

SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİNİN TÜKETİMİ ÜZERİNE BAZI SOSYAL FAKTÖRLER VE TÜKETİCİ ÖZELLİKLERİN ETKİSİ

Ahmet AYAR*

Mustafa NİZAMLIOĞLU**

ÖZET

Süt ve süt ürünlerinin farklı özelliklerdeki 157'si bay ve 130'u bayan olmak üzere toplam 287 tüketici tarafından tercih edilme ve tüketim durumları araştırılmıştır. Araştırma sonucuna göre, yoğurt en fazla tüketilen ürün olmuştur (2.089±1.435 kg/hafta), bunu normal süt (1.933±1.668 L/hafta) ve peynir çeşitleri (1.560±1.008 kg/hafta) takip etmiştir. Kola % 36'lık bir tercih ile içecekler arasında birinci sırada yer almış, bunu % 25 ile meyve suyu ve % 18 ile süt izlemiştir. Cinsiyet, eğitim ve diğer sosyal faktörlere göre süt ve ürünlerinin tüketiminde farklılıklar olmuştur. Süt ve ürünlerini tercih etmede kalite ve tazelik en önemli faktörler olarak belirlenmiş, fiyat ve reklam ise daha az önemli bulunmuştur. Ailelerin gelirleri ile süt ve ürünlerini tüketmeleri arasında da önemli bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

SUMMARY

Effect of Some Social Factors and Consumer Characteristics on the the Consumption of the Milk and Milk Products

Preferences for the milk and milk products were investigated among different characters consumers. The study was conducted on the milk and milk products consumption levels of 287 consumers. The acceptance of the milk and milk products was examined among males (N=157) and females (N=130) subjects. Yoghurt was the product consumed in greatest quantity (2.089±1.435 kg/week). The second most consumed milk products was whole milk (1.933±1.668 L/week), followed by different kinds of cheese (1.560±1.008 kg/week). The cola was the drink consumed in greatest quantity (% 36). The second drink was the fruit juice (%25), followed by the milk (%18). There were differences in the milk and milk products consumption and perception patterns according to gender, social factors and education. In the study, it was found that there was a relationship among the milk and milk products consumption with their salaries. The most significant choice factors for the milk and milk products were the quality and freshness and the secondary ones were price and advertising.

1. GİRİŞ

Süt ve süt ürünlerinin toplum beslenmesi, sağlığı ve kalkınması bakımından son derece önemli, alternatifiz maddeler olduğu bilinmektedir. Batı kültürü ve diğer birçok kültürlerde tarihsel olarak, süt ve süt ürünleri yetişkinler için de dengelenmiş bir diyetin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Çünkü sütün içerdiği bu besin bileşenleri yetişkinlerin beslenmesinde de önemli yer tutar. Süt ve süt ürünleri başka gıdalardan sağlanması zor olan bazı besin elementlerinin temin edilmesinde önemlidir. Gıda ürünlerinin çeşitlenmesi ve bileşiminde katkı olarak süt kullanılan gıdaların üretilmesine imkan sağlar. Diğer gıdaların besin değerini artırır. Bitkisel kaynaklardaki minerallerin değerlendirilmesine yardımcı olur (Özdemir ve ark. 1994; Yetişmeyen, 1995; Majjala, 2000). Çocuklarda, yağların ve belli süt ürünlerinin sınırlandırılması enerjinin, makro ve mikro besinlerin alımının azalmasına neden olabilir. Serum lipid seviyesinin kontrol edilmesinde kalsiyum alımının büyük önemi vardır. Artan kalsiyum alımı idrar ve dışkı ile doymuş yağların uzaklaştırılmasını artırır ve böylece serum kolesterolünde ve LDL kolesterolünde önemli bir azalma sağlar. Diyet kalsiyum alımı ile kan basıncı seviyesi arasında ters bir ilişki belirlenmiştir. Kalsiyumun diğer bir etkisi kardiyovaskular hastalıkların kontrolünde görülmektedir (Ortega ve ark., 2000). Kalsiyum kuvvetli kemiklerin oluşması ve osteoporosisin önlenmesi için çok önemlidir. Batı Avrupa'da süt ürünleri diyet kalsiyum alımının % 75'e kadar olan kısmını karşılar. Yoğurt mükemmel bir kalsiyum kaynağıdır. Yapıldığı süttten daha az laktöz içerdiği için birçok insan için kolayca sindirilebilir özelliğindedir (Menon, 1991; Demirci ve Şimşek, 1997; Ward ve ark. 1999).

