ÇOMÜ Zir. Fak. Derg. (COMU J. Agric. Fac.)
2016: 4 (2): 7–13

TR22 Güney Marmara Bölgesindeki Tüketicilerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Düzeylerinin Belirlenmesi

Özge Can Niyaz[1]* İ. Hakkı İnan[2]

[1]Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, 17100/Çanakkale.
[2]Namık Kemal Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Tekirdağ.
Sorumlu yazar: ozgecanniyaz@comu.edu.tr.

Geliş Tarihi: 12.10.2016 Kabul Tarihi: 17.11.2016

Öz

Süt, insan beslenmesinde önemli bir yere sahiptir. Süt ve süt ürünleri, günlük beslenme düzeninde yer alan temel protein kaynaklarını oluşturmaktadır. Türkiye, süt üretimi açısından dünya sıralamasında ilk onda yer almasına rağmen içme sütü tüketimi açısından gelişmiş ülkelerin oldukça gerisinde kalmaktadır. Bu çalışmanın amacı, süt üretiminde Türkiye'nin önde gelen bölgelerinden biri olan TR22 Güney Marmara Bölgesindeki tüketicilerin, süt ve süt ürünleri tüketim düzeylerinin belirlenmesidir. Çalışmanın ana materyalini tüketiciler ile yüz yüze yapılan anketler oluşturmaktadır. Oransal örnekleme yöntemi kullanılarak 166 tüketici ile anket yapılmasına karar verilmiştir. Elde edilen birincil veriler temel istatistiki yöntemler ile değerlendirilmiştir. Buna göre düzenli olarak her gün süt içenlerin oranı yalnızca %16 civarındadır. Tüketicilerin %85'i yalnızca inek sütü tüketmektedir. Günlük ortalama süt tüketimi kişi başına 0,136 lt olarak belirlenmiştir. Araştırma bölgesindeki tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketim miktarları, gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında düşük düzeyde kalmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Süt, Süt Ürünleri, Tüketim, TR22 Güney Marmara Bölgesi.
Bu çalışma ''Türkiye'de süt sektöründe gıda güvencesinin temel paydaşlar açısından tüm boyutları ile değerlendirilmesi: TR22 Güney Marmara Bölgesi'' örneği başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

Abstract

Determination of Milk and Dairy Products Consumption Quantity of Consumers in TR22 South Marmara Region

Milk is a important product for human nourishment. Milk and dairy products constitutes basic protein source of daily life. Although Turkey takes place in the first ten countries in terms of milk production quantity, quite falls behind developed countries in terms of milk consumption. The aim of this study is to determine milk and diary products consumption level of consumers who live in TR22 South Marmara Region that leads about milk and dairy products production in Turkey. The main material of this study are the surveys which are done face to face with consumers. Data for the study were collected from 166 consumers, determined by means of propositional random sampling. Bacis statictical methods were used to analyze the data. According to the research, the rate of regular milk consumers in every day is 16%. The 85% of consumers prefer only cow milk. Daily milk consumption per capita is determined as 0.136 lt. Compare to developed countries, milk consumption of the consumers in research area stay low.

Keywords: Milk, Dairy Products, Consumption, TR22 South Marmara Region.

Giriş

Süt, beslenme açısından önemli bir yere sahiptir. Süt ve süt ürünleri, günlük beslenme düzeninde yer alan temel protein kaynaklarını oluşturmaktadır (Ünal ve Besler, 2008). Süt, tarım sektörünün yanı sıra sanayi sektörü açısından da oldukça önemli bir üründür. Süt üreticileri, süt üretimi sayesinde işletmelerine günlük olarak nakit akışı sağlayabilmektedir. Bu bağlamda sütün bulunabilirliği, ulaşılabilirliği, kullanılabilirliği ve bu üç boyutun istikrarı önemli görülmektedir (Niyaz, 2015). Süt ve süt ürünleri üretimi değer zinciri, üreticiden son tüketiciye kadar pek çok aktörü barındırmaktadır (Anonim, 2012a).

