancak bu artış istatistiki

olarak önemli değildir ($F=0.24$; $P=0.784$). Tüketicilerin yaş grupları itibariyle pastörize süt tüketim miktarlarına bakıldığında, 30 yaş altı tüketiciler 1.98 kg, 30–39 yaş aralığındaki tüketiciler 2.36 kg, 40 ve üzeri yaş üstü tüketiciler ise 2.18 kg pastörize süt tüketmektedirler. Orta yaş grubunda pastörize süt tüketimi daha fazladır, ancak yaş grupları itibariyle pastörize süt tüketim miktarı istatistikî olarak önemli değildir ($F=0.17$; $P=0.843$).

Tüketicilerin cinsiyetler itibariyle açık süt tüketim miktarları incelendiğinde, anket yapılan bireyin erkek olduğu ailelerde 2.36 kg, kadın olduğu ailelerde ise 2.40 kg açık süt tüketildiği saptanmıştır (Çizelge 9). Kadın ve erkekler arasında açık süt tüketimi konusunda farklılık gözlenmemiştir. Cinsiyetler itibariyle açık süt tüketim miktarı önemli değildir ($F=0.06$; $P=0.996$). Tüketicilerin cinsiyetler itibariyle sterilize süt tüketim miktarları incelendiğinde, anket yapılan erkek bireylerin ailelerinin 8.12 kg sterilize süt tükettiği, kadınların ise 7.23 kg tükettiği saptanmıştır. Kadın ve erkekler arasında sterilize süt tüketimi konusunda farklılık gözlenmemiştir. Cinsiyetler itibariyle sterilize süt tüketim miktarı önemli değildir ($F=1.09$; $P=0.310$). Tüketicilerin cinsiyetler itibariyle pastörize süt tüketim miktarları incelendiğinde, anket yapılan erkek bireylerin aileleri 1.07 kg, kadınların ise 3.07 kg tükettiği saptanmıştır. Kadın ve erkekler arasında pastörize süt tüketimi konusunda farklılık gözlenmiştir. Cinsiyetler itibariyle pastörize süt tüketim miktarı önemlidir ($F=3.83$; $P=0.000$).

Tüketicilerin süt tüketim kararları da tüketim miktarları kararlarında olduğu gibi, eğitim, gelir ve ailedeki çocuk sayısı gibi birçok faktör tarafından etkilenebilmektedir. Çizelge 10'da sosyoekonomik ve demografik gruplar itibariyle açık, pastörize ve sterilize süt tüketim miktarları verilmiştir.

Gelir grupları itibari ile açık süt tüketim ve tüketmeme durumu incelendiğinde, düşük gelir grubundaki bireylerin %74,4'ü açık süt tüketmemekte, %25,6'sı tüketmektedir. Orta gelir grubunda açık süt tüketmeyen bireylerin oranı %74,6 iken, tüketenlerin oranı ise %25,4'tür. Yüksek gelir grubunda ise, açık süt tüketmeyen bireyler %71,7 iken, tüketen bireylerin oranı %28,3'tür (Çizelge 10). Gelir grupları itibariyle pastörize süt tüketim ve tüketmeme durumu incelendiğinde, düşük gelir grubundaki bireylerin %66,6'sı pastörize süt tüketmemekte, % 33,4'ü tüketmektedir. Orta gelir grubunda pastörize süt tüketmeyen bireylerin oranı %76,1 iken, tüketenlerin oranı ise %23,9'dur. Yüksek gelir grubunda ise, pastörize süt tüketmeyen bireyler %78,6 iken, tüketen bireylerin oranı %21,4'tür. Gelir grupları itibari ile sterilize süt tüketim ve tüketmeme durumu incelendiğinde, düşük gelir grubundaki bireylerin %13,9'u sterilize süt tüketmemekte, %86,1'i tüketmektedir. Orta gelir grubunda paket süt tüketmeyen bireylerin oranı %11,1 iken, tüketenlerin oranı ise %88,9'dur. Yüksek gelir grubunda ise sterilize süt tüketmeyen bireyler %11,7 iken, tüketen bireylerin oranı %88,3'tür. Şimşek ve ark (2005) tarafından yapılan çalışmada, tüketicilerin %49'u pastörize süt, %40'ı UHT sterilize süt ve %11'i ise açık süt tükettikleri saptanmıştır. Gelir arttıkça açık süt tüketiminin azaldığı ambalajlı süt tüketiminin ise arttığı saptanmıştır.