Toplumumuzun büyük bir kesimi özellikle içme sütü denince, sadece küçük çocukların içmesi gereken bir gıda maddesini algılanmaktadır. Bu değerlendirmede, toplumun beslenme alışkanlıkları, eğitim yetersizliği satın alma gücünün azlığı, süt ve süt ürünlerinin besin değerinin tam olarak bilinmemesi gibi çeşitli faktörler etkili olmaktadır. Dünyadaki eğitim ve refah düzeyi yüksek gelişmiş ülkelerde yıllık kişi başına içme sütü tüketim miktarı 100 kg'ın üzerinde, hatta 170 kg'a kadar çıkabildiği halde ülkemizde bu oran 30-35 kg civarındadır. Diğer yandan önemli bir problem de tüketilen içme sütünün büyük çoğunluğunun sokak sütçüleri tarafından satılan, kalitesiz ve sağlık bakımından son derece riskli olabilecek nitelikte sütler olmasıdır. (Demirci, 1986, Anonymous, 1995).

Gıda tüketimine esas olarak dört faktörün etkilediği iddia edilmektedir. Bunlar tüketici geliri, mevcut gıdanın ve diğer gıdaların fiyatı, sağlık ve beslenme hakkında bilgi, tat ve diğer üstünlüklerdir. Besin bilgisi ve gıdaların sağlıklı seçimi ilave faktörler olarak belirlenmiştir. Daha fazla eğitim daha sağlıklı gıda seçimini sağlamaktadır. Bunda daha iyi kazanç ve sağlık bilgisinin kullanımı etkili olmaktadır (Kinsey ve Bowland, 1999). Gıda seçiminde ise gıdanın fiziksel, kimyasal ve duyuşal özellikleri, etiket bulunabilirlik, besin değeri, tüketicinin yaşı, cinsiyeti, tecrübe ve kişiliği, sağlık durumu, ürünün fiyatı ve tüketicinin geliri, inanç, sosyal konum ve moda gibi faktörler etkilidir (Babic-Zielinska, 1999). Bu araştırmanın amacı, süt ve ürünlerinin tüketiminde etkili olan faktörleri belirlemeyi çalışmak ve bu faktörler doğrultusunda tüketicileri süt ve ürünlerini tüketme konusunda bilinçlendirmektir.

2. MATERYAL VE METOD

Karaman il merkezinde eğitim gören lise ve üniversite öğrencileri ve bazı kamu kuruluşlarında çalışan memurlarla,

bir kısım esnaf anket çalışmasının örneklerini oluşturmuştur. Ankete katılanların 157'si bay, 130'u bayan; 121'i köylü, 166'sı şehirli; 125'i üniversite, 145'i lise, 17'si ilköğretim mezunu; 90'ının aile geliri 100-200 milyon, 93'ünün 200-300 milyon, 36'sinin 300-400 milyon, 24'ünün 400-500 milyon ve 32'sinin 500 milyondan daha fazla; 123'ü 15-20 yaş arası, 55'i 21-25, 25'i 26-30 ve 84'ü 30 dan daha yaşlıdır. Anket formlarının doldurulmasında kişiler tabakalı ve rasgele örnekleme yoluyla saptanmıştır.

Anket formlarının doldurulması ile elde edilen veriler Minitab istatistik analiz programı ile değerlendirilmiştir.

3. SONUÇ VE TARTIŞMA

Ankete katılanların süt, yoğurt ve peynir tüketim miktarları Çizelge 1'de verilmiştir. Ailelerin haftalık ortalama süt tüketimi 1.933±1.668 l, yoğurt tüketimi 2.089±1.435 kg ve peynir tüketimi 1.560±1.008 kg olarak belirlenmiştir. Çocukların süt ürünlerini tüketme durumunun araştırıldığı çalışmada, en çok tüketilen 338.7 g/gün ile tam süt olmuş, bunu 50.2 g/gün ile yoğurt ve 7.2 g/gün ile peynir takip etmiştir (Ortega ve ark. 2000). Çalışanlar üzerinde bir araştırma yapan Özçelik ve Çakıroğlu (1999), bireylerin günlük süt tüketiminin 94.17 g, yoğurt tüketiminin 128.04 g ve peynir tüketiminin 36.95 g olduğunu belirlemişlerdir. Genel olarak yaş arttıkça tüketilen süt, yoğurt ve peynir miktarı da artmaktadır. En fazla sütü üniversite mezunu olanlar, en fazla peynir ve yoğurt ise ilköğretim mezunu olanlar tüketmektedir. Gelir miktarına bağlı olarak tüketilen süt ve ürünlerinin miktarı da farklılık göstermiştir. Tüketilen süt miktarı ile yaş ve cinsiyet arasında da önemli bir ilişki vardır. ($p < 0.05$). Şehirli ve köylülerin süt ve ürünlerini tüketim miktarları ise benzer bulunmuştur. Aile nüfusuna bağlı olarak süt ve ürünlerinin tüketimi de önemli bir değişim göstermemiştir.