2013 yılı verilerine göre Türkiye; dünyada, Avrupa Birliği–28 (AB–28), Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Çin'inde aralarında olduğu listede, inek sütü üretiminde 8. sırada, içme sütü üretiminde 7. sırada ve fermente süt ürünlerinde ise 5. sırada yer almıştır (Anonim, 2013). Türkiye'de kişi başına içme sütü tüketimi 2012 yılında 33,1 lt, 2013 yılında ise 37,3 lt olarak verilmiştir (Anonim, 2012b; Anonim, 2013). Türkiye'de süt daha çok yoğurt, beyaz peynir ve ayran olarak tüketilirken, içme sütü tüketimi diğer ürünlere göre daha düşüktür. Birçok Avrupa ülkesinde yıllık kişi başına süt tüketim miktarının 94 litre civarında olduğu belirtilmiştir (Boran, 2007; Özel, 2008). İrlanda, Estonya,

Finlandiya, Birleşik Krallık ve AB üyesi olmayan İzlanda gibi Kuzey Avrupa ülkelerinde yıllık kişi başı içme sütü tüketimi 100 litrenin üzerindedir (Anonim, 2012b).

TR22 Güney Marmara Bölgesi, TÜİK'in (Türkiye İstatistik Kurumu) IBBS–2 (İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması–2) bölge sınıflandırmasına göre TR2 Batı Marmara Bölgesi altında yer alan Balıkesir Alt Bölgesini kapsamaktadır. TR22 Güney Marmara Bölgesi (Balıkesir Alt Bölgesi) Balıkesir ve Çanakkale illerinden oluşmaktadır. TÜİK verilerine göre TR22 Güney Marmara Bölgesinin gerek hayvan varlığı, gerekse hayvansal üretim değeri bakımından ülkede önde gelen bölgelerden olduğu ifade edilmektedir. 2011–2013 yılları ortalamasına göre Türkiye'nin toplam sığır varlığının % 5,47'si ve manda varlığının % 2,57'si bu bölgede bulunmaktadır. Yine aynı yılların ortalamasına göre bölgedeki küçükbaş hayvan varlığının Türkiye'deki payına bakıldığında koyunların payının % 4,08 ve keçilerin payının % 4,85 olduğu görülmektedir. Türkiye ve TR22 Güney Marmara Bölgesinde önemli bir yeri olan süt sektörünün, yine önemli bir konu olan süt ve süt ürünleri tüketimi açısından incelenmesi önemli görülmüştür. Bu nedenle çalışmanın amacı, TR22 Güney Marmara Bölgesindeki tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketim düzeylerinin belirlenmesidir.

Materyal ve Yöntem

TR22 Güney Marmara Bölgesinde (Çanakkale ve Balıkesir) bulunan süt tüketicilerinin sayısı tam olarak bilinmediği için sonsuz ana kitle üzerinden oransal örnek hacmi hesaplama formülü uygulanmıştır. p değeri bilinmeyen araştırmalarda örnekleme sayısının olabildiğince fazla çıkabilmesi için 0,5 değeri genel olarak kabul görmektedir. Ayrıca tüketici temelli araştırmalarda yapılan anket sayısının yüz ve üzerinde olmasının daha sağlıklı sonuçlar doğuracağı gerekçesi ile tüketici örneklemesi için güven aralığı %99 olarak alınmıştır. %99 güven aralığında, d=0,10 hata ile örnek hacmi şöyledir;

$$n = \frac{z^2 . p\,(1-p)}{d^2}$$

n=Örnek hacmi

z^2= istenen güven düzeyine ait güven faktörü (% 99 için 2,58)

$б^2px$=Ana kitle oranının varyansı

p=Anakitle oranı

$$\frac{2{,}58^2 . (0{,}5)\,(0{,}5)}{(0{,}10)^2} = 166$$

Buradan yola çıkarak TR22 Güney Marmara Bölgesinde toplam 166 süt ve süt ürünleri tüketicisi ile anket yapılmasına karar verilmiştir. Anket sayılarının nüfus üzerinden illere göre dağılımı ise Çizelge 1'de verilmiştir. Her iki ilde de nüfus yoğunluğunun merkez ilçelerde olması nedeniyle, anketler merkez ilçelerde bulunan tüketiciler ile yüz yüze yapılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde ise frekans dağılımı, aritmetik ortalama ve Likert Ölçek ortalaması gibi temel istatistiki yöntemlerden yararlanılmıştır.

