

## Bingöl İli Kent Merkezinde Tüketicilerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları

Ersin KARAKAYA<sup>1</sup>  Semiha KIZILOĞLU<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Bingöl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Bingöl <sup>2</sup>Atatürk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Erzurum

✉: karakayaersin@hotmail.com

### ÖZET

Bu çalışma Bingöl ilinde süt ve süt ürünleri tüketimi üzerine etkisi olduğu düşünülen tüketici özellikleri ile tüketicilerin satın almına ve tüketimlerine etkisi olan zevk, tercih ve alışkanlıklarını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın materyalini, Bingöl il merkezindeki tüketicilerden yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak toplanan yatay kesit verileri oluşturmuştur. Araştırma bulgularına göre; tüketicilerin aylık gelirleri ortalama 3647.47 TL, aylık gıda harcaması 1038.68 TL ve aylık toplam süt ve süt ürünleri harcaması ise 195.47 TL olarak bulunmuştur. Aylık gıda harcamasının aylık gelir içindeki payı %28.4, aylık toplam süt ve süt ürünleri harcamasının aylık gelir içindeki payı %5.35 ve aylık toplam süt ve süt ürünleri harcamasının aylık gıda harcaması içindeki payı ise %18.8 olarak hesaplanmıştır. Anket yapılan tüketicilerin tamamının bütün süt türlerini ve süt ürünlerinin birçoğunu tükettiği belirlenmiştir. Sonuç olarak; tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıklarının eğitim, gelir, yaş ve cinsiyet gibi birçok faktör tarafından etkilenebildiği ve çalışmalara göre farklı veya benzer sonuçların ortaya çıktığı görülmüş, süt ve süt ürünleri üretim ve tüketim aşamalarında karar vericilerin, Bingöl il merkezindeki tüketicilerin gelir, cinsiyet, eğitim, yaş ve ailedeki birey sayısı gibi özellikleri dikkate almalarında yarar olduğu sonucuna varılmıştır.

### Makale Tarihi

Geliş : 18.10.2018  
Kabul : 31.12.2018

### Anahtar Kelimeler

Bingöl,  
Gelir Seviyesi,  
Gıda Harcamaları,  
Süt Ve Süt Ürünleri

### Araştırma Makalesi

## Consumer Consumption Habits of Milk and Milk Products in Bingol Province

### ABSTRACT

This study was done to determine the consumer characteristics that are thought to be effective on the consumption of milk and dairy products and to determine the taste, preferences and habits which are influential on the purchasing and consumption of consumers in Bingöl. The material of the study was horizontal cross-sectional data collected from face-to-face interview from individuals residing in the city center of Bingöl province. According to research findings, monthly average income of consumers was 3647.47 TL, monthly food expenditure was 1038.68 TL and monthly total milk and milk products expenditure was 195.47 TL. The share of monthly food expenditure in monthly income was 28.4%, the share of monthly total milk and dairy products in monthly income was 5.35% and the share of monthly total milk and dairy products in monthly food expenditure was 18.8%. It was determined that all of the surveyed consumers consume all milk types and milk products. Results indicated that consumers' consumption habits of milk and dairy products can be affected by many factors such as education, income, age and sex. Decision makers have benefited in the milk and dairy production and consumption stage consumers in Bingol city center to take into account of the characteristics such as income, gender, education, age and number of individuals in the family.

### Article History

Received : 18.10.2018  
Accepted : 31.12.2018

### Keywords

Bingöl,  
Income Level,  
Food Expenditures,  
Milk And Dairy Products

### Research Article

## GİRİŞ

Süt bebeklikten yaşlılığa vücudun gelişmesi ve sağlığının korunması için gerekli olan enerji, karbonhidrat, protein, yağ, vitamin ve mineralleri içeren bir besindir. Türkiye’de süt, daha çok yoğurt, beyaz peynir ve ayran olarak tüketilirken; içme sütü tüketimi oldukça düşük düzeydedir. Tüketicilerin beslenme konusunda bilinçlerinin artmasıyla süt ve süt ürünlerine olan talep her geçen gün artmaktadır. Süt grubu besinler protein, kalsiyum, B2 (riboflavin) ve B12 vitamini başta olmak üzere birçok besin ögesinin önemli kaynağıdır. Süt grubu besinlerde bulunan kalsiyum diğer besin kaynaklarına göre vücut tarafından daha iyi kullanılır. Kalsiyum kemiklerin ve dişlerin sağlıklı gelişiminde ve hücre çalışmasında önemli rol oynar. Süt ve süt ürünlerinin içerdiği kaliteli protein her yaş grubunda vücudun çalışması; çocukluk döneminde büyüme, yetişkinlikte ise doku

onarımının sağlanması için gereklidir. Bu grupta yer alan besinlerde bulunan B vitaminleri, başta kırmızı kan hücreleri ile sinir hücreleri olmak üzere tüm vücutta önemli işlevlere sahiptir (Anonim 2015).

Türkiye’de 2016 yılında toplam 18 489 162 ton olan süt üretimi 2017 yılında %12 artarak 20 699 894 ton olarak gerçekleşmiştir. Toplam süt üretiminin %90’ı sığır sütü, %6.5’i koyun sütü, %2.5’i keçi sütü ve %0.3’ü ise manda sütü olarak tespit edilmiştir. Toplam 17 503 414 baş sağılan koyundan toplam 1 344 779 ton, 4 963 581 baş sağılan keçiden 523 395 ton, toplam 5 969 046 baş sağılan sığırdan toplam 18 762 319 ton süt üretimi gerçekleşmiştir (TÜİK, 2017). 2016 yılına göre sağılan yerli sığır sayısında ve üretilen süt miktarında azalma olduğu, sağılan tiftik keçisi sayısındaki azalmaya rağmen ise süt üretiminde artış olduğu saptanmıştır (Çizelge 1).

Çizelge 1. Tür ve ırklarına göre süt üretimi, 2016 - 2017

<b>Tür ve ırklarına göre süt üretimi, 2016 - 2017</b>					
Milk production by type and races, 2016 - 2017					
Hayvan türleri Types of animals	2016		2017		Değişim (%) Change (%)
	Miktar (Ton) Amount (Tonnes)	Pay (%) Share (%)	Miktar (Ton) Amount (Tonnes)	Pay (%) Share (%)	
<b>Süt üretimi - Milk production</b>	<b>18 489 162</b>	<b>100.0</b>	<b>20 699 894</b>	<b>100.0</b>	<b>12.0</b>
<b>Sığır - Cattle</b>	<b>16 786 263</b>	<b>90.8</b>	<b>18 762 319</b>	<b>90.6</b>	<b>11.8</b>
<b>Kültür - Culture</b>	9 825 300	58.5	11 355 933	60.5	15.6
<b>Kültür melezi - Cross bred</b>	6 101 826	36.4	6 620 540	35.3	8.5
<b>Yerli - Domestic</b>	859 137	5.1	785 846	4.2	-8.5
<b>Koyun - Sheep</b>	<b>1 160 413</b>	<b>6.3</b>	<b>1 344 779</b>	<b>6.5</b>	<b>15.9</b>
<b>Merinos - Merino</b>	46 943	0.3	56 738	0.3	20.9
<b>Yerli - Domestic</b>	1 113 469	6.0	1 288 041	6.2	15.7
<b>Keçi - Goat</b>	<b>479 401</b>	<b>2.6</b>	<b>523 395</b>	<b>2.5</b>	<b>9.2</b>
<b>Kıl keçisi - Ordinary goat</b>	476 234	2.6	520 197	2.5	9.2
<b>Tiftik keçisi - Angora goat</b>	3 167	0.0	3 198	0.0	1.0
<b>Manda - Buffaloes</b>	<b>63 085</b>	<b>0.3</b>	<b>69 401</b>	<b>0.3</b>	<b>10.0</b>