Çizelge 1. Ailelerin haftalık ortalama içme sütü, yoğurt ve peynir tüketim miktarları.

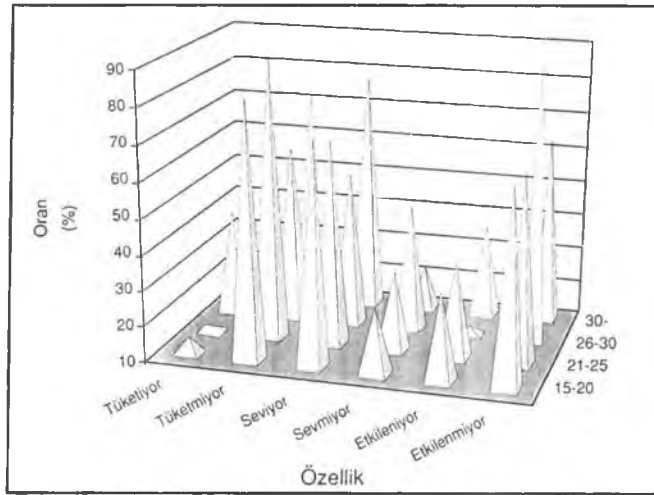
Yaş	N	İçme Sütü Tüketimi (L)		Yoğurt Tüketimi (kg)		Peynir tüketimi (kg)	
		Bay	Bayan	Bay	Bayan	Bay	Bayan
	157	128	156	124	156	126	
	Ort	2.159	1.656	2.147	2.016	1.590	1.524
	S.D.	1.670	1.629	1.502	1.349	0.970	1.056
15-20	61	60	61	59	62	58	
	Ort	1.475	1.300	1.787	1.898	1.419	1.379
	S.D.	1.089	1.293	1.473	1.423	0.915	0.933
21-25	26	29	26	28	26	29	
	Ort	1.923	1.207	1.577	1.929	1.423	1.310
	S.D.	1.573	1.544	1.206	1.514	0.809	0.850
26-30	16	9	15	9	15	9	
	Ort	2.375	2.222	2.200	2.111	1.600	2.111
	S.D.	1.962	1.481	1.656	1.167	1.121	1.537
30>	54	30	54	28	53	30	
	Ort	2.982	2.633	2.815	2.321	1.868	1.833
	S.D.	1.827	1.938	1.402	1.056	1.020	1.206
Öğrenim							
Üniversite	55	69	55	65	55	68	
	Ort	2.509	1.507	2.109	2.185	1.618	1.706
	S.D.	1.752	1.549	1.474	1.520	0.913	1.198
Lise	85	59	84	59	84	58	
	Ort	1.918	1.831	2.131	1.831	1.429	1.310
	S.D.	1.537	1.714	1.527	1.117	0.826	0.821
İlköğretim	16	0	17	0	17	0	
	Ort	2.240	-	2.663	-	2.365	-
	S.D.	1.950	-	1.405	-	1.639	-
Aile Geliri (Milyon TL)							
100-200	47	42	46	41	47	41	
	Ort	1.894	0.881	1.457	1.902	1.383	1.220
	S.D.	1.632	0.916	1.027	1.463	0.822	0.791
201-300	53	40	52	39	52	40	
	Ort	2.434	2.500	2.539	2.128	1.596	1.850
	S.D.	1.738	1.867	1.578	1.151	0.995	1.350
301-400	19	16	20	16	20	16	
	Ort	2.000	2.125	2.700	2.125	1.500	1.750
	S.D.	1.491	1.928	1.658	1.586	0.827	1.000
401-500	16	8	16	8	15	8	
	Ort	2.688	2.250	2.125	1.625	1.600	1.000
	S.D.	2.024	1.832	1.258	0.518	0.737	0.535
500>	19	13	19	12	19	13	
	Ort	2.000	0.923	2.158	2.500	2.211	1.462
	S.D.	1.374	1.188	1.803	1.732	1.357	0.877
Yaşadığı Yer							
Köy	68	53	68	50	68	52	
	Ort	2.118	1.793	2.103	1.740	1.588	1.577
	S.D.	1.662	1.691	1.566	1.259	0.981	1.177
Şehir	89	75	88	74	83	74	
	Ort	2.191	1.560	2.182	2.203	1.591	1.487
	S.D.	1.685	1.588	1.459	1.385	0.967	0.969
Aile Nüfusu							
1-3	30	29	39	28	38	29	
	Ort	1.977	1.657	1.812	2.256	1.458	1.807
	S.D.	1.607	1.043	1.217	0.957	0.757	1.218
4-6	110	88	110	86	111	86	
	Ort	2.260	1.273	2.118	1.888	1.792	1.439
	S.D.	1.044	1.367	1.488	1.403	1.088	0.931
6>	6	8	6	7	6	8	
	Ort	1.333	2.000	2.500	1.875	0.833	1.067
	S.D.	1.612	2.000	1.366	1.291	0.577	1.095