Annenin eğitim durumu itibariyle açık süt tüketim durumu incelendiğinde, okuryazar olan bireylerde açık süt tüketmeyenlerin oranı %62,5, tüketenlerin oranı ise %37,5'dir. İlkokul mezunu olan bireylerde açık süt tüketmeme oranı %68 iken, tüketme oranı ise %32, ortaokul mezunu bireylerde açık süt tüketmeyenlerin oranı %76,8, tüketenlerin oranı ise %23,2'dir. Lise mezunu olan bireylerin açık süt tüketme oranı ise %16,5, üniversite mezunu olan bireylerde ise %25'dir (Çizelge 10). Annenin eğitim durumu itibariyle pastörize süt tüketim durumu incelendiğinde, okuryazar olan bireylerde pastörize süt

tüketenlerin oranı ise %18,8, ilkokul mezunu olan bireylerde %21,9, ortaokul mezunu bireylerde %24,4'tür. Lise mezunu olan bireylerin pastörize süt tüketme oranı %32,9, üniversite mezunu olan bireylerde ise %37,5'dir. Anne eğitim durumu yükseldikçe pastörize süt tüketimi artmaktadır. Annenin eğitim durumu itibariyle sterilize süt tüketim durumu incelendiğinde, okuryazar olan bireylerde sterilize süt tüketenlerin oranı %90,7, ilkokul mezunu olan bireylerde %91,8, ortaokul mezunu bireylerde %89,1, lise mezunu olan bireylerde %85,1 ve üniversite mezunu olan bireylerde ise %77,5'tir.

Hane içinde yaşayan 14 yaşından küçük çocuk sayısı ile süt tüketim durumu incelendiğinde, 14 yaşından küçük 1 çocuklu ailelerde açık tüketme oranı %23,7, 2 çocuklu ailelerde %22,9, 3 çocuklu ailelerde ise %40'dır (Çizelge 10). Hane içinde yaşayan 14 yaşından küçük çocuk sayısı ile pastörize süt tüketim durumu incelendiğinde, 14 yaşından küçük 1 çocuk var diyen bireylerin pastörize süt tüketme oranı %28,2, 2 çocuklu ailelerde %44,3, 3 çocuklu ailelerde ise %33,4 olduğu saptanmıştır. Hane içinde yaşayan 14 yaşından küçük çocuk sayısı ile sterilize süt tüketim durumu incelendiğinde, 14 yaşından küçük 1 çocuklu ailelerde sterilize süt tüketme oranı ise %86,4, 2 çocuklu ailelerde %90,0, 3 çocuklu ailelerde %93,4'tür (Çizelge 10). 14 yaşından küçük çocuk sayısı ve sterilize süt tüketimi arasında önemli bir ilişki olduğu bulunmuştur (Ki-kare=147,29; P=0,000). Akbay ve Tiryaki (2007) tarafından yapılan çalışmada ise, ailede 14 yaşından küçük bireylerin olup olmaması gerek açık ve gerekse ambalajlı süt tüketimini istatistikî olarak etkilemediği saptanmıştır.

Çizelge 9. Tüketicilerin sosyoekonomik ve demografik gruplar itibarıyla ortalama süt tüketim miktarlarının karşılaştırılması