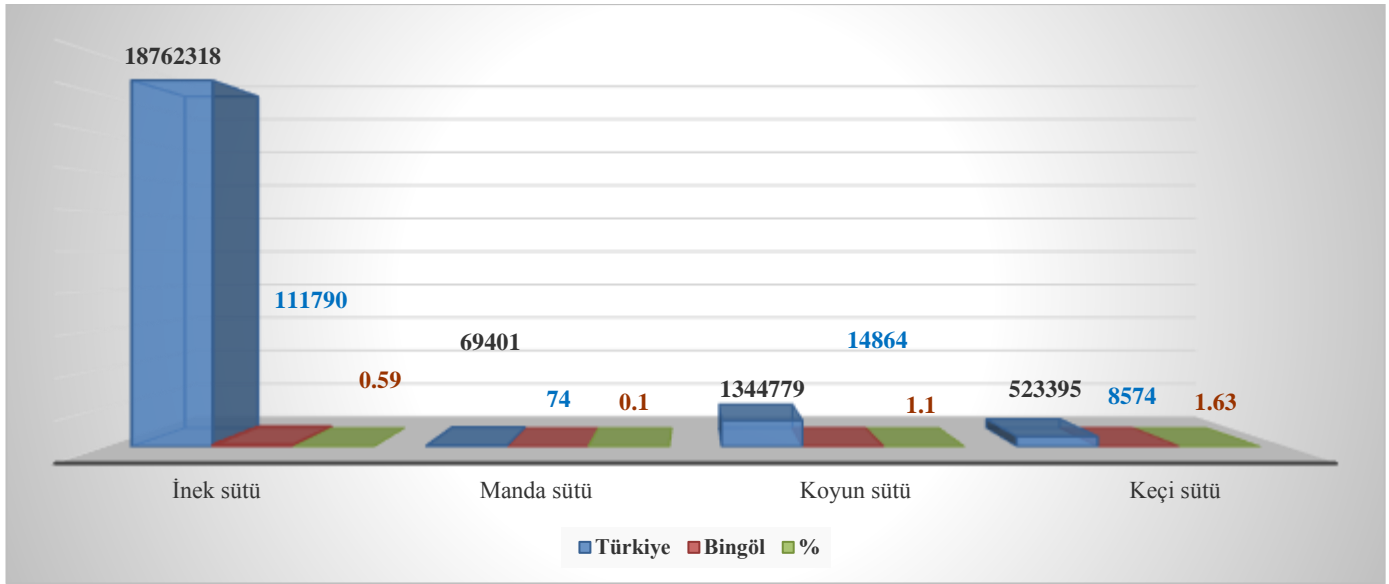
Kaynak: TÜİK 2018; Setbir 2018

TÜİK ve Setbir (2018) yılı verilerine göre 2017 yılı Haziran ayında 750 297 ton olan toplam inek sütü üretimi 2018 yılı Haziran ayında %13.1 artarak 848 378 ton, 113 766 ton olan içme sütü üretimi %4.4 artarak 118 755 ton, 3095 ton olan kaymak üretimi %9.8 azalarak 2791 ton, 5218 ton olan tereyağı üretimi %3.9 azalarak 5013 ton, 54 237 ton olan inek peyniri %10.7 artarak 60 058 ton, 4237 ton olan diğer peynirlerin üretimi %8.3 artarak 4590 ton, 94 380 ton olan yoğurt üretimi %5.8 artarak 99 862 ton ve 51 087 ton olan ayran üretimi ise %17.5 artarak 60 006 ton olarak gerçekleşmiştir. Şekil 1’de TÜİK (2017) yılı verilerine göre Türkiye’de ve Bingöl’de gerçekleşen hayvan türlerine göre süt üretim değerleri incelendiğinde Bingöl ili inek sütü üretiminin Türkiye değerinin %0.59’una, manda sütü üretiminin

%0.10’una, koyun sütü üretiminin %1.10’una ve keçi sütü üretiminin ise %1.63’üne tekabül ettiği belirlenmiştir.

2017 yılına ait süt ve bazı süt ürünlerinin üretim değerleri Çizelge 2’de verilmiştir. Toplam tam yağlı içme sütü üretiminin yaklaşık %88.5’inin UHT tam yağlı süt, yarım yağlı içme sütü üretiminin %99.6’sının UHT yarım yağlı süt ve yağsız içme sütünün ise tamamının UHT yağsız içme sütü olduğu belirlenmiştir. Toplam peynir üretiminin ise %95.8’inin inek sütünden elde edildiği saptanmıştır.

FAO 2015 yılı verilerine göre dünya kişi başı süt tüketimi 50 kg (Afrika) ile 270 kg (Avrupa) arasında ve ortalama olarak 111.3 kg süt eşdeğeri olarak hesaplanmıştır (Anonim, 2016).



Şekil 1. 2017 yılı Türkiye ve Bingöl ili süt üretimi (ton)

Çizelge 2. 2017 yılına ait süt ve süt ürünleri üretim değerleri

Süt ve süt ürünleri	Üretim miktarı (ton)
Tam yağlı içme sütü	1 048 308
Pastörize tam yağlı	120 557
UHT tam yağlı	927 751
Yarım yağlı içme sütü	496 929
Pastörize yarım yağlı	1514
UHT yarım yağlı	495 415
Yağsız içme sütü	2607
UHT yağsız	2607
Kaymak	32 458
Süt tozu	131 726
Peynir	687 095
İnek sütünden üretilen	658 545
Koyun sütünden üretilen	2243
Keçi sütünden üretilen	370
Karışık sütte üretilen	25 937

Kaynak: TÜİK, 2017

Şahinöz ve Özdemir (2017) yaptıkları çalışmada kişi başı süt tüketiminin Avrupa birliği (AB) ülkelerinde 331 kg yıl, Türkiye’de ise 171 kg yıl olduğunu bildirmiştir. Terin ve ark (2015) tarafından yapılan çalışmada Türkiye kişi başı peynir tüketimi 7.8 kg, yoğurt tüketimi ise AB ülkelerinde 20 kg Türkiye’de ise 14.3 kg olarak belirlenirken, kişi başı peynir tüketiminin 2017 yılında AB ülkelerinde 18.3 kg yıl, Türkiye’de ise 8.3 kg yıl olduğu, kişi başı tereyağı tüketiminin ise 1.52 kg yıl olduğu bildirilmiştir (Anonim, 2017). Toplam tüketim harcaması içinde gıda ve alkolsüz içecekler harcamasının oranı TRB1 Bölgesi (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli) için %21.8 ve gıda ve alkolsüz içecekler harcamasının toplam tüketim harcaması içindeki payı Türkiye için ise %19.7 olarak belirlenmiştir (TÜİK, 2017).