Günlük düzenli süt tüketimi ile yaş arasında da ters bir ilişki belirlenmiştir ($p<0.05$). Ayar ve Demirulus (2000) yaptıkları araştırmada, tüketicilerin cinsiyetlerinin ve eğitim seviyelerinin süt ve ürünlerini tüketmeleri üzerine önemli ölçüde etkili olduğunu tespit etmişlerdir. Ailelerin gelir seviyeleri de süt ve ürünlerinin tüketiminde önemli rol oynamıştır. Ailelerin haftalık tükettiği yoğurt miktarının 1 ile 5 kg, peynir miktarının ise 1 ile 3 kg arasında değiştiğini tespit etmişlerdir (Çizelge 1).

Araştırma sonucuna göre tüketiciler süt ve ürünlerini alırken öncelikli olarak kalitesine (%37), tazeliğine (%26), fiyatına (%16) ve markaya (%12) dikkat etmektedir. Burada dikkati çeken, tüketicilerin fiyata üçüncü derecede önem vermeleridir. Aile geliri düşük olanlar daha çok fiyata dikkat ederken, yüksek olanlar kalite ve tazeliğe daha fazla önem vermektedir. Yapılan bir çalışma, süt ürünlerinin fiyatlarının düşmesinin tüketimi arttırdığını ortaya oymuştur (Kinsey ve Bowland, 1999). Ukrayna'da yapılan bir araştırmada ise, gıdaların kabulünde fiyatların önemli bir rol oynamadığı belirlenmiştir (Biloukha ve Utermohlen, 2000).

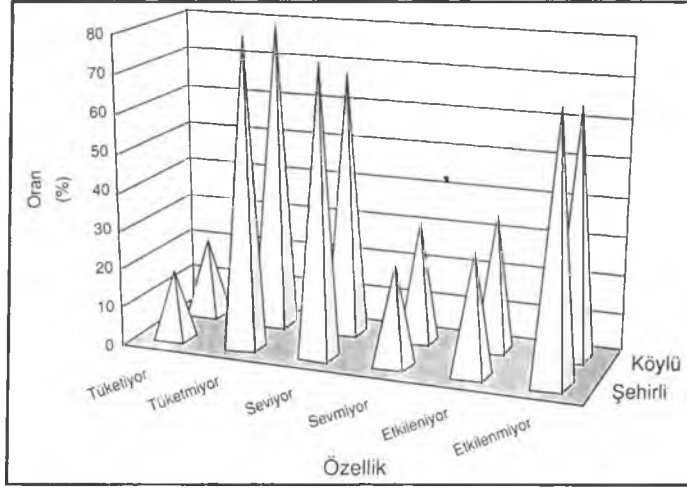
Ankete katılanların %65'i sütün diğer gıda maddelerine göre daha ucuz olduğunu ifade etmiştir. Tüketicilerin %67'si sütü bakkal ve marketlerden, %27'si sokak sütçüsünden almakta, %12'si ise kendileri üretmektedir. Süt içmeyi sevmeyenlerin %52'si lezzetini beğenmiyor, %21'ini rahatsız ediyor, %10'u ise şişmanlattığına inanıyor.

Şekil 1'den de görüldüğü gibi yaşa bağlı olarak sütü sevme, günlük süt tüketme ve süt tüketiminde çevreden etkilenme durumları farklılıklar göstermiştir. Sütü en fazla seven yaş grubu 15-20 (%72), en az seven yaş grubu ise 26-30 (%54) arasındadır. Ancak günlük düzenli en fazla süt tüketen grup 26-30 (%40) yaş arasındadır. Ankete katılanların %34'ü süt tüketiminde çevreden etkilenmektedir. Süt tüketiminde çevreden en az etkilenen yaş grubu 26-30 dur (%13). En fazla etkilenme ise 30 yaş ve üzerinde görülmüştür. Genel olarak ankete katılanların %71'i süt içmeyi severken, %20'si her gün düzenli olarak süt tüketmektedir.