Çizelge 1. Araştırma bölgesinde anket yapılan süt ve süt ürünleri tüketicilerinin sayılarının illere göre dağılımı (Anonim, 2015.)

	Toplam Nüfus	Nüfus Oranı (%)	Anket Sayılarının İllere Dağılımı
Çanakkale	502.328	30,16	50
Balıkesir	1.162.761	69,84	116
Toplam	1.665.089	100	166

Araştırma Bölgesindeki Süt ve Süt Ürünü Tüketicilerinin Demografik Özellikleri

Süt ve süt ürünleri tüketicilerinin demografik özelliklerine ait tanımlayıcı istatistikler Çizelge 2'de sunulmuştur. Çizelge 2'ye göre, araştırma bölgesindeki tüketicilerin yaş ortalaması 33,77 yıl, ortalama eğitim süreleri 12,22 yıl, ortalama boy uzunlukları 171 cm, ortalama kiloları 73,01 kg,

hanelerindeki birey sayıları ortalaması 3,43 olarak belirlenmiştir. Bunun yanı sıra araştırma bölgesindeki tüketicilerin aylık toplam gıda harcaması ortalamasının 713 TL olduğu saptanmıştır.

Çizelge 2. Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünleri tüketicilerinin genel özelliklerine ait tanımlayıcı istatistikler

Tüketici Özellikleri	Ortalama	Standart Sapma	En Küçük	En Büyük
Yaş (yıl)	33,77	12,55	16	69
Eğitim (yıl)	12,22	4,63	5	30
Boy (cm)	171	8,3	150	201
Kilo (kg)	73,01	16,56	41	160
Hanedeki Birey Sayısı (kişi)	3,43	1,55	1	12
Hane Aylık Toplam Gıda Harcaması (TL)	713	437,63	130	2750

Araştırma bölgesinde, araştırma kapsamına alınan süt ve süt ürünleri tüketicilerinin cinsiyete göre dağılımına bakıldığında deneklerin %33,1'inin kadın, %66,9'unun erkek olduğu görülmüştür. Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünleri tüketicilerin yaş gruplarına göre dağılımı incelendiğinde %11,4'ünün 20 yaş ve altında, %37,4'ünün 21 ile 30 yaş arasında, %22,9'unun 31 ile 40 yaş arasında, %16,3'ünün 41 ile 50 yaş arasında, %12'sinin 51 yaş ve üzerinde olduğu belirlenmiştir. Eğitim süreleri açısından süt ve süt ürünleri tüketicileri; ilkokul, ortaokul, lise ve yüksekokul mezuniyetlerine göre sınıflandırılmıştır. Buna göre tüketicilerin %18,1'i ilkokul mezunu, %9,6'sı ortaokul mezunu, %20,5'i lise mezunu, %51,8'i ise yüksek okul mezunu olarak belirlenmiştir.

Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünleri tüketicilerin hanelerindeki birey sayısı dağılımına bakıldığında, tüketicilerin %25,3'ünün 2 ve altında, %53'ünün 3 ile 4 arasında, %18,7'sinin 5 ile 6 arasında, yalnızca %3'ünün 7 ve daha fazla kişi ile ortak hanede yaşadığı görülmüştür. Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünleri tüketicilerinin çalışma gruplarına göre dağılımına bakıldığında yaklaşık %20'sinin öğrenci, %10'unun çiftçi, %16'sının memur, %10'dan fazlasının işçi ve geri kalan yaklaşık %40'ının esnaf ve özel sektör çalışanı olduğu görülmektedir. Süt ve süt ürünleri tüketicilerinin %88,6'sı gibi büyük bir bölümünün sosyal güvencesi mevcut iken, %11,4'ünün herhangi bir sosyal güvencesi bulunmamaktadır.

Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünü tüketicilerinin gelir gruplarına göre dağılımı incelenmiştir. Buna göre aylık geliri 500 TL ve altında olan tüketicilerin oranı %15,0, 501–1000 TL arasında olanların oranı %15,7, 1001–1500 TL arasında olanların oranı %20,5, 1501–2000 TL arasında olanların oranı %13,9, 2001–2500 TL arasında olanların oranı %16,3, 2501–3000 TL arasında olanların oranı %10,8, 3001–4000 TL arasında olanların oranı %6,6, 4001 ve üzeri geliri olanların oranı ise %1,2 olarak tespit edilmiştir. Buna göre tüketicilerin yaklaşık %50'sinin aylık geliri 1500 TL ve daha az olarak belirlenmiştir.

Çizelge 3. Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünleri tüketicilerinin Vücut Kitle İndeksi gruplarına göre dağılımı (%)

Vücut Kitle İndeksi	Tüketici Sayısı (Kişi)	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
≤ 18,5 (zayıf)	14	8,4	8,4
18,6–24,9 (normal)	82	49,4	57,8
25–29,9 (şişman)	53	32,0	89,8
30–39,9 (çok şişman)	16	9,6	99,4
40 ≥ (aşırı şişman)	1	0,6	100,0
Toplam	166	100,0	

Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünü tüketicilerinin aylık hane gıda harcamalarına göre dağılımı incelendiğinde %39,2'sinin 500 TL ve altında, %45,8'inin 501–1000 TL arasında, %10,2'sininin 1001–1500 TL arasında, %4,8'inin ise 1501 TL ve üzerinde gıda harcaması yaptığı belirlenmiştir. TÜİK, 2013 yılı verilerine göre Türkiye'de hane başına düşen gıda harcaması 511 TL olarak belirlenmiştir (Anonim, 2015). Araştırma kapsamına alınan tüketicilerin de yaklaşık %40'ının 500 TL ve altında gıda tüketim harcaması yaptığı görülmüştür.

Süt ve süt ürünleri tüketicilerinin verdikleri yanıtlar doğrultusunda boy ve kiloları belirlenmiştir. Bu değerler vücut ağırlıklarının boy uzunluğunun karesine bölünerek elde edilen Vücut Kitle İndeksi (VKİ) genel geçer aralıklara göre hesaplanmıştır. Buna göre tüketicilerin % 8,4'ünün zayıf, % 49,4'ünün normal, % 32,0'ının şişman, % 9,6'sının çok şişman, % 0,6'sının ise aşırı şişman grubuna girdiğini söylemek mümkündür. Tüketicilerin yaklaşık % 42,2'sinin şişman ve üzeri gruplara girdiği görülmektedir (Çizelge 3).

Araştırma Bölgesindeki Süt ve Süt Ürünü Tüketicilerinin Süt ve Süt Ürünü Tüketme Düzeyleri ve Alışkanlıkları

Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünleri tüketicilerinin % 16,3'ü her gün, % 28,3'ü haftada birkaç kez, % 11,4'ü iki haftada bir, % 21,1'i ayda bir, % 22,9'u daha nadir süt tükettiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 4).

Çizelge 4. Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünleri tüketicilerinin süt içme sıklıklarına göre dağılımı (%)

Süt İçme Sıklığı	Tüketici Sayısı (Kişi)	Yüzde (%)
Her gün	27	16,3
Haftada Birkaç Kez	47	28,3
İki Haftada Bir	19	11,4
Ayda Bir	35	21,1
Daha Nadir	38	22,9
Toplam	166	100,0

Çizelge 5. Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünleri tüketicilerin tercih ettikleri süt çeşitlerine göre dağılımı (%)

Tüketilen Süt Çeşitleri	Tüketici Sayısı	Yüzde (%)
Sadece İnek Sütü	141	85,0
Sadece Koyun Sütü	4	2,4
Sadece Keçi Sütü	2	1,2
Sadece Manda Sütü	3	1,8
İnek ve Koyun	7	4,2
İnek ve Keçi	3	1,8
İnek ve Diğer	1	0,6
Koyun ve Keçi	1	0,6
İnek, Koyun, Keçi	4	2,4
Toplam	166	100,0

Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünü tüketicilerinin tükettikleri süt çeşitleri incelendiğinde %85 gibi önemli bir kısmının sadece inek sütü tükettiği saptanmıştır. Süt ve süt tüketicilerinin tercih ettikleri süt çeşitleri kombinasyonları ise Çizelge 5'te verilmiştir.