Türkiye’de bireylerin süt ve süt ürünleri tüketimleri ile ilgili birçok çalışma yapılmış ve bireylerin süt ve süt ürünlerine yönelik tercih ve tüketim miktarları konusunda bulgular elde edilmiştir (Andiç ve ark., 2002; Çekal ve Aktaş, 2002; Gül ve ark., 2002; Selçuk ve ark., 2003; Tarakçı ve ark., 2003; Çelik ve ark., 2005; Şimşek ve ark., 2005; Akbay ve Yıldız Tiryaki, 2007; Özel, 2008; Çetinkaya, 2010; Topbaş Bıyıklı, 2011; Demircan ve ark., 2011; Erdal ve Tokgöz, 2011, Şimşek ve Açıkgöz, 2011; Şeker ve ark., 2012; Yayar, 2012; Gözener ve Sayılı, 2013; Gündüz ve ark., 2013; Karakaya ve Akbay, 2013; Karakaya ve Akbay, 2014; Örmeci Kart ve Demircan, 2014; Terin, 2014; Terin ve ark., 2015; Niyaz ve Hakkı İnan, 2016; Onurlubaş ve Çakırlar, 2016; Yazıcı, 2016; Şahinöz ve Özdemir, 2017; Dal ve ark., 2018).

Bu çalışmanın amacı, Bingöl ilinde süt ve süt ürünleri tüketimi üzerine etkisi olduğu düşünülen tüketici özellikleri ile tüketicilerin satın alımına ve tüketimlerine etkisi olan zevk, tercih ve alışkanlıklarını belirlemektir. Bu çalışmanın Süttaş grubu tarafından Bingöl’de gerçekleştirilmesi planlanan Doğu Anadolu Sütçülük Projesi Bingöl Entegre Tesisleri yatırım planı için kaynak teşkil etmesi ve Bingöl’de süt ve süt ürünleri üretim ve tüketiminin sağlıklı ve sürdürülebilir bir biçimde yapılabilmesi açısından önemli olduğu düşünülebilir.

### MATERYAL ve METOT

Bu araştırmanın birincil verilerini Bingöl kent merkezindeki tüketicilerden 2018 yılında elde edilen anket verileri oluşturmaktadır. İkincil veriler ise konu ile ilgili kamu kuruluşlarından, yerli ve yabancı bilimsel çalışmalardan, dergi ve çeşitli yayınlardan derlenmiştir. Bingöl ili kent merkezinde yaşayan tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi amacıyla uygulanan

ankette kişilere en fazla beğendikleri ve tercih ettikleri süt ve süt ürünleri türü, tüketim miktarları, tercih sebepleri ve süt ve süt ürünleri hakkında sorular sorulmuştur. Ankete katılan tüketicilerin süt tüketimine yönelik ifadelerle katılım durumunun belirlenmesinde “onaylama düzeyi beş ölçekli likert” ölçeği kullanılmıştır. Likert türü ölçekleme tekniği, uygulamalı sosyal bilim araştırmalarında en sık kullanılan ölçekleme tekniği olup, kuruluşu ve uygulaması konusundaki titizlik araştırmanın sonuçlarının doğruluğu için önemlidir (Bayat, 2014).

Örnek hacmini (anket yapılan tüketici sayısı) oransal örnekleme yöntemiyle belirlemek için aşağıdaki formül kullanılmıştır (Baş, 2008; Gözener ve Sayılı, 2013).

$$n = \frac{N \times t^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + t^2 \times p \times q}$$

Formülde;

n: Örneğe alınacak birey sayısı,

N: Hedef kitledeki birey sayısı (157 921),

p: İncelenen olayın gerçekleşme olasılığı (0.50),

q: İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı (0.50),

t: Standart normal dağılım değeri (1.65),

d : Örnekleme hatası (0.05)'dir.

Formülde %90 güven aralığı, %5 hata payı ve maksimum örnek hacmine ulaşabilmek için p=q=0.5 olarak alınmış ve örnek hacmi 271 olarak hesaplanmıştır.

Anketten elde edilen veriler SPSS 17.0 (Statistical Package for Social Sciences) paket programında analiz edilmiştir. Analiz kapsamında, frekans tabloları, pasta ve çubuk grafikler, bağımsız örneklem t testi ve Tek Yönlü Varyans (ANOVA) Analizi'nden faydalanılmıştır. Tek Yönlü Varyans analizinde farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için Duncan testi kullanılmıştır.

## BULGULAR ve TARTIŞMA

### Tüketicilerin Sosyoekonomik ve Demografik Özellikleri

Ankete katılan tüketicilerin %59.8'inin bayan, %40.2'sinin ise erkek olduğu, %25.9'unun ilkökul mezunu, %16.3'ünün ortaokul mezunu, %18.5'inin lise mezunu, %6.6'sının yüksekokul mezunu ve %32'sinin ise üniversite mezunu olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin meslek dağılımlarına bakıldığında %19.2'sinin memur, %13.7'sinin öğrenci, %11.1'inin serbest meslek çalışanı, %16.2'sinin ev hanımı, %37.3'ünün özel sektör çalışanı ve %2.6'sının ise emekli olduğu tespit edilmiştir. Evli olan tüketicilerin oranı %54.6, bekâr olan tüketicilerin oranı %41.3 ve diğer (dul veya boşanmış) olan tüketicilerin oranı ise

%4.1 olarak belirlenmiştir. Tüketicilerin %57.6'sının kendi evinde, %42.4'ünün ise kirada kaldıkları sonucu bulunmuştur. Anket yapılan tüketicilerin ailelerinde annenin çalışma oranı %18.5 olarak tespit edilmiştir. Tüketicilerin bazı sosyoekonomik ve demografik özelliklerine ait değerler Çizelge 3'te verilmiştir. Tüketicilerin yaş ortalaması 33.06, ailedeki birey sayısı 4.46 kişi, evde çalışan kişi sayısı 1.79, evdeki çocuk sayısı 2.66, aylık gelirleri 3647.47 TL, aylık gıda harcaması 1038.68 TL ve aylık toplam süt ve süt ürünleri harcaması ise 195.47 TL olarak bulunmuştur. Aylık gıda harcamasının aylık gelir içindeki payı %28.4, aylık toplam süt ve süt ürünleri harcamasının aylık gelir içindeki payı %5.35 ve aylık toplam süt ve süt ürünleri harcamasının aylık gıda harcaması içindeki payı ise %18.8 olarak hesaplanmıştır. Çelik ve ark (2005), Aybek (2011) ve Karakaya ve Akbay (2013) tarafından yapılan çalışmalarda süt ve süt ürünleri harcamasının toplam gıda harcaması içindeki oranı sırasıyla %5.3, %17.03 ve %18.6 olarak bildirilmiştir. Aylık gıda harcamasının aylık gelir içindeki payı Akbay ve Yıldız Tiryaki (2007) tarafından Kahramanmaraş'ta yapılan çalışmada %32,6, Erdal ve Tokgöz (2011) tarafından Erzincan'da yapılan çalışmada %24, Gözener ve Sayılı (2013) tarafından Tokat'ta ve Karakaya ve Akbay (2013) tarafından İstanbul'da yapılan çalışmada sırasıyla %26.1 ve %22.5, TÜİK (2017) verilerine göre TRB1 bölgesi için %21.8 ve Türkiye ortalaması ise %19.7 olarak belirlenmiştir.

### Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Durumu

Anket yapılan tüketicilerin tamamının süt ve süt ürünlerini tükettiği belirlenmiştir. Süt ve süt ürünlerine ait ortalama aylık tüketim miktarları ve harcamaları Çizelge 4'te verilmiştir. Tüketicilerin aylık en fazla 9.80 kg ile yoğurt tükettiği belirlenirken, aylık en fazla harcamayı ise 60 TL ile tereyağına yaptıkları belirlenmiştir. Tüketicilerin gelir grupları itibariyle ortalama içme sütü tüketim miktarı 19.20 litre olup, açık süt toplam içme sütü harcamalarının %45.8'ini oluşturmaktadır. İçme sütünün toplam harcama içerisindeki oranı ise %23.6'dır. Karakaya ve Akbay (2013) tarafından İstanbul'da yapılan çalışmada, ortalama içme sütü tüketim miktarı 12.19 litre olarak belirlenirken, bunun 2.38 litresi açık süt, 2.18 litresi pastörize süt ve 7.63 litresi ise sterilize süt olarak tespit edilmiş, açık sütün, içme sütü harcamalarının %15'ini oluşturduğu sonucu bulunmuştur. İçme sütünün toplam süt ve süt ürünleri harcaması içerisindeki oranı ise %19.7, aylık peynir tüketim miktarı 4.86 kg, tereyağı 0.59 kg ve yoğurt ise 10.60 kg olarak hesaplanmıştır. Tüketiciler genelinde ortalama aylık süt tüketimi 19.2 litre olarak belirlenmiştir.

Çizelge 3. Tüketicilerin bazı sosyoekonomik ve demografik özelliklerine ait değerler

Özellikler	Yaş	Ailedeki Birey Sayısı (adet)	Evde Çalışan Kişi Sayısı (adet)	Evdeki Çocuk Sayısı (adet)	Aylık Gelir (TL)	Aylık Gıda Harcaması (TL)	Aylık toplam süt ve süt ürünleri harcaması (TL)
Ortalama	33,06	4,46	1,79	2,66	3647,47	1038,68	195,47
Minimum	18	1	1	1	1000	100	30
Maximum	71	10	5	9	12000	5000	1000

Çizelge 4. Tüketicilerin süt ve bazı süt ürünleri tüketim miktarı ve tüketim harcaması

Süt ve süt ürünleri	Tüketim miktarı (kg/ay)	Tüketim harcaması (TL/ay)	Toplam harcama içindeki payı (%)
Açık süt	8,80	19,02	9,7
Pastörize süt	5,70	16,80	8,5
Paket süt	4,70	10,62	5,4
Peynir	4,50	28,18	14,4
Tereyağı	1,50	60,00	30,6
Yoğurt	9,80	35,90	18,8
Ayran	6,50	19,50	9,9
Dondurma	1,50	5,45	2,7
Toplam	-	195,47	100

Gelir grupları itibariyle ailelerin aylık süt tüketimleri 12.6 litre ile 24.5 litre arasında farklılık arz etmekte beraber, aylık en fazla süt 24.5 litre ile 3000 TL ve daha az gelire sahip ailelerce tüketilmektedir. Gelir grupları itibariyle aylık süt tüketim miktarları arasındaki fark istatistiki olarak önemli bulunmuştur ( $p<0.05$ ). Ailelerin yıllık süt tüketim düzeyleri incelendiğinde, yıllık kişi başına süt tüketimi gelir grupları itibariyle 36.1 litre ile 64.3 litre arasında değişmekte olup aileler ortalamasında 51.6 litre düzeyindedir (Çizelge 5). DİE (2003)'nin hane halkı tüketim harcamaları çalışmasında Türkiye ortalaması kişi başına yıllık süt tüketimi 33.6 litre, Çelik ve ark (2005) tarafından Şanlıurfa'da yapılan çalışmada ise kişi başına yıllık süt tüketimi 39.5 litre olarak bildirilmiştir. Kahramanmaraş ilinde gerçekleştirilen bir araştırmada, kişi başına yıllık süt tüketim miktarının 37.57 lt olduğu tespit edilmiştir (Akbaş ve Yıldız Tiryaki, 2007). Isparta ilinde yapılan diğer bir araştırma sonuçlarına göre ise, kişi başına yıllık 6.8 lt açık süt ve 24.47 lt ambalajlı süt tüketildiği hesaplanmıştır (Demircan ve ark., 2011). Erzincan ilinde yapılan araştırma sonucunda, kişi başına süt tüketim miktarı 59.52 lt olarak belirlenmiştir (Erdal ve Tokgöz, 2011). Gözener ve Sayılı (2013) Tokat'ta yaptıkları çalışmada aylık kişi başı ambalajlı süt tüketim miktarını 3.65, açık süt tüketim miktarını ise 5.76 lt olarak bildirmiştir.

Tüketicilerin bazı sosyoekonomik ve demografik gruplar itibariyle bazı süt ürünlerinin tüketim değerleri Çizelge 6'da verilmiştir. Bayanların erkeklere nazaran daha fazla peynir tükettikleri, erkeklerin ise bayanlardan daha fazla tereyağı tükettikleri belirlenmiş, peynir ve tereyağı tüketim miktarları arasındaki farklar cinsiyet itibariyle önemli

bulunmuştur. Tüketicilerin eğitim durumları itibariyle peynir, tereyağı ve yoğurt tüketim miktarları arasındaki farklar istatistiki olarak önemli bulunmuş, yüksek okul mezunu olan tüketicilerin diğer tüketicilere göre daha fazla peynir tükettikleri, ilköğretim mezunu olan tüketicilerin diğer tüketicilere göre daha fazla tereyağı ve yoğurt tükettikleri tespit edilmiştir. Ailedeki birey sayısı ile yoğurt tüketim miktarları arasında önemli bir ilişki olduğu, 4-7 kişiden oluşan tüketici ailelerinin aylık daha fazla yoğurt tükettiği sonucu bulunmuştur. 46 yaş ve üstünde olan tüketicilerin diğer yaş grubundaki tüketicilere göre aylık daha fazla tereyağı ve yoğurt tükettikleri sonucu istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Karakaya ve Akbaş (2014) tarafından yapılan çalışmada eğitim düzeyi, yaş ve cinsiyet grupları ile süt tüketim miktarları arasında anlamlı ilişkiler olduğu belirlenmiştir. Gözener ve Sayılı (2013) tarafından yapılan çalışmaya göre, ailelerin aylık gıda harcamaları bir birim arttığında açık süt tüketme olasılığı 0.001 azalmaktadır. Buna karşın çalışan annelerin olduğu ailelerde açık süt tüketme olasılığı %1.327 daha fazla olduğu ve annenin eğitiminin bir yıl artması ise ailelerin açık süt tüketme olasılığını %0.304 arttırmakta olduğu tespit edilmiştir.