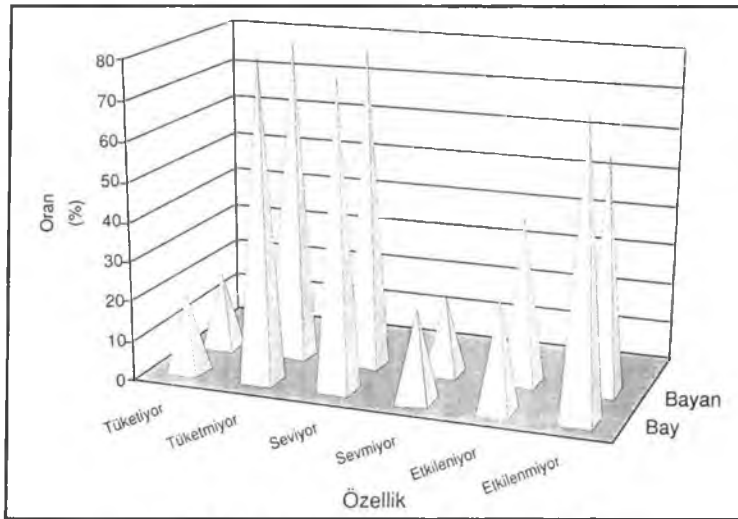
Şekil 1. Değişik yaş gruplarındaki insanların sütü sevme, sütü düzenli tüketme ve süt tüketiminde çevreden etkilenme durumlar

Tüketicilerin şehirli ve köylü olma durumlarına bağlı olarak düzenli süt tüketme, sütü sevme ve süt tüketiminde çevreden etkilenme durumları Şekil 2'de verilmiştir. Şehirliilerin %74'ü, köylülerin ise %64'ü sütü sevdiğini söylemiştir. Şehirli ve köylülerin süt tüketme oranı sırasıyla %18 ve %21 olarak saptanmıştır. Şehirliilerin %32'si, köylülerin ise %36'sı süt tüketiminde çevreden etkilendiklerini, şehirliilerin %97'si, köylülerin %94'ü sütün besleyici olduğunu söylemişlerdir. Yapılan bir araştırmada pastörize edilmeyen sütün köyde oturanlar tarafından daha fazla tüketildiği, erkeklerinde bayanlardan daha fazla pastörize olmayan süt tükettiği tespit edilmiştir (Altehruse ve ark. 1999).



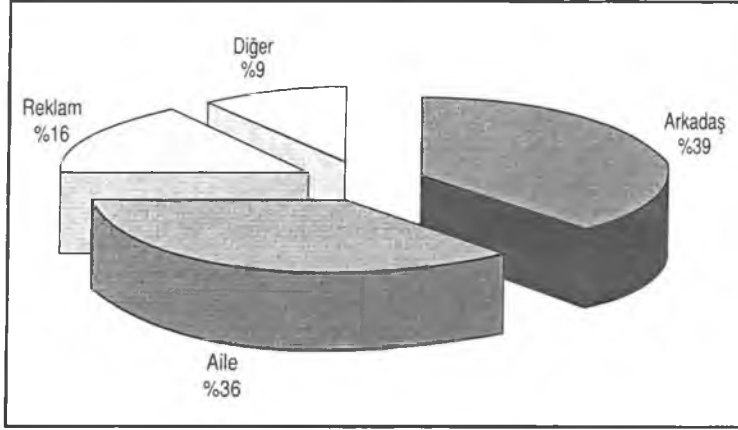
Şekil 2. Şehir ve Köyde Yaşayan İnsanların Sütü Sevme, Sütü Düzenli Tüketme ve Süt Tüketiminde Çevreden Etkilenme Durumları

Araştırmada, cinsiyet ile süt sevme arasında önemli bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır ($p < 0.01$). Aile geliri ile sütü sevme arasında ise ters bir ilişki vardır ($p < 0.05$). Ankete katılan bayların %97'si, bayanların ise %92'si sütün besleyici olduğunu söylemektedir (Şekil 3). Bayların %77'si, bayanların ise %80'i sütü sevdiğini söylemiştir. Günlük düzenli süt tüketimi ise bay ve bayanlarda %20 olarak belirlenmiştir. Süt tüketiminde baylar %28, bayanlar ise %41 oranında çevreden etkilenmektedir. Burada dikkati çeken bir husus bayanların çevresel faktörlerden baylara göre daha yüksek oranda etkilenmeleridir. Ukrayna'da yapılan bir araştırmada, gıda kabulü ve tüketiminde cinsiyete göre önemli farklılıklar olduğu tespit edilmiştir (Biloukha ve Utermohlen, 2000).