Çizelge 6'da süt ve süt ürünü tüketicilerinin kendileri ve hanehalkı için sütü satın almayı tercih ettikleri yerlerin dağılımı gösterilmiştir. Buna göre tüketicilerin % 6,6'sı sokak satıcısından, % 36,8'i süt üreticisinden, % 1,2'si bakkaldan, % 53'ü marketten, % 2,4'ü diğer yerlerden süt temin ettiklerini belirtmiştir. Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünleri tüketicilerinin büyük bir kısmının süt satın almayı tercih ettikleri yer sırasıyla marketler ve süt üreticilerinin kendi üretim yerleri olduğu sonucuna varılmıştır. İstanbul'da yapılan bir çalışmada tüketicilerin % 11'inin sokak sütünü, % 49'unun pastörize sütü, %40'ının uzun ömürlü sütü tercih ettikleri saptanmıştır (Şimşek ve ark., 2005). Şanlıurfa ili kentsel alanda tüketicilerin süt tüketim düzeyleri ve davranışları üzerine yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, ailelerce tüketilen sütün %46,3'ünü açık süt, %53,7'sini ambalajlı süt oluşturmaktadır (Çelik ve ark., 2005).

Çizelge 6. Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünleri tüketicilerinin sütü satın almayı tercih ettikleri yerlerin dağılımı (%)

Sütün Satın Alındığı Yer	Tüketici Sayısı (Kişi)	Yüzde (%)
Market	88	53,0
Süt Üreticisi (Yerinden)	61	36,8
Sokak Satıcısı	11	6,6
Diğer	4	2,4
Bakkal	2	1,2
Total	166	100,0

Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünü tüketicilerinin düzenli olarak süt ürünü tüketme durumları irdelendiğinde, tüketicilerin % 96,9 gibi büyük bir çoğunluğunun düzenli olarak süt ürünleri tükettiği, yalnızca % 3,1 gibi az bir bölümünün düzenli olarak süt ürünü tüketmediği görülmüştür. Süt ve süt ürünleri tüketicilerinin, süt ürünleri tüketimini daha yakından inceleyebilmek için iki günde bir en az 100 gram süt ürünü tüketip tüketmedikleri sorgulanmıştır. Buna göre tüketicilerin % 93,4 gibi büyük bir kısmı iki günde bir en az 100 gram süt ürünü tüketmekteyken, % 6,6'sı bu oranın altında kalmaktadır. Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünü tüketicilerinin tercih ettikleri süt ürünü çeşitleri Çizelge 7'de verilmiştir.

Çizelge 7. Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünü tüketicilerinin tercih ettikleri süt ürünü çeşitlerine göre dağılımı (%)

Süt Ürünü Çeşitleri	Tüketici Sayısı (Kişi)	Yüzde (%)
Peynir, Yoğurt ve Tereyağı	73	45,3
Peynir ve Yoğurt	37	23,1
Tereyağı, Peynir, Yoğurt ve Ayran	30	18,7
Peynir, Yoğurt ve Ayran	13	8,1
Sadece Yoğurt	4	2,4
Yoğurt ve Ayran	2	1,2
Peynir ve Ayran	1	0,6
Sadece Peynir	1	0,6
Toplam	161*	100,0

*166 tüketiciden 161 tanesi süt ürünü tüketmektedir.

Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünü tüketicilerinin, süt ve süt ürünleri tüketim miktarları ve süt ve süt ürünleri için yaptıkları harcamalara ait tanımlayıcı istatistikler Çizelge 8'de verilmiştir. Buna göre deneklerin tükettiği ortalama günlük süt miktarı 0,68 su bardağı yani 136 ml, aylık eve alınan ortalama süt miktarı 16,86 lt, aylık kişi başına düşen ortalama süt miktarı 5,54 litredir. Bu da araştırma bölgesinde yıllık 66,5 lt süt tüketimi olduğunu göstermektedir. İstanbul'da yapılan bir çalışmada kişi başına yıllık süt tüketimi 34 lt olarak belirlenmiştir (Şimşek ve ark., 2005).