Tüketicilerin eğitim düzeyi	Ortalama açık süt miktarı (Kg/ay)	Standart sapma	Test istatistiği (p değeri)	Ortalama paket süt miktarı (Kg/ay)	Standart sapma	Test istatistiği (p değeri)	Ortalama pasförize süt miktarı (Kg/ay)	Standart sapma	Test istatistiği (p değeri)
Okuryazar	1.55	3.20		6.09	6.97		3.90	7.86	
İlkokul	2.42	5.17	0.62 (0.646)	8.43	8.44	2.57 (0.038)	2.52	5.05	1.48 (0.205)
Ortaokul	3.28	8.51		5.78	4.61		3.01	6.50	
Lise	2.11	4.55		9.03	10.2		1.95	5.70	
Üniversite	2.16	4.52		6.63	6.37		1.37	3.35	
Tüketicilerin gelir düzeyi									
Düşük gelir grubu	2.74	6.63		7.21	7.31		2.82	5.43	
Orta gelir grubu	2.37	5.12	0.47 (0.620)	8.56	9.78	1.22 (0.296)	1.98	5.29	1.52 (0.219)
Yüksek gelir grubu	2.08	4.72		7.19	7.08		1.76	5.10	
Tüketicilerin yaş grupları									
<30	2.43	4.91		7.34	7.23		1.98	5.34	
30-39	1.46	3.81	3.29 (0.038)	7.52	8.85	0.24 (0.784)	2.36	4.40	0.17 (0.843)
>40	3.19	7.09		8.01	8.22		2.18	5.95	
Tüketicilerin cinsiyeti+									
Erkek	2.36	5.84	0.06 (0.996)	8.12	8.93	1.09 (0.310)	1.07	3.19	3.83 (0.000)
Kadın	2.40	5.25		7.23	7.36		3.07	6.36	

Çizelge 10. Tüketicilerin sosyoekonomik ve demografik gruplar itibarıyla süt tüketim kararlarının karşılaştırılması

Gelir grubu	Açık süt		Pastörize süt		Paket süt	
	Tüketmeyen	Tüketen	Tüketmeyen	Tüketen	Tüketmeyen	Tüketen
Düşük gelir	74.4	25.6	66.6	33.4	13.9	86.1
Orta gelir	74.6	25.4	76.1	23.9	11.1	88.9
Yüksek gelir	71.7	28.3	78.6	21.4	11.7	88.3
Ki kare testi (P değeri)	35.364 (0.104)		44.588 (0.214)		52.510 (0.128)	
Annenin Eğitim durumu	Açık süt		Pastörize süt		Paket süt	
	Tüketmeyen	Tüketen	Tüketmeyen	Tüketen	Tüketmeyen	Tüketen
Okuryazar	62.5	37.5	81.2	18.8	9.3	90.7
İlkokul	68.0	32.0	78.1	21.9	8.2	91.8
Ortaokul	76.8	23.2	75.6	24.4	10.9	89.1
Lise	83.5	16.5	67.1	32.9	14.9	85.1
Üniversite	75.0	25.0	62.5	37.5	77.5	22.5
Ki kare testi (P değeri)	63.575 (0.130)		113.497 (0.000)		104.392 (0.065)	
14 yaşından küçük çocuk sayısı	Açık süt		Pastörize süt		Paket süt	
	Tüketmeyen	Tüketen	Tüketmeyen	Tüketen	Tüketmeyen	Tüketen
0	70.8	29.2	82.4	27.6	12.0	88.0
1	76.3	23.7	71.8	28.2	13.6	86.4
2	77.1	22.9	55.7	44.3	10.0	90.0
3	60.0	40.0	66.6	33.4	6.6	93.4
Ki kare testi (P değeri)	77.812 (0.000)		89.479 (0.004)		147.29 (0.000)	

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, İstanbul ilinde süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıklarını belirlemek ve tüketimi etkileyen sosyoekonomik ve demografik faktörleri saptamak amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik olarak yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen bulgulara göre, araştırma alanında aileler toplam gelirlerinin %22,5'ini gıda harcamalarına ayırırken, süt ve süt ürünleri harcamaları ise toplam gıda harcamalarının % 18,6'sını oluşturmaktadır. İçme sütünün toplam süt ve süt ürünleri harcaması içerisindeki oranı ise %19,7'dir. Aile genişliği dikkate alınarak hesaplanan kişi başına içme sütü tüketimi ise 36.75 litre olarak saptanmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre, ailelerin yaklaşık %26.5'inin açık süt, %26.2'sinin pastörize süt % 87.7'sinin ise sterilize süt tüketmekte olduğu saptanmıştır. En çok tüketilen süt ürünleri yoğurt ve peynir olurken en az tüketilen ürünler ise kaymak ve lordur.