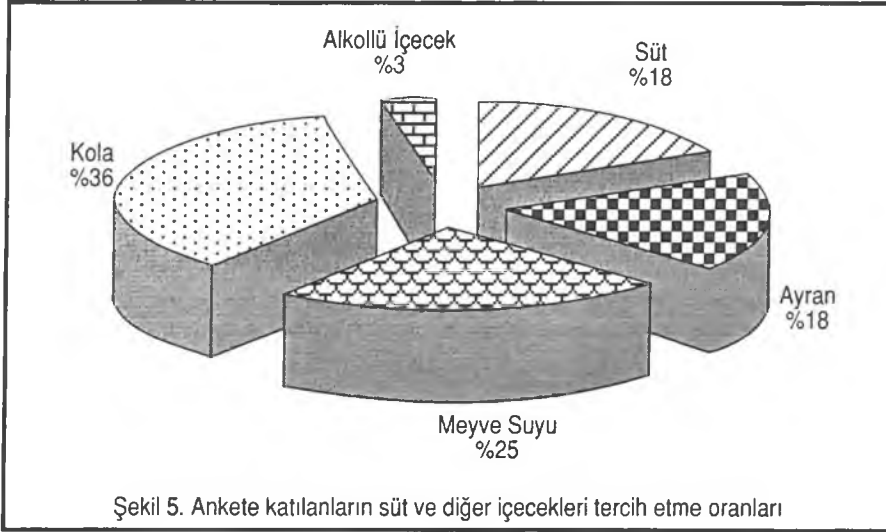
Şekil 3. Bay ve Bayanların Sütü Sevme, Düzenli Tüketme ve Süt Tüketiminde Çevreden Etkilenme Durumları

Ankete katılıp süt tüketiminde çevresel faktörlerden etkilendiklerini söyleyenlerin %39'u arkadaş çevresinden, %36'sı ailesinden, %19'u reklamlardan etkilendiğini söylemektedir (Şekil 4). Burada dikkat çekici olan arkadaş çevresi ve ailenin etkili faktörler olmasıdır. Bu da süt tüketiminde örf, adet ve geleneklerin belirleyici rol oynadığını göstermektedir. Yapılan bir araştırmada sosyal çevrenin gıda alımı üzerine önemli bir etkide bulunmadığı tespit edilmiştir. Gıdaların değişik şekillerde tüketime sunulması gıda alımı üzerinde önemli bir etkiye sahip olmuştur. Bu çalışma, fizyolojik parametrelerin iştah ve enerji alımı üzerine sosyal çevredeki değişimlerden daha kuvvetli bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir (Mathey ve ark. 2000).



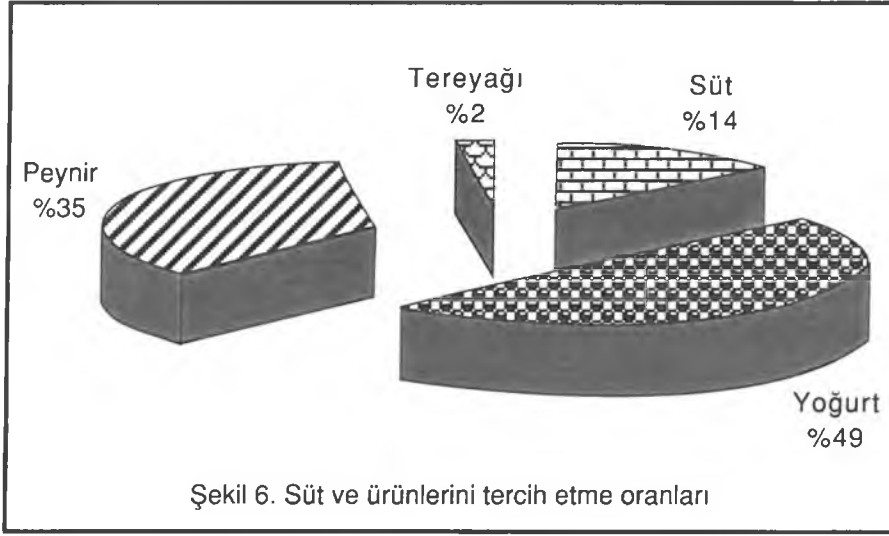
Şekil 4. Ankete Katılanların Süt Tüketiminde Etkilendikleri Çevresel Faktörler

Şekil 5'den de görüldüğü gibi ankete katılanların içecekleri tercih etme oranları da önemli farklılıklar göstermiştir. Ankete katılanların %36'sı kola, %25'i meyve suyu, %18'i süt ve %18'i de ayran içmeyi tercih ettiklerini söylemişlerdir. Büyük çoğunluğun kolayı tercih etmesi dikkat çekicidir. Burada besleyicilik ve sağlık özelliklerinin ötesinde zevk unsuru ön planı çıkmaktadır. Yani bilinçsiz bir içecek tercihi söz konusudur. Köylülerin %17'si, şehirlielerin %19'u sütü tercih etmiştir. Kolayı köylülerin %37'si, şehirlielerin ise %35'i tercih etmektedir. Bu da az da olsa eğitim ve kültür seviyesinin içecek tercihinde etkili olduğunu göstermektedir. Üniversitelilerin %15'i sütü, %34'ü de kolayı; liselilerin %22'si sütü, %39'u da kolayı tercih etmiştir.