Aylık eve alınan ortalama yoğurt miktarı 14,51 kg iken aylık kişi başına düşen ortalama yoğurt miktarı 4,76 kg olarak tespit edilmiştir. Aylık eve alınan ortalama peynir miktarı 5,85 kg iken aylık kişi başına düşen ortalama peynir miktarı 1,96 kg olarak belirlenmiştir. Aylık eve alınan tereyağı ortalaması 1,94 kg iken kişi başına düşen ortalama tereyağı miktarı 0,63 kg olarak saptanmıştır. Yine aynı çizelgede süt ve süt ürünleri tüketicilerinin süt ve süt ürünleri harcamalarına da yer verilmiştir. Buna göre tüketicilerin hane bazında aylık süt için ortalama 43,95 TL harcadıkları, kişi başına düşen ortalama süt harcamasının ise 14,26 TL olduğu görülmektedir. Yine araştırma bölgesindeki tüketicilerin hane bazında aylık ortalama süt ürünü harcamaları 121,50 TL iken kişi başına düşen ortalama süt ürünü harcaması ise 42,75 TL olarak belirlenmiştir.

Son yıllarda süt ve süt ürünlerinde önemli seviyede meydana gelen fiyat artışları nedeni ile tüketicilerin süt ve süt ürünleri fiyatı hakkındaki düşünceleri daha yakından irdelenmiştir (Çizelge 9). Buna göre araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünleri tüketicileri, süt fiyatlarının yüksek olduğu yargısı karşısında 3,17 ölçek ortalaması ile normale (3) yakın bir tutum sergilemektedir. Tüketiciler, süt ürünleri fiyatlarını (3,63) ise pahalı (4) olarak değerlendirmiştir. İstanbul'da yapılan bir çalışmada ankete katılanların % 2'si süt fiyatlarını ucuz, % 51'i normal ve % 47'si pahalı bulduğunu belirmiştir (Şimşek ve ark., 2005). Celal Bayar Üniversitesi öğrencilerinin süt tüketim alışkanlıkları ve beslenme bilinçleri üzerine yapılan bir araştırmada öğrencilerin % 53,09'unun süt fiyatlarını uygun, % 43,36'sının pahalı, % 1,76'sının ucuz bulduğu ve % 1,79'unun fiyatlar hakkında fikir belirtmediği belirlenmiştir (Karagözlü ve ark., 2005; Özel, 2008). Süt ve süt ürünü tüketicilerine, süt ve süt ürünü fiyatlarını belirlemede hangi mekanizmanın daha etkili olduğu sorusu yönetilmiştir. Buna göre araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünü tüketicilerinin % 10'u süt ve süt ürünleri üreticileri, % 32'si aracılar, % 18'i devlet, % 33'ü birkaç büyük firma, % 2'si ise kooperatifler cevabını vermiştir (Şekil 1).

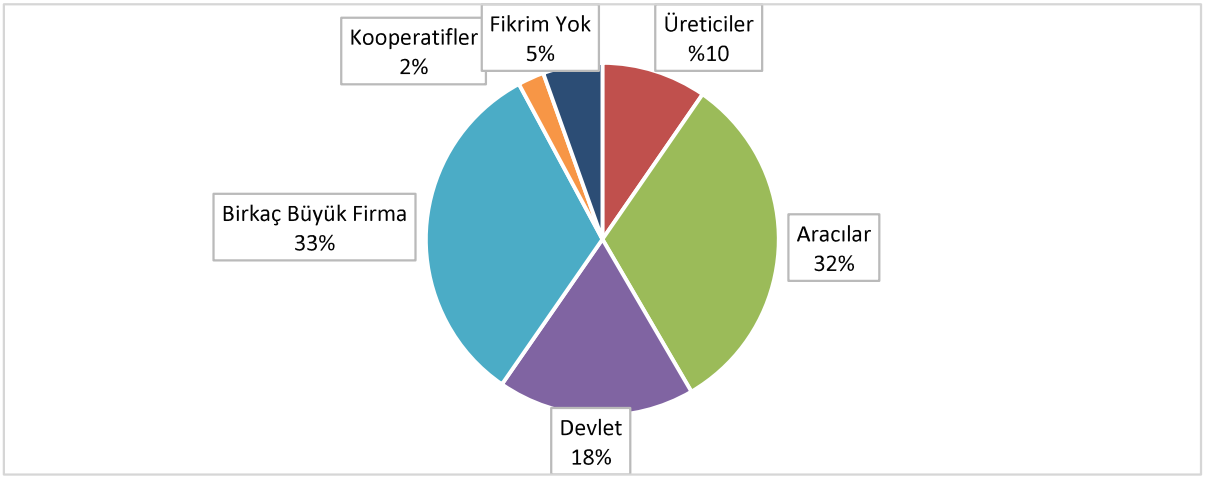
Çizelge 8. Araştırma bölgesindeki tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketim miktarları ve süt ve süt ürünleri için yaptıkları harcamalara ait tanımlayıcı istatistikler