Gıda harcamalarının toplam harcamalar içerisindeki oranı yaklaşık olarak % 22,5 olarak tespit edilmiştir. F- testi sonucuna göre, ailelerin ortalama gıda harcaması miktarlarında önemli bir farklılık saptanmıştır (F=79.43; P=0.000). Bireylerin gelirleri arttıkça ortalama gıda harcamaları da artmaktadır.

Araştırma alanında gelir arttıkça süt ve süt harcamaları mutlak olarak artarken (F=33.50; P=0.000), oransal olarak azaldığı (F=8.90; P=0.000) saptanmıştır.

Araştırma alanında süt ve süt ürünleri harcamalarının toplam gıda harcaması içerisindeki oranı %18,6 olarak saptanmıştır.

Gelişmiş ülkelerde olduğu gibi işlenmiş hijyenik süt tüketim bilincinin geliştirilmesi için eğitim çalışmalarının artırılması gerekmektedir.

Ülkemizde ambalajlı süt tüketiminin artırılması için çiğ sütü isteyen modern süt işletmelerinin sayısının artırılması gerekmektedir.

Sağlıklı ve dengeli bir beslenmede vazgeçilmez gıda maddelerinden olan süt ve süt ürünleri tüketiminin artırılabilmesi için, içme sütünün beslenme ve sağlık açısından önemi en etkin reklam ve bilgilendirme yöntemleriyle toplum fertlerine ayrıntıları ile anlatılmalıdır.

Kaynaklar

- Akbay, C., Tiryaki, Y, G. 2007. Tüketicilerin Ambalajlı ve Açık Süt Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi. Kahramanmaraş Örneği KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi, 10(1): 89–96.
- Akbay, C., Tiryaki, Y, G. 2008. Unpacked and Packed Fluid Milk Consumption Patterns and Preferences in Turkey. Agricultural Economics, 38: 9-20.
- Anonim, 2009a. '21–28 Mayıs Dünya Süt Günü' Kutlamaları Karamanlı Devrim İlköğretim okulunda yapıldı'. (<http://www.burdur-tarim.gov.tr/sayfa.php?id=261>).
- Anonim, 2009b. Tetra Pak Küresel Süt Endeksi (<http://www.lpghaber.com/Tetra-Pak-Kuresel-Sut-Endeksi--Kuresel-Sut-Tuketimi-Yilda-258-Milyar-Litre--haberi-222046.html>)
- Anonim, 2009c. Türkiye'de Süt Tüketimi Avrupa'nın Dörtte Biri. (<http://www.lpghaber.com/Turkiye%60de-Sut-Tuketimi-Avrupa%60nin-Dortte-Biri--haberi-214012.html>).

- Anonim, 2009d. Tetra Pak Küresel Süt Endeksi (<http://www.lpghaber.com/Tetra-Pak-Kuresel-Sut-Endeksi--Kuresel-Sut-Tuketimi-Yilda-258-Milyar-Litre--haberi-222046.html>).
- Aybek, E., 2011. Kahramanmaraş İli Kentsel Alanda Tüketicilerin Süt Ve Süt Ürünleri Tüketim Ve Tercihleri. Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı. Kahramanmaraş 2011.
- Collins, M., 1986, Sampling (Editör: R. Worcester ve ark. 1986), Consumer Market Research Handbook.
- FAO, 2007. FAOSTAT, Statistical Database. www.fao.org (Erişim Tarihi:
- Şimşek ve ark., 2005 2(1). İstanbul İlinde İçme Sütü Tüketim Alışkanlıkları ve Bu Alışkanlıkları Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Trakya Üniversitesi Tekirdağ Ziraat Fakültesi Gıda Mühendisliği Bölümü. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi/Journal of Tekirdag AgriculturalFaculty.
- Tiryaki, Y, G., Akbay, C., 2009. Consumers' Fluid Milk Consumption Behaviors in Turkey: An Application of Multinomial Logit Model. Quality and Quantity, 44(1): 87-98.
- TÜİK, 2011. www.tuik.gov.tr. Hayvansal Üretim İstatistikleri (Erişim Tarihi:23.08.2011)