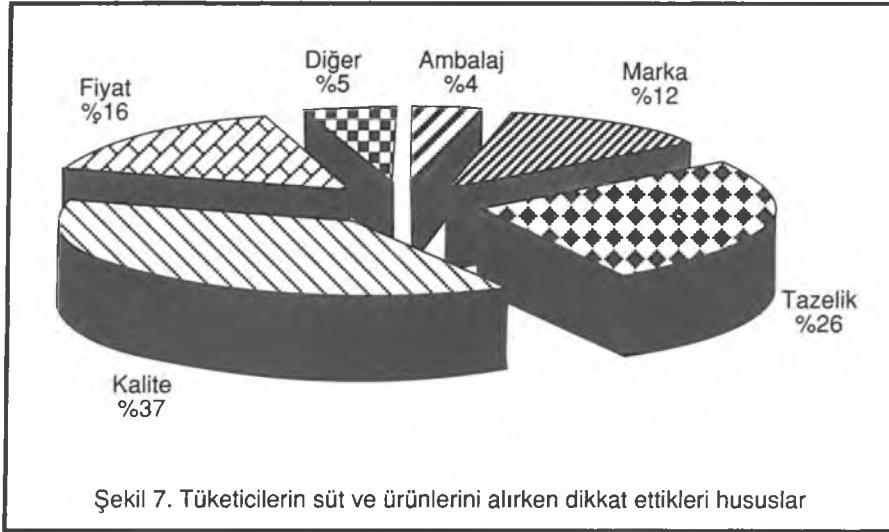


Şekil 5. Ankete katılanların süt ve diğer içecekleri tercih etme oranları

Ankete katılanların %49 gibi büyük bir çoğunluğu süt ve ürünleri içerisinde yoğurdu tercih ederken, %35'i peynir, %14'ü süt, %22'si de tereyağını tercih ettiklerini söylemişlerdir (Şekil 6). Yoğurdun fazla tercih edilip tüketilmesinin nedeni kolayca üretilmesi, çeşitli yemeklerin yanında tüketilebilmesi ve süt ürünleri içerisinde en ekonomiklerden biri olmasıdır. Peynirin fazla tüketilmesi çeşitlilik ve üstün lezzet özelliğinden dolayıdır. İtalya'da tüketilen süt ürünleri arasında gfermente süt ürünlerinin oranında önemli artış meydana geldiği belirtilmektedir. Bu ürünler diğer gıdalara ilave edilerek besin değerlerinin artmasını sağlamaktadır. Fermente süt ürünlerinin yüksek besin kalitesine sahip olduğu tüketiciler tarafından da ifade edilmiştir (Gambelli ve ark. 1999). Tekirdağ İl'inde yapılan bir ankete katılanların %53'ü yoğurdu, %24'ü peyniri, %17'si tereyağını ve %7'si de diğer süt ürünlerini tercih etmiştir (Demirci ve ark. 1997). Bu sonuçlar bizim elde ettiğimiz değerlerle uyumludur. Polonya'da üniversite öğrencileri arasında çeşitli gıdaların tercih edilme durumlarının araştırıldığı çalışmada, süt ürünleri arasında en yüksek kabulü sert peynirler görmüş, bunu düşük yağlı peynir ve süt takip etmiştir (Babic-Zielinska, 1999).



Ankete katılanların %37'si süt ve ürünlerini alırken kaliteye dikkat ettiğini, %26'sı tazeliğe, %16'sı fiyatına, %12'si de markasına dikkat etmektedir (Şekil 7). Düşük gelirli olanlar daha çok fiyata dikkat ederken, yüksek gelirli daha çok kalite ve tazeliğe dikkat etmektedir.



Yapılan anket çalışması toplumumuzun süt ve ürünlerini tüketme yönünden yeterince bilinçli olmadığını göstermiştir. Süt ve ürünlerinin tüketiminde bazı sosyal faktörler ile tüketici özelliklerinin etkili olduğu belirlenmiştir. Tercihle kalite ve tazelik en önemli faktörler olmuş, ürünlerin kolay üretilmesi ve geniş bir kullanım alanının olması da tüketimi artırmıştır.