#### Satın Alınan Süt Türü, Tüketim Sıklığı, Satın Alınan Yer ve Tercih Nedeni

Tüketicilerin %52.4'ünün günlük süt tükettiği, %48'inin UHT süt tükettiği ve %15.1'inin ise açık süt tükettiği belirlenmiştir. Sütün yüksek oranda (%49.8) market ve (%48.3) köyden satın alındığı ve alıcıların bu tercihlerinde satıcıya duydukları güven duygusunun (%56.1) çok etkili olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 5. Tüketicilerin süt tüketim düzeyleri

Gelir grupları (TL)	Tüketici sayısı (Adet)	Ailedeki ortalama birey sayısı (Kişi)	Aile başına aylık süt tüketimi (L)	Yıllık kişi başı süt tüketimi (L)
≤3000	157	4,57	24,5 <sup>a</sup>	64,3
3001-5000	59	4,36	20,5 <sup>a</sup>	56,4
≥5001	49	4,18	12,6 <sup>b</sup>	36,1
Top/Ort.	265	4,46	19,2	51,6

a,b: aynı sütunda farklı harflerle gösterilen ortalamalar arasındaki farklar istatistik olarak önemlidir (p<0.05).

Çizelge 6. Sosyoekonomik ve demografik gruplar itibariyle bazı süt ürünlerinin tüketimi

Gruplar	Peynir tüketimi (kg/ay)	Tereyağı tüketimi (kg/ay)	Yoğurt tüketimi (kg/ay)
Cinsiyet			
Bayan	5,2	0,5	10,4
Erkek	3,4	2,5	8,7
F ve p değeri	3.996 ve 0.047*	12.044 ve 0.001*	0.977 ve 0.324
Eğitim durumu			
İlkokul	3,6 <sup>a</sup>	2,75 <sup>a</sup>	17,7 <sup>a</sup>
Ortaokul	4,0 <sup>a</sup>	1,5 <sup>b</sup>	8,7 <sup>b</sup>
Lise	4,5 <sup>a</sup>	0,5 <sup>c</sup>	6,8 <sup>b</sup>
Yüksekokul	8,3 <sup>b</sup>	0,5 <sup>c</sup>	9,8 <sup>b</sup>
Üniversite	3,3 <sup>a</sup>	0,5 <sup>c</sup>	8,4 <sup>b</sup>
F ve p değeri	10.808 ve 0.000*	7.739 ve 0.000*	5.148 ve 0.001*
Ailedeki kişi sayısı			
≤3	5,0	1,7	5,9 <sup>a</sup>
4-7	4,1	1,5	13,0 <sup>b</sup>
>7	5,0	1,4	7,9 <sup>a</sup>
F ve p değeri	0.487 ve 0.615	2.614 ve 0.076	8.871 ve 0.000*
Yaş			
<30	5,3	1,2 <sup>a</sup>	7,7 <sup>a</sup>
30-45	4,0	0,8 <sup>a</sup>	11,0 <sup>a</sup>
≥46	2,9	3,0 <sup>b</sup>	19,0 <sup>b</sup>
F ve p değeri	1.547 ve 0.215	37.739 ve 0.000	6.978 ve 0.001

Tüketicilerin sütü genellikle 2-3 günde bir (%33.6) ve haftada bir (%33.4) tükettikleri belirlenmiştir (Şekil 2). Şanlıurfa'da yapılan çalışmada açık sütün tüketilme oranı %46.3, sütün satın alınmasında marketin tercih edilme oranının %61.4, ve köy satıcısının tercih edilme oranının ise %33.7 olduğu belirlenmiştir (Çelik ve ark., 2005). Erdal ve Tokgöz (2011) tarafından yapılan çalışmada açık süt tüketilme oranı %67.8 olarak bildirilmiştir. Karakaya ve Akbay (2013) tarafından İstanbul'da yapılan araştırma sonuçlarına göre, ailelerin %26.5'inin açık süt, %26.2'sinin pastörize süt ve %87.7'sinin ise sterilize süt tükettiği tespit edilmiştir. Niyaz ve İnan (2016) yaptıkları çalışmada sütün %28.3 oranında haftada bir tüketildiğini belirlemişlerdir.

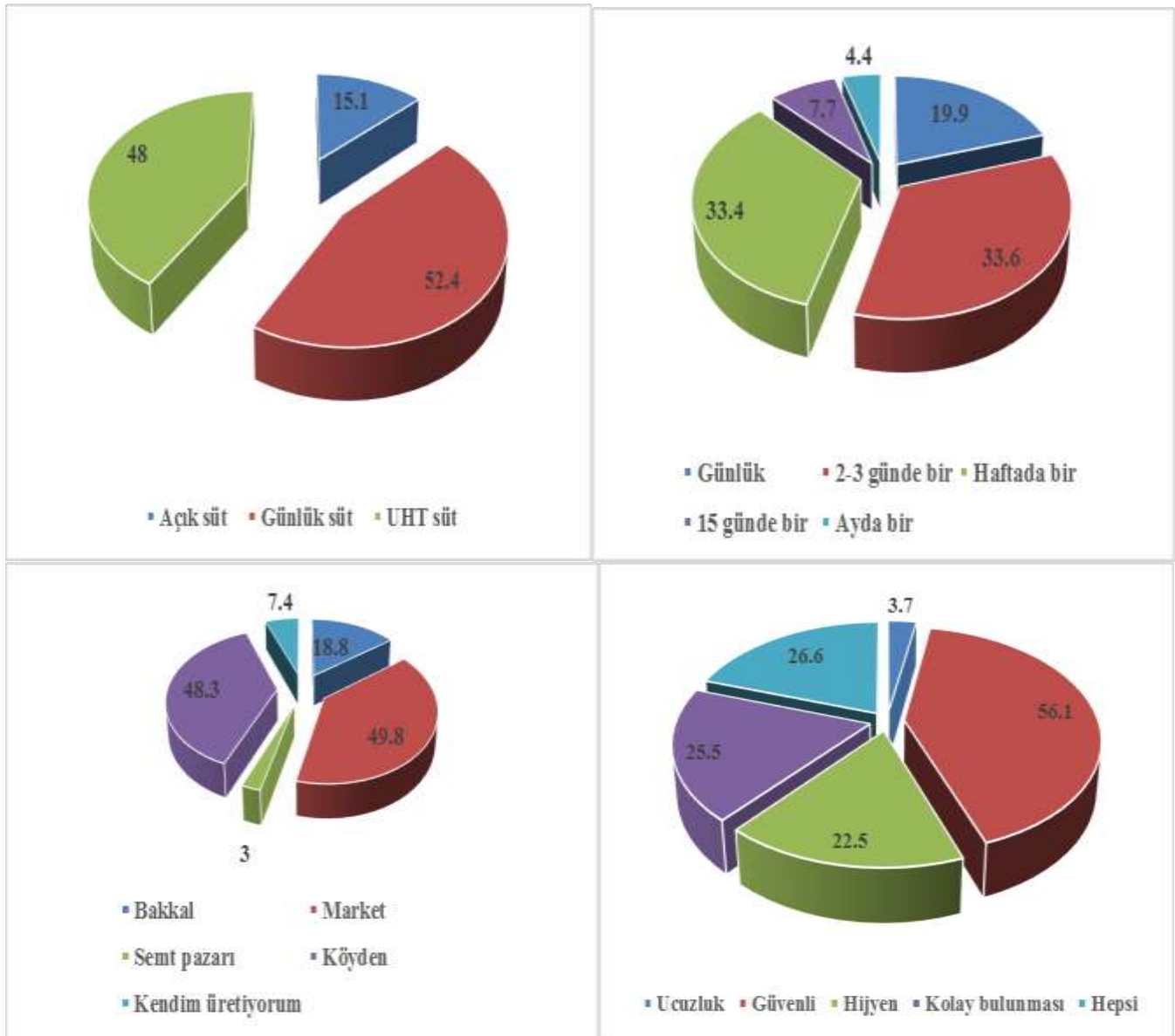
### Süt ve Süt Ürünleri Satın Alırken Dikkat Edilen Unsurlar ve Sütün Tüketim Şekli

Tüketicilerin süt ve süt ürünleri satın alırken en çok %81.2 oranla sütün taze olmasına ve %59.8 oranla hijyenik olmasına dikkat ettikleri, süt ve süt ürünlerinde çeşitlilik olup olmamasına çok fazla dikkat edilmediği belirlenmiştir. Sütü içme sütü olarak tüketen tüketicilerin oranı %59.4, pasta sütlaç yapımında değerlendiren tüketicilerin oranı %52.8,

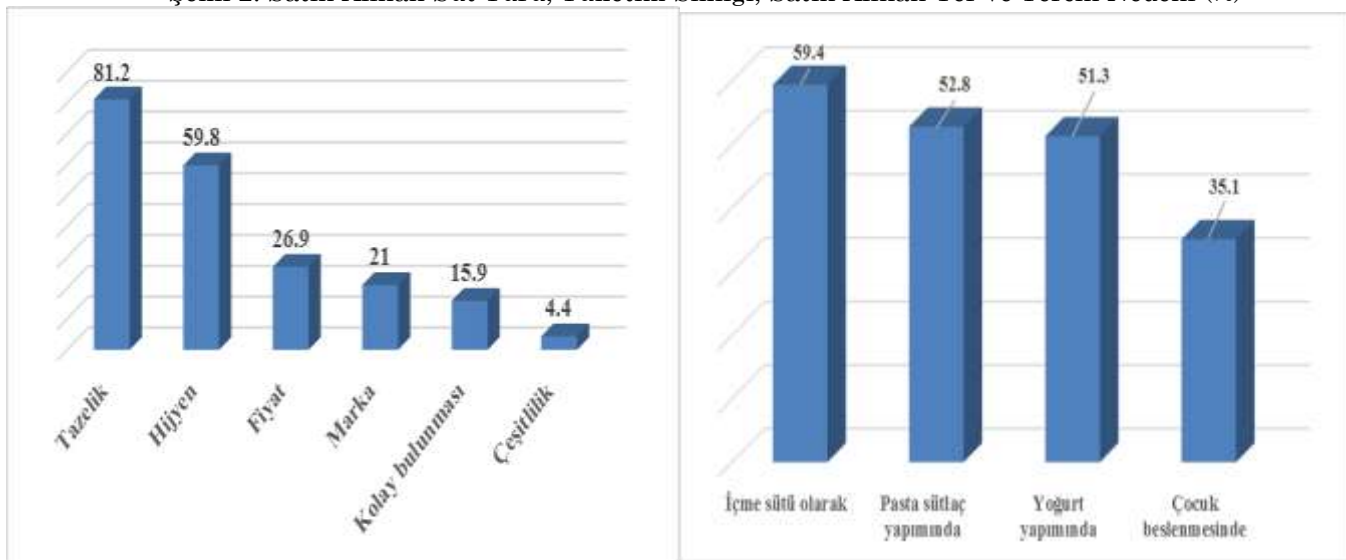
yoğurt yapımında değerlendiren tüketicilerin oranı %51.3 ve çocuk beslenmesinde değerlendiren tüketicilerin oranı ise %35.1 olarak bulunmuştur (Şekil 3). Erzincan'da yapılan bir çalışmada, açık süt tüketim tercihinde beğeni ve alışkanlık unsurunun, ambalajlı süt tercihinde ise ekonomik olması unsurunun ön planda olduğu, ailelerin %80.3'ünün sütü taze olarak tükettikleri, %74.1'inin sütü sadece yoğurt yapmak için, %60'ının kek pasta yapımında değerlendirdikleri sonucu bulunmuştur (Erdal ve Tokgöz, 2011). Karakaya ve Akbay (2014) yaptıkları çalışmada, süt ve süt ürünlerinin satın alınmasında tüketicilerin dikkat ettikleri önemli faktörlerin, ürünlerin kalitesi ve markası olduğunu belirlemişlerdir.

### Tüketicilerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketimine Yönelik İfadelere Katılım Durumu

Tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketimine yönelik bazı ifadelerle katılım durumları çizelge 7'de verilmiştir. Açık süt tüketilmemelidir ifadesine tüketicilerin %29.5 oranında hiç katılmadığı ve %26.1 oranında ise katılmadığı sonucu belirlenirken likert ortalaması 2.59 olarak bulunmuştur.



Şekil 2. Satın Alınan Süt Türü, Tüketim Sıklığı, Satın Alınan Yer ve Tercih Nedeni (%)



Şekil 3. Süt ve Süt Ürünleri Satın Alırken Dikkat Edilen Unsurlar ve Sütün Tüketim Şekli (%)

Paket süt tüketilmemelidir ifadesine tüketicilerin yaklaşık %50'sinin katılmadığı ve likert ortalamasının 2.26 olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin genel değerlendirme olarak süt ve süt ürünleri tanıdık kişi veya tanıdık yerlerden alınmalıdır fikrine katıldıkları (Ort:3.80), süt ve süt ürünleri satın alırken tüketicilerin ambalaj üzeri bilgiyi dikkate alma fikrine ise kesinlikle katıldıkları (Ort:4.32) sonucu belirlenmiştir. Tüketicilerin süt şişmanlık yapar ve açık süt sağlıklı değildir ifadelerine katılmadıkları

tespit edilmiştir. Akbay ve Yıldız Tiryaki (2007) tarafından Kahramanmaraş'ta yapılan bir çalışmada süt şişmanlık yapar ifadesinin ortalama puanı 2.17, açık süt sağlıklı değildir ifadesinin ortalama puanı ise 2.82, Erdal ve Tokgöz (2011) tarafından yapılan çalışmada ise aynı değerler 2.57 ve 2.04 olarak bildirilmiştir. İstanbul ilinde Karakaya ve Akbay (2014) tarafından yapılan çalışmada aynı ifadelere katılım durumuna bakıldığında puanların ortalaması sırasıyla 3.49, 1.99, 2.95, 4.26, 2.74 ve 3.48 olarak bulunmuştur.