Tüketici Özellikleri	Ortalama	Standart Sapma	En Küçük	En Büyük	Tüketici sayısı (N)
Deneklerin Tükettiği Günlük Süt Miktarı (Su bardağı=0,2 lt)	0,68	1,02	0,007	5	N=166
Aylık Eve Alınan Süt Miktarı (lt)	16,86	11,44	1	60	N=166
Aylık Kişi Başına Düşen Süt Miktarı (lt)	5,54	4,20	0,5	28	N=166
Aylık Eve Alınan Yoğurt Miktarı (kg)	14,51	8,54	1	40	N=162
Aylık Kişi Başına Düşen Yoğurt Miktarı (kg)	4,76	3,24	0,50	20	N=162
Aylık Eve Alınan Peynir Miktarı (kg)	5,85	4,26	0,4	20	N=164
Aylık Kişi Başına Düşen Peynir Miktarı (kg)	1,96	1,54	0,29	8	N=164
Aylık Eve Alınan Tereyağı Miktarı (kg)	1,94	2,12	0,40	12	N=63
Aylık Kişi Başına Düşen Tereyağı Miktarı (kg)	0,63	0,81	0,12	6	N=63
Hanenin Aylık Toplam Süt Harcaması (TL)	43,95	34,16	4	200	N=166
Aylık Kişi Başına Düşen Süt Harcaması (TL)	14,26	11,15	1,67	64	N=166
Hanenin Aylık Toplam Süt Ürünü Harcaması (TL)	121,50	70,98	20	400	N=165*
Aylık Kişi Başına Düşen Süt Ürünü Harcaması (TL)	42,75	34,16	4	280	N=165*

*Süt ürünü tüketen 161 kişi vardır fakat hane harcamaları sorulduğundan bu sayı burada 165'e yükselmiştir.

Çizelge 9. Araştırma bölgesindeki süt ve süt ürünleri tüketicilerinin süt ve süt ürünleri fiyatları konusundaki düşünceleri

	Çok Pahalı (5)	Pahalı (4)	Normal (3)	Ucuz (2)	Çok Ucuz (1)	Ölçek Ortalaması
Süt fiyatları	13	50	66	27	10	3,17
Süt Ürünleri Fiyatları	23	84	37	19	3	3,63



Şekil 1. Araştırma bölgesindeki tüketicilerin süt ve süt ürünleri fiyatları üzerinde etkili mekanizma hakkındaki düşünceleri (%)

Sonuç ve Öneriler

Türkiye süt üretim miktarı açısından öncü ülkeler arasında yer almasına rağmen, özellikle içme sütü tüketiminde birçok gelişmiş ülkenin gerisinde kalmaktadır. Bunun temel sebebi olarak süt tüketim alışkanlığının edinilmemiş olması gösterilebilir. Düzenli süt tüketme alışkanlığı olan bireyler ise son dönemde meydana gelen fiyat artışlarından olumsuz etkilenmektedir. Araştırma bölgesi, Türkiye'de süt üretim miktarı açısından önemli bir bölgedir. TR22 Güney Marmara Bölgesindeki süt tüketim miktarı Türkiye ortalamasının üzerinde kalmaktadır. Buna rağmen, araştırma bölgesindeki süt tüketim düzeyi gelişmiş, AB ülkelerindeki tüketim düzeyine erişememiştir. Araştırma bölgesinde düzenli olarak her gün süt içen tüketicilerin oranı yalnızca % 16'dır. Tüketicilerin büyük bir çoğunluğunun her gün süt içme alışkanlığı bulunmamaktadır. Araştırma bölgesindeki tüketicilerin büyük bir çoğunluğu yalnızca inek sütü tüketmektedir. Araştırma bölgesinde süt elde etmek amacı ile küçükbaş hayvan yetiştiriciliği oldukça yaygın olmasına rağmen, tüketicilerin büyük bir çoğunluğu koyun ve keçi sütü içme alışkanlığına sahip değildir.