Sonuç olarak, toplumumuz süt ve ürünleri hakkında daha fazla bilgilendirilmeli ve bu ürünlerin değişik uygulamalarla kabul edilebilirliği artırılmalıdır. Ürünlerin çeşitleri artırılmalı ve kullanım alanları genişletilmelidir. Süt ve ürünlerinin fonksiyonları tüketicilere tam olarak açıklanmalıdır. Süt ve ürünlerinin üretimi kontrollü şartlarda yapılmalı, üretici, işletme ve tüketiciler bu konularda bilgilendirilmelidir. İşletmeciler tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek ürünler üretmelidir. Büyük işletmelerin üzerinde durması gereken en önemli hususlardan biri de sokak sütçülüğüne alternatif oluşturacak bir süt dağıtım sistemi oluşturmaktır. Devlete düşen en önemli görev ise üretici, işletme ve tüketicileri bilgilendirmek ve onların haklarını korumaktır.

4. KAYNAKLAR

- ALTEHRUSE, S.F., YANG, S. TIMBO, B.B and ANGULO, F.J. 1999. A Multi State Survey of Consumer Food Handling and Consumption Practices. *American J. Preventive Medicine* 16, 216-221.
- ANONYMOUS. 1995. DIE Tarım İstatistikleri Özeti 1994, Yayın No:1728, Ankara.
- AYAR, A. ve DEMİRLUS, H. 2000. Eğitim Çağındaki Gençlerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Gıda* 25, 371-376.
- BABİCZ-ZIELINSKA, E. 1999. Food Preferences Among the Polish Young Adults. *Food quality and Preference* 10, 139-145.
- BILOUKHA, O.O. and UTERMOHLEN, V. 2000. Correlates of Food Consumption and Perceptions of Foods in an Educated Urban Population in Ukraine. *Food Quality and Preference* 11, 475-485.
- DEMİRCİ, M. 1986. Aşırı Beslenme Sorunları, *Gıda* 11, 40-41.
- DEMİRCİ M. ve ŞİMŞEK, O. 1997. Süt İşleme Teknolojisi. Hasad Yayıncılık, İstanbul.
- DEMİRCİ, M., KURULTAY, Ş. ve ÖKSÜZ, Ö. 1997. Tekirdağ İlinde İçme Sütü Alışkanlıkları ve Bu Alışkanlıkları Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Dünya Gıda* 16, 39-42.
- GAMBELLI, L., MANZI, P., PANFILI, G., VIVANTI, V. and PIZZOFERNATO, L. 1999. Constituents of Nutritional Relevance in Fermented Milk Products Commercialised in Italy. *Food Chemistry* 66, 353-358.
- KINSEY, J. and BOWLAND, B. 1999. How can the US Food System Deliver Food Products Consistent with the Dietary Guidelines? *Food Marketing and Retailing: An Economist's View. Food Policy* 24, 237-253.
- MAIJALA, K. 2000. Cow Milk and Human Development and Well-being. *Livestock Production Science* 65, 1-18.
- MATHEY, M.F.A.M., ZANDSRA, E.H., GRAAF, C and VAN STAVEREN, W.A. 2000. Social and Physiological Factor Effecting Food Intake in Elderly Subjects; An Experimental Comparative Study. *Food Quality and Preference* 11, 397-413.
- MENON, K.K.G. 1991. Role of the Milk in Human Diets/Nutrition. *Indian Dairyman* 43, 89-94.
- ORTEGA, R.M., REQUEJO, A.M., NAVIA, B. QUINTAS, M.E., ANDRES, P., LOPEZ-SOBOLER, A.M. and PEREA, J.M. 2000. The Consumption of Milk Products in a Group of Pre-school Children: Influence on Serum Lipid Profile. *Nutrition Research* 20, 779-790.
- ÖZÇELİK, A.Ö. ve ÇAKIROĞLU, P. 1999. Çalışmaların Süt, Yoğurt, Peynir Tüketim Alışkanlıkları. *Standard, Nisan*, 34-38.
- ÖZDEMİR, S. ÇAĞLAR, A. ve ZORBA, Ö. 1994. Süt ve Mamüllerinin Çocuk Gıdalarında Kullanım İmkanları. *Gıda* 5, 301-304.
- WARD, C.D.W., KOEFERLI, C.S. SCHWEGLER, P.P., SCHAEPPPI, D. and PLEMMONS, L.E. 1999. European Strawberry Yoghurt Market Analysis with a Case Study on Acceptance Drivers for Children in Spain Using Principal Component Analysis and Partial Least Squares Regression. *Food Quality and Preference* 10, 387-400.
- YETİŞMEYEN, A. 1995. Süt Teknolojisi, Ankara Üniv. Ziraat Fak. Yayın No: 421, Ders Kitabı: 148, Ankara.