

T.C.
AHI EVRAN ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**KIRŞEHİR İLİNDE SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ TÜKETİMİNDE TÜKETİCİ
ALGILARININ BELİRLENMESİ**

Mehmet Emin YAZICI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ZOOTEKNİ ANABİLİM DALI

KIRŞEHİR

MART ,2016

T.C.
AHI EVRAN ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**KIRŞEHİR İLİNDE SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ TÜKETİMİNDE TÜKETİCİ
ALGILARININ BELİRLENMESİ**

Mehmet Emin YAZICI

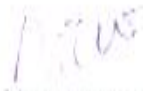
YÜKSEK LİSANS TEZİ
ZOOTEKNİ ANABİLİM DALI

DANIŞMAN
Doç.Dr.Ufuk KARADAVUT

KIRŞEHİR
MART ,2016

Fen Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü'ne


Bu çalışma jürimiz tarafından Zootekni Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.



Başkan Yrd. Doç. Dr. Çetin PALTA



Üye Yrd. Doç. Dr. Atilla FAŞKIN



Üye (Danışman) Doç. Dr. Ufuk KARADAVUT

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım

.././2016

Prof. Dr. Levent KULA

Enstitü Müdürü

TEZ BİLDİRİMİ

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğuna, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

Mehmet Emin YAZICI

KIRŞEHİR İLİNDE SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ TÜKETİMİNDE TÜKETİCİ ALGILARININ BELİRLENMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Mehmet Emin YAZICI

Ahi Evran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü

Mart 2016

ÖZET

Süt ve süt ürünleri insan sağlığı açısından vazgeçilmez gıdaların başında gelmektedir. Özellikle bebeklik ve çocukluk dönemleri başta olmak üzere hayatın her döneminde tüketilmesi gereken ürünlerdir. Tüketicilerin tükettikleri ürünler hakkında ne bildikleri ve bilmek istedikleri konusunda çalışmalar yapılmakta ve buna göre üretim ve pazarlama aşamalarında gerekli düzenlemeler yapılmaya çalışılmaktadır. Bu amaçla Kırşehir ili genelinde süt ve süt ürünleri tüketiminin durumu belirlenmeye çalışılmıştır. Bunun için Kırşehir ili genelindeki Merkez, Kaman, Mucur, Akpınar, Akçakent, Çiçekdağı ve Boztepe ilçeleri kent merkezlerinde yaşayan kişilerle görüşülmüştür. Basit rastgele örnekleme yönteminin kullanıldığı çalışmada farklılıkların önemliliği için Ki kare testi kullanılmıştır.

Sonuç olarak eğitim ve gelir seviyesi arttıkça tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketimi artmıştır. Aynı zamanda bilinçlenme ile daha sağlıklı ürünlere olan talebin arttığı, sağlıklı ürün konusunda ambalajlı ürünlerin daha çok tercih edildiği görülmüştür. Ayrıca, tüketiciler sütün tazeliğine ve içindeki yağ oranına özellikle dikkat etmektedirler. Tüketicilerin sokak sütlerine ve ithal edilen süt ve süt ürünlerine olan güven düzeylerinin düşük olduğu, sokak sütlerinin genel olarak fiyatının uygun olmasından dolayı tercih edildiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Süt ve Süt ürünleri, Tüketici algısı, Tüketim, Kırşehir

**DETERMINATION OF CONSUMERS' PERCEPTION ABOUT
CONSUMPTION OF MILK AND DAIRY PRODUCTS IN KIRŞEHİR
PROVINCE**

Master Thesis

Mehmet Emin YAZICI

University of Ahi Evran, Institute of Science

March 2016

ABSTRACT

Milk and dairy products are the main nourishment in terms of human health. These products are supposed to be consumed at every stage of life, especially in infancy and childhood. Studies about what the consumers know or want to know about the products they consume are made, and necessary adjustments in production and marketing stage are endeavoured to be made accordingly. With this purpose in mind, this study aims to determine the status of consumption of milk and dairy products in Kırşehir. Interviews have been made with various people living in the centers of Kaman, Mucur, Akpınar, Akcakent, Çiçekdagi and Boztepe districts. In this study, in which simple random sampling method was applied, Chi-square test was used for the sake of the significance of the differences in the study.