Gelişmiş ülkelerin beslenme düzenleri incelendiğinde protein ağırlıklı beslendikleri görülmektedir. Süt tüketim alışkanlığı ise çocukken edinilmelidir. Bu nedenle okul sütü gibi kampanyalar önemli görülmektedir. Sivil Toplum Örgütleri, Kamu Kurumları ve Üniversiteler bir araya gelerek süt tüketimini arttırmaya yönelik faaliyetler düzenlemelidir. Süt ve süt ürünü tüketmenin faydaları konusunda eğitimler verilmesi etkili olabilecek bir yöntemdir.

Ayrıca süt ve süt ürünleri tüketimi üzerinde etkili olan faktörlerden biri fiyattır. Bu nedenle, süt ve süt ürünleri fiyatları her kesimden talep edilebilecek düzeyde tutulmalıdır. Araştırma bölgesindeki tüketicilere göre, yüksek süt ve süt ürünü fiyatlarından genellikle birkaç büyük firma ve aracılar sorumlu tutulmaktadır. Uygulanacak başarılı kooperatif modelleri ile süt üreticisinin eline geçen gelir arttırılırken, tüketicilerin de uygun fiyata süt ve süt ürünlerine erişimi sağlanmalıdır.

Kaynaklar

Anonim, 2012a. Türkiye Ekonomi Politikaları Geliştirme Vakfı (TEPAV). Konya'da tarımsal sanayide yapısal özelliklerin analizi ve rekabet stratejilerinin belirlenmesi sonuç raporu: süt ve süt ürünleri imalatı sektörü. Konya.

Anonim, 2012b. Ulusal Süt Konseyi. Dünya ve Türkiye'de süt sektör istatistikleri 2012. Ankara.

Anonim, 2013. Ulusal Süt Konseyi. Dünya ve Türkiye'de süt sektör istatistikleri 2013. Ankara.

Anonim, 2015. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), www.tuik.gov.tr, (erişim tarihi, 26.01.2014,12–13.08.2015).

Boran, Ş., 2007. Süt sektörü çözüm arıyor. Ar&Ge Bülten. Aralık, 2007.

Çelik, Y., Karlı, B., Bilgiç, A., Çelik, Ş., 2005., Şanlıurfa ili kentsel alanda tüketicilerin süt tüketim düzeyleri ve süt tüketim alışkanlıkları. Tarım Ekonomisi Dergisi. 11(1): 5–12.

Karagözlü, N., Karagözlü, C., Karaca, S., Eren, S., 2005. Üniversite öğrencilerinde süt ve ürünleri tüketim alışkanlıkları ve beslenme bilinçleri üzerine bir araştırma: Celal Bayar Üniversitesi Mühendislik Fakültesi örneği. Celal Bayar Üniversitesi Fen Fakültesi Dergisi. 1(2): 101–108.

Niyaz, Ö. C., 2015. Türkiye'de süt sektöründe gıda güvencesinin temel paydaşlar açısından tüm boyutları ile değerlendirilmesi: TR22 Güney Marmara Bölgesi örneği. Doktora Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.

Özel, G., 2008. Tüketicilerin süt tercihinde etkili olan faktörlerin incelenmesine yönelik bir araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte Dergisi. 13(3):227–240.

Ünal, R., Besler, T., 2008. Beslenmede sütün önemi. Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Ankara.

Şimşek, O., Çetin, C., Bilgin, B., 2005. İstanbul ilinde içme sütü tüketim alışkanlıkları ve bu alışkanlıkları etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine bir araştırma. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi. 2(1): 23–35.