Çizelge 7. Tüketicilerin Süt Tüketimine Yönelik İfadelere Katılım Durumu

İfadeler/katılım durumu	Oranlar (%)*						
	1	2	3	4	5	Toplam	Ort.
Açık süt tüketilmemelidir	26,1	29,5	15,7	17,2	11,5	100	<b>2,59</b>
Paket süt tüketilmemelidir	19,2	49,4	21,5	6,5	3,4	100	<b>2,26</b>
Süt ve süt ürünleri tanıdık kişilerden satın alınmalıdır	7,7	4,6	21,5	32,6	33,7	100	<b>3,80</b>
Ambalaj üzeri bilgiyi dikkate alırım	1,9	3,1	7,7	35,6	51,7	100	<b>4,32</b>
Süt şişmanlık yapar	39,8	41,9	6,5	8,4	3,4	100	<b>1,94</b>
Açık süt sağlıklı değildir	29,9	40,7	5,7	17,2	6,5	100	<b>2,30</b>

\*: 1: Hiç katılmıyorum. 2: Katılmıyorum. 3: Fark etmez. 4: Katılıyorum. 5: Kesinlikle katılıyorum

## SONUÇ ve ÖNERİLER

Tüketicilerin aylık gelirleri ortalama 3647.47 TL, aylık gıda harcaması 1038.68 TL ve aylık toplam süt ve süt ürünleri harcaması ise 195.47 TL olarak bulunmuştur. Aylık gıda harcamasının aylık gelir içindeki payı %28.4, aylık toplam süt ve süt ürünleri harcamasının aylık gelir içindeki payı %5.35 ve aylık toplam süt ve süt ürünleri harcamasının aylık gıda harcaması içindeki payı ise %18.8 olarak hesaplanmıştır. Aylık gıda harcamasının aylık gelir içindeki payı ve aylık toplam süt ve süt ürünleri harcamasının aylık gıda harcaması içindeki payı daha önce diğer illerde yapılan çalışma bulgularından, Trb1 bölgesi ve Türkiye ortalamasından yüksek bulunmuştur. Anket yapılan tüketicilerin tamamının bütün süt türlerini ve süt ürünlerinin birçoğunu tükettiği belirlenmiştir. Tüketicilerin ortalama içme sütü tüketim miktarı 19.20 litre olup, açık süt toplam içme sütü harcamalarının %45.8'ini oluşturmaktadır. İçme sütünün toplam harcama içerisindeki oranı ise %23.6'dır. Tüketicilerin aylık en fazla tükettiği süt ürünü yoğurt, aylık en fazla harcama yaptığı süt ürünü ise tereyağı olarak belirlenmiştir.

Gelir grupları itibarıyla ailelerin aylık süt tüketimleri 12.6 litre ile 24.5 litre arasında farklılık arz etmekle beraber, aylık süt tüketim miktarları arasındaki fark istatistiki olarak önemli bulunmuştur. Ailelerin yıllık süt tüketim düzeyleri incelendiğinde, yıllık kişi başına süt tüketimi gelir grupları itibarıyla 36.1 litre ile 64.3 litre arasında değişmekte olup aileler ortalamasında 51.6 litre düzeyindedir. Çalışmada elde ettiğimiz değerlerin daha önce yapılan çalışma bulgularına göre yüksek olduğu sonucu belirlenmiştir.

Kadınların erkeklere nazaran daha fazla peynir tükettikleri, erkeklerin ise kadınlardan daha fazla tereyağı tükettikleri belirlenmiş, yüksek okul mezunu olan tüketicilerin diğer tüketicilere göre daha fazla peynir tükettikleri, ilköğretim mezunu olan tüketicilerin diğer tüketicilere göre daha fazla tereyağı ve yoğurt tükettikleri tespit edilmiştir. 4-7 kişiden oluşan tüketici ailelerinin diğer tüketici ailelerine göre aylık daha fazla yoğurt tükettiği sonucu bulunmuştur. 46 yaş ve üstünde olan tüketicilerin diğer yaş grubundaki tüketicilere göre aylık daha fazla tereyağı ve yoğurt tükettikleri sonucu belirlenmiştir. Çalışma sonuçlarına göre tüketicilerin gıda ürünleri tüketimlerinde sosyoekonomik ve demografik değişkenlerin önemli rol oynadığı, tüketicilerin süt tüketim alışkanlıklarının eğitim, gelir, yaş ve cinsiyet gibi birçok faktör tarafından etkilenebildiği ve çalışmalara göre farklı veya benzer sonuçların ortaya çıktığı görülmüştür.

Tüketicilerin %52.4'ünün günlük süt tükettiği, %48'inin UHT süt tükettiği ve %15.1'inin ise açık süt tükettiği, sütün yüksek oranda (%49.8) market ve (%48.3) köyden satın alındığı ve alıcıların bu tercihlerinde satıcıya duydukları güven duygusunun (%56.1) çok etkili olduğu, tüketicilerin sütü genellikle 2-3 günde bir (%33.6) ve haftada bir (%33.4) tükettikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Tüketicilerin süt ve süt ürünleri satın alımında dikkat edilen unsurlar ve sütün tüketim şekli sorularına birden fazla cevap verdikleri düşünüldüğünde tüketiciler tarafından taze ve hijyenik olan bütün süt türlerinin bütün süt tüketim şekillerinde değerlendirildiği, özellikle açık sütün daha çok pasta, sütlaç ve yoğurt yapımında,



pastörize ve paket sütün ise içme sütü ve çocuk beslenmesinde değerlendirildiği sonucuna varılmıştır.

Çalışma bulgularına genel olarak bakıldığında tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketimine yönelik ifadelerinde katılımında kısmen farklılıkların ve kısmen de benzerliklerin olduğu, özellikle ambalaj üzeri bilgiyi dikkate alma ifadesine benzer oranda bir katılım durumunun, açık süt sağlıklı değildir ifadesine ise farklı bir katılım durumunun olduğu sonucuna varılmıştır.

Sonuç olarak, süt sanayisinin geliştirilmesine yönelik çalışmaların yapılması ve teknolojik gelişmelerin yakından takip edilmesi, Bingöl ilinin ekonomik yapısının tarım ve hayvancılığa dayalı olması sebebiyle son derece önem arz etmektedir. Kayıt dışı olan süt satışının kontrol edilmesiyle hijyenik koşullarda üretilen süt ve süt ürünlerinin arzının sağlanması ve bu konudaki denetim mekanizmasının oluşturulması ve sağlıklı işletilmesi gerekmektedir. Özellikle tüketicilerin doğru kabul ettikleri yanlış düşüncelerin kırılması açısından söz konusu denetimlerin uzman kişilerce ve düzenli yapılması son derece önemlidir (Erdal ve Tokgöz, 2011). Süt ve süt ürünleri firmaların tüketici isteklerini dikkate almaları ve ambalajlı süt tüketiminin artırılması için daha fazla girişimde bulunmaları hem bölge genelinde hem de Türkiye genelinde daha sağlıklı bireylerin yaşamasına katkı sağlayabilir. Süt ve süt ürünleri üretim ve tüketim aşamalarında karar vericilerin, Bingöl il merkezindeki tüketicilerin gelir, cinsiyet, eğitim, yaş ve ailedeki birey sayısı gibi özellikleri dikkate almalarında yarar olduğu sonucuna varılmıştır.

## TEŞEKKÜR

Bu çalışma kapsamında değerli vakitlerini ayırıp görüşlerini bizlerle paylaşan Bingöl il merkezindeki tüm katılımcılara ve Bingöl Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarla Bitkileri Bölümü 4. Sınıf öğrencisi Merve AKBULUT'a anketin uygulanması ve verilerin bilgisayar ortamına girilmesindeki yardımları için teşekkür ederim.

## KAYNAKLAR

- Akbay C, Tiryaki YG 2007. Tüketicilerin Ambalajlı ve Açık Süt Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi: Kahramanmaraş Örneği. KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi, 10(1), KSU Journal of Science and Engineering, 10(1): 89-96.
- Andiç S, Şahin K, Koç Ş 2002. Van Merkez İlçe Kentsel Alanda Süt Tüketimi. Tarım Bilimleri Dergisi 12(2): 33-38.
- Anonim 2015. Türkiye'ye Özgü Besin Ve Beslenme Rehberi. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Ankara.
- Anonim 2016. Dünya ve Türkiye'de Süt Sektörü İstatistikleri. Ulusal Süt Konseyi. 2016 Süt Raporu.

- s:1-37. (<http://ulusalsutkonseyi.org.tr>) (Erişim Tarihi: 02.09.2018).
- Anonim 2017. Kişi Başına Peynir Tüketiminde Avrupa Ortalamasını Yakalıyoruz. <https://www.dunya.com> (Erişim Tarihi: 02.09.2018).
- Aybek E 2011. Kahramanmaraş İli Kentsel Alanda Tüketicilerin Süt Ve Süt Ürünleri Tüketim Ve Tercihleri. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Baş T 2008. Anket. Araştırma Yöntemleri Dizisi:2, Seçkin Yayıncılık, 5. Baskı, Ankara.
- Bayat B 2014. Uygulamalı Sosyal Bilim Araştırmalarında Ölçme, Ölçekler Ve "Likert" Ölçek Kurma Tekniği. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 16(3): 1-24.
- Çekal N, Aktas N 2002. Üniversitede Çalışan Kadın Personelin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Sıklıkları. Standard Dergisi, 481: 65-69.
- Çelik Y, Karlı B, Bilgiç A, Çelik S 2005. Şanlıurfa İli Kentsel Alanda Tüketicilerin Süt Tüketim Düzeyleri ve Süt Tüketim Alışkanlıkları. Tarım Ekonomisi Dergisi, 11(1): 5-12.
- Çetinkaya A 2010. Kafkas Üniversitesi Öğrencilerinin İçme Sütü ve Süt Ürünlerini Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. Atatürk Üniversitesi Veteriner Bilimleri Dergisi, 5(2):73-84.
- Dal NE, Oral M, Korkmaz İ 2018. Genç Tüketicilerin İçme Sütü Tüketim Alışkanlıkları. International Journal of Social Science, 68:521-547.
- Demircan V, Örmeci MÇ, Kızılyar G 2011. Isparta İlinde Ailelerin Ambalajlı ve Açık Süt Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 6(2): 39-47.
- DİE 2003. Hane Halkı Tüketim Harcamaları 2002, DİE Yayınları, Ankara.
- Erdal G, Tokgöz K 2011. Tüketicilerin Ambalajlı ve Açık Süt Tüketim Tercihlerini Etkileyen Faktörler: Erzincan İli Örneği. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 13 (20): 111-115.
- FAO 2015. The Food and Agriculture Organization. <http://www.fao.org> (Erişim Tarihi: 02.09.2018).
- Gözener B, Sayılı M 2013. Tüketicilerin Açık Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Tercihlerinin İncelenmesi Tokat-Turhal İlçesi Örneği. Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi. C/S.I: 160-175
- Gül M, Sağdıç O, Orhan H 2002. Isparta İlinde Ailelerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketimleri Üzerine Değerlendirmeler. Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 16(29): 53-58.
- Gündüz O, Kılıç O, Emir M, Aydın G 2013. Süt Ve Süt Ürünleri Tüketiminde Tüketici Tercihlerini Etkileyen Faktörler. Samsun İli Örneği, Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi, 8(1): 36-43.
- Karakaya E, Akbay C 2013. İstanbul İlinde Tüketicilerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim

- Alışkanlıkları. U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, 2013, 27(1): 65-77.
- Karakaya E, Akbay C 2014. İstanbul İli Kentsel Alanda Tüketicilerin Açık Ve Paket Süt Tüketim Alışkanlıkları. Tarım Ekonomisi Dergisi 2014; 20(1): 17-27.
- Niyaz CÖ, Hakkı İnan İ 2016. TR22 Güney Marmara Bölgesindeki Tüketicilerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Düzeylerinin Belirlenmesi. ÇOMÜ Ziraat Fakültesi Dergisi. (COMU J. Agric. Fac.) 2016: 4 (2): 7-13.
- Onurlubaş E, Çakırlar H 2016. Tüketicilerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(1): 217-242.
- Örmeci Kart ÇM, Demircan V 2014. Dünyada ve Türkiye’de Süt ve Süt Ürünleri Üretimi, Tüketimi ve Ticaretindeki Gelişmeler. Akademik Gıda 12(1): 78-96.
- Özel G 2008. Tüketicilerin Süt Tercihinde Etkili Olan Faktörlerin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(3): 227-240.
- Selçuk Ş, Tarakçı Z, Şahin K, Coşkun H 2003. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi, 13(1): 23-31.
- SETBİR 2018. Türkiye Süt, Et, Gıda Sanayicileri Ve Üreticileri Birliği. <http://www.setbir.org.tr> (Erişim Tarihi: 02.09.2018).
- Şeker İ, Şeker P, Şahin M, Özen VS, Akdeniz A, Erkmn O, Kışlalıoğlu İ, Sargın G, Doğu GB 2012. Elazığ İli Merkez İlçede Tüketicilerin Süt Tüketim Alışkanlıkları ve Bu Alışkanlıkları Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi, F. Ü. Sağlık Bilimleri Veteriner Dergisi, 26 (3): 131-143.
- Şimşek O, Çetin C, 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.
- Şimşek B, Açıkgöz İ 2011. Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencilerinin İçme Sütü Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi, 21(1): 12-18.
- Tarakçı Z, Selçuk Ş, Şahin K, Coşkun H 2003. Üniversite Öğrencilerinin İçme Sütü Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Bilimleri Dergisi (J. Agric. Sci.), 2003, 13(1): 15-21.
- Terin M 2014. Dünya Süt ve Süt Ürünleri Üretim, Tüketim, Fiyat ve Ticaretindeki Gelişmeler. Iğdır Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, Iğdır Univ. J. Inst. Sci Tech. 4(3): 53-63.
- Terin M, Bilgiç A, Güler Oİ, Yavuz F 2015. Türkiye’de Süt Ürünleri Tüketim Harcamalarına Etki Eden Faktörlerin Analizi: Çoklu Heckman Örneklem Seçicilik Sistem Yaklaşımı. Tarım Bilimleri Dergisi, 21 (4): 500-515.
- Topbaş Bıyıklı E 2011. Konya İli 10-15 Yaş Aralığındaki İlköğretim Öğrencilerinde Süt Ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlığı, Laktöz Sindirim Güçlüğü Ve İntoleransı Üzerine Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çocuk Gelişimi Ve Ev Yönetimi Eğitimi Anabilim Dalı Beslenme Eğitimi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 125 s.
- TÜİK 2017. Türkiye İstatistik Kurumu Verileri. [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr) (Erişim Tarihi: 02.09.2018).
- TÜİK 2018. Türkiye İstatistik Kurumu Verileri. [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr) (Erişim Tarihi: 02.09.2018).
- Yayar R 2012. Consumer characteristics influencing milk consumption preference. The Turkey case. Theoretical and Applied Economics, 7(7): 25-42.
- Yazıcı ME 2016. Kırşehir İlinde Süt Ve Süt Ürünleri Tüketiminde Tüketici Algularının Belirlenmesi. T.C. Ahi Evran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi Zootekni Anabilim Dalı, 155 s. Kırşehir.