As a result, as education and income levels increase, consumption of milk and dairy products increases. Also, it was observed that with this increase and awareness, there happened an increase in the demand for healthier products and preference of the packaged food for the sake of health. In addition, consumers are paying particular attention to the freshness of the milk and fat content. The study observes a low level of trust in imported dairy products as well as those sold on the street and the dairy products sold on streets are generally preferred only because of the low prices.

KeyWords: Milk and dairy products, Consumer perception, Consumption, Kırşehir

TEŞEKKÜR

Araştırma konusunun seçiminde yardımcı olan ve alışmanın her aşamasında büyük desteğini gördüğüm bana maddi ve manevi yönden yardımlarını esirgemeyen danışman hocam Sayın Doç.Dr.Ufuk KARADAVUT'a, destek ve yardımlarından dolayı Sayın Yrd. Doç. Dr. Atilla TAŐKIN ve Sayın Yrd. Doç. Dr. İsa COŐKUN' a sonsuz teőekkürlerimi sunarım.

Tezim süresince sürekli yanımda olan maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen babama, anneme, ablalarıma ve abilerime tüm kalbimle teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

TEZ BİLDİRİMİ	I
ÖZET	II
ABSTRACT	III
TEŞEKKÜR	IV
İÇİNDEKİLER	V
ŞEKİLLER LİSTESİ	VII
ÇİZELGELER LİSTESİ	XI
1.GİRİŞ	1
2.KAYNAK ARAŞTIRMASI	6
3.MATERYAL ve METOD	15
4.BULGULAR ve TARTIŞMA	20
4.1.Cinsiyete Göre Dağılım.....	20
4.2.Yaş'a Göre Dağılım.....	22
4.3.Mesleklere Göre Dağılım.....	25
4.4.Eğitim Durumlarına Göre Dağılım.....	28
4.5.Aylık Gelir Durumlarına Göre Dağılım.....	31
4.6.Ailedeki Birey Sayısına Göre Dağılım.....	34
4.7.Evde Çalışan Kişi Sayısı Durumlarına Göre Dağılım.....	37
4.8.Evde Bulunan Çocuk Sayısı Durumlarına Göre Dağılım.....	39
4.9.Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Durumlarına Göre Dağılım.....	42
4.10.Süt ve Süt ürünleri Tüketim Sıklığı Durumlarına Göre Dağılım.....	44
4.11.Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı Durumlarına Göre Dağılım.....	47
4.12.Sütü Nereden Aldıkları Durumlarına Göre Dağılım.....	48
4.13.Sütü Satın Aldıkları Yeri Tercih Etme Sebeplerine Göre Dağılım.....	51
4.14.Süt ve Süt Ürünleri Alırken Dikkat Ettikleri Unsurlara Göre Dağılım.....	54
4.15.Satın Almayı Tercih Ettikleri Süt Grubuna Göre Dağılım.....	58
4.16.Tüketicilerin Tercih Ettikleri Süt Ürünleri Grubuna Göre Dağılım.....	61
4.17.Tüketmeyi Tercih Ettikleri Süt Ürünlerini Tercih Etme Nedenlerine Göre Dağılım.....	63
4.18.Süt Ürünlerini Kendileri Yapıp Yapmama Durumuna Göre Dağılım.....	67

4.19.Önceki Yıllara Göre Süt Tüketiminde Artış Meydana Gelip Gelmediği Durumuna Göre Dağılım.....	70
4.20.Önceki Yıllara Göre Süt Tüketiminde Artış yada Azalışın Sebepleri Göre Dağılım.....	74
4.21.Organik Süt Olmasını Tercih Edip Etmemeleri Durumlarına Göre Dağılım.....	76
4.22.Organik Süt Olmasını Tercih Edip Etmemeleri Nedenlerine Göre Dağılım.....	78
4.23.Süt Tüketiminin Düşük Olmasının Temel Nedenine Göre Dağılım.....	82
4.24.Süt Tüketiminin Artırılabilmesi İçin Yapılması Gerekenlere Göre Dağılım.....	85
4.25.Yurt dışından Yapılan Süt İthalatını Destekleyip Desteklemediklerine Göre Dağılım.....	89
4.26.İthal Olarak Gelen Sütlerin Sağlıklı Olup Olmadığına Göre Dağılım.....	92
4.27.İçme Sütünü Satın Alma Sıklığına Göre Dağılım.....	95
4.28.Süt Fiyatları Hakkındaki Düşüncelerine Göre Dağılım.....	98
4.29.Süt Hayvanı Tercihlerine Göre Dağılım.....	101
4.30.Süt Tüketiminde Protein ve Yağ Oranına Önem Vermeleri Bakımından Dağılım.....	104
4.31.Süt Alırken Son Kullanma Tarihine Dikkat Edip Etmeme Konusu Bakımından Dağılım.....	107
4.32.Sütü Ne Şekilde Tükettikleri Konusu Bakımından Dağılım.....	110
4.33.Sokak Sütü Hakkında Düşünceleri Bakımından Dağılım.....	113
4.34.Sokak Sütü Alma Nedenleri Bakımından Dağılım.....	116
4.35.Süt ve Süt Ürünü Alırken Ambalajın Önemliliği Bakımından Dağılım.....	119
4.36.Süt ve Süt Ürünü Alırken Fiyatın Önemliliği Bakımından Dağılım.....	122
5.SONUÇ ve ÖNERİLER.....	126
6.KAYNAKLAR.....	128
7.EKLER.....	133
ÖZGEÇMİŞ.....	136

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Dağılımları.....	20
Şekil 2 . Cinsiyete Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	22
Şekil 3. Katılımcıların Yaş Grubuna Göre Dağılımları.....	23
Şekil 4. Yaş Gruplarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketimi Miktarı.....	25
Şekil 5. Katılımcıların Meslek Grubuna Göre Dağılımları.....	26
Şekil 6. Meslek Gruplarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	28
Şekil 7. Katılımcıların Eğitim Durumları Grubuna Göre Dağılımları.....	29
Şekil 8. Eğitim Durumlarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	31
Şekil 9. Katılımcıların Aylık Gelir Durumuna Göre Dağılımları.....	32
Şekil 10. Aylık Gelir Durumlarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	34
Şekil 11. Katılımcıların Ailedeki Birey Sayısı Durumuna Göre Dağılımları.....	34
Şekil 12 . Ailedeki Birey Sayısı Durumuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	36
Şekil 13. Katılımcıların Evde Çalışan Kişi Sayıları Durumuna Göre Dağılımları.....	37
Şekil 14 . Evde Çalışan Kişi Sayısı Durumuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	39
Şekil 15. Katılımcıların Evde Bulunan Çocuk Sayısı Durumuna Göre Dağılımları..	40
Şekil 16 . Evde Bulunan Çocuk Sayısı Durumuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	42
Şekil 17. Katılımcıların Süt ve Süt ürünleri Tüketim Durumuna Göre Dağılımları..	43
Şekil 18. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Sıklığı Durumuna Göre Dağılımları.....	44
Şekil 19 . Tüketim Sıklığı Durumuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı....	46
Şekil 20. Katılımcıların Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı Durumlarına Göre Dağılımları.....	47
Şekil 21. Katılımcıların Sütü Satın Alma Yerlerine Göre Dağılımları.....	48
Şekil 22 . Sütü Nereden Aldığı Durumuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	51
Şekil 23. Katılımcıların Sütü Satın Aldıkları Yeri Tercih Etme Sebeplerine Göre	

Dağılımları.....	52
Şekil 24 . Sütü Satın Aldığı Yeri Tercih Sebebine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	54
Şekil 25. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Alırken Dikkat Ettikleri Unsurlara Göre Dağılımları.....	55
Şekil 26 . Sütü Satın Aldığı Yeri Tercih Sebebine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	57
Şekil 27. Katılımcıların Satın Almayı Tercih Ettikleri Süt Grubuna Göre Dağılımları.....	58
Şekil 28 . Katılımcıların Satın Almayı Tercih Ettikleri Süt Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	60
Şekil 29. Katılımcıların Tüketmeyi Tercih Ettikleri Süt Ürünleri Grubuna Göre Dağılımları.....	61
Şekil 30 . Katılımcıların Tüketmeyi Tercih Ettiği Süt Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	63
Şekil 31. Katılımcıların Tüketmeyi Tercih Ettikleri Süt Ürünlerini Tercih Etme Nedenlerine Göre Dağılımları.....	64
Şekil 32 . Tüketilen Süt Ürünü Tercih Etme Sebebi Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	67
Şekil 33. Katılımcıların Süt Ürünlerini Kendileri Yapıp Yapmama Durumuna Göre Dağılımları.....	68
Şekil 34 . Katılımcıların Süt Ürünlerini Kendi Yapıp Yapmama Durumları Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	70
Şekil 35. Katılımcıların Önceki Yıllara Göre Süt Tüketiminde Artış Meydana Gelip Gelmediği Durumuna Göre Dağılımları.....	71
Şekil 36 . Katılımcıların Önceki Yıllara Göre Süt Tüketiminde Artış Meydana Gelip Gelmemesi Durumları Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	73
Şekil 37. Katılımcıların Önceki Yıllara Göre Süt Tüketiminde Artış yada Azalışın Sebeplerine Göre Dağılımları.....	74
Şekil 38. Katılımcıların Organik Süt Olmasını Tercih Edip Etmemeleri Durumuna Göre Dağılımları.....	76

Şekil 39 . Katılımcıların Organik Süt Tercih Edip Etmemeleri Durumları Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	78
Şekil 40. Katılımcıların Organik Süt Olmasını Tercih Edip Etmemeleri Nedenine Göre Dağılımları.....	79
Şekil 41 . Katılımcıların Organik Süt Tercih Edip Etmemeleri Nedenlerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	82
Şekil 42. Katılımcılara Göre Süt Tüketiminin Düşük Olmasının Temel Nedenine Göre Dağılımları.....	83
Şekil 43 . Katılımcılara Göre Süt Tüketiminin Düşük Olmasının Nedenlerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	85
Şekil 44. Katılımcılara Göre Süt Tüketiminin Artırılabilmesi İçin Yapılması Gerekenlere Göre Dağılımları.....	86
Şekil 45 . Katılımcılara Göre Süt Tüketiminin Artırılabilmesi İçin Yapılması Gerekenlere Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	89
Şekil 46. Katılımcıların Yurt Dışından Yapılan Süt İthalatını Destekleyip Desteklemediklerine Göre Dağılımları.....	90
Şekil 47 . Yurt Dışından Yapılan İthalatı Destekleyip Desteklememesine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	92
Şekil 48. Katılımcıların İthal Gelen Sütleri Sağlıklı Bulup Bulmadıklarına Göre Dağılımları.....	93
Şekil 49 . Yurt Dışından İthal Edilen Sütlerin Sağlıklı Bulunup Bulunmadığı Durumlarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	95
Şekil 50. Katılımcıların İçme Sütünü Satın Alma Sıklıklarına Göre Dağılımları.....	96
Şekil 51 . Katılımcıların İçme Sütünü Satın Alma Sıklığı Durumuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	98
Şekil 52. Katılımcıların Süt Fiyatları Hakkındaki Düşüncelerine Göre Dağılımları..	99
Şekil 53 . Katılımcıların Süt Fiyatları Hakkındaki Düşüncelerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	101
Şekil 54. Katılımcıların Süt Hayvanı Tercihlerine Göre Dağılımları.....	102
Şekil 55 . Katılımcıların Süt Hayvanı Tercihlerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	104

Şekil 56. Katılımcıların Süt Tüketiminde Protein ve Yağ Oranına Önem Vermeleri Bakımından Dağılımları.....	105
Şekil 57 . Katılımcıların Süt Tüketimde Protein ve Yağ Oranına Önem Vermelerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	107
Şekil 58. Katılımcıların Süt Alırken Son Kullanma Tarihine Dikkat Edip Etmemesi Bakımından Dağılımları.....	108
Şekil 59 . Katılımcıların Süt Alırken Son Kullanma Tarihine Önem Verip Vermemelerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	110
Şekil 60. Katılımcıların Sütü Ne Şekilde Tükettikleri Konusu Bakımından Dağılımları.....	111
Şekil 61 . Katılımcıların Sütü Ne Şekilde Tükettiklerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	113
Şekil 62. Katılımcıların Sokak Sütü Hakkındaki Düşünceleri Bakımından Dağılımları.....	114
Şekil 63 . Katılımcıların Sokak Sütü Hakkındaki Düşüncelerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	116
Şekil 64. Katılımcıların Sokak Sütü Alma Nedenleri Bakımından Dağılımları.....	117
Şekil 65 . Katılımcıların Sokak Sütü Alma Nedenlerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	119
Şekil 66. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünü Satın Alırken Ambalajın Önemliliği Bakımından Dağılımları.....	120
Şekil 67 . Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Alırken Ambalaja Verdikleri Öneme Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	122
Şekil 68. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünü Satın Alırken Fiyatın Önemliliği Bakımından Dağılımları.....	123
Şekil 69 . Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Alırken Fiyata Verdikleri Öneme Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı.....	125

ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 1. Türlerle Göre Dünya Süt Üretimi.....	1
Çizelge 2. Süt Üretiminde Lider Ülkeler.....	2
Çizelge 3. Türkiye Süt Üretim ve Verim Durumu.....	3
Çizelge 4. Türkiye Yıllara Göre Süt Üretimi ve Üretimdeki Payı.....	4
Çizelge 5. İki Nitel Değişkenin Bağımsız Gözlemlerinin Sınıflandırılması.....	17
Çizelge 6. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	21
Çizelge 7. Cinsiyete Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Sonucu.....	21
Çizelge 8. Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	23
Çizelge 9. Yaş Gruplarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Sonucu.....	24
Çizelge 10. Katılımcıların Meslek Gruplarına Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	26
Çizelge 11. Meslek Gruplarına Göre Aylık Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Sonucu.....	27
Çizelge 12. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	29
Çizelge 13. Eğitim Durumlarıyla Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Sonucu.....	30
Çizelge 14. Katılımcıların Aylık Gelir Durumlarına Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	32
Çizelge 15. Aylık Gelir Durumlarıyla Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Sonucu.....	33
Çizelge 16. Katılımcıların Ailedeki Birey Sayısı Durumuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	35
Çizelge 17. Ailedeki Birey Sayısına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	36
Çizelge 18. Katılımcıların Evde Çalışan Kişi Sayıları Durumuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	38
Çizelge 19. Evde Çalışan Kişi Sayısına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	38
Çizelge 20. Katılımcıların Evde Bulunan Çocuk Sayısı Durumlarına Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	41

Çizelge 21. Evde Bulunan Çocuk Sayısına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	41
Çizelge 22. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Durumuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	43
Çizelge 23. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Sıklığı Durumuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	45
Çizelge 24. Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Sıklığına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki-kare Analiz Sonucu.....	46
Çizelge 25. Katılımcıların Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı Durumuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	48
Çizelge 26. Katılımcıların Sütü Satın Alma Yerlerine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	49
Çizelge 27. Sütü Nereden Aldığı Durumuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	50
Çizelge 28. Katılımcıların Sütü Satın Aldıkları Yeri Tercih Etme Sebeplerine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	52
Çizelge 29. Sütü Satın Aldığı Yeri Tercih Etme Sebebine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	53
Çizelge 30. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Alırken Dikkat Ettikleri Unsurlara Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	56
Çizelge 31. Sütü Satın Aldığı Yeri Tercih Etme Sebebine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	57
Çizelge 32. Katılımcıların Satın Almayı Tercih Ettikleri Süt Grubuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	59
Çizelge 33. Katılımcıların Satın Almayı Tercih Ettikleri Süt Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	59
Çizelge 34. Katılımcıların Tüketmeyi Tercih Ettikleri Süt Ürünleri Grubuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	62
Çizelge 35. Katılımcıların Tüketmeyi Tercih Ettikleri Süt Ürünleri Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	63
Çizelge 36. Katılımcıların Tüketmeyi Tercih Ettikleri Süt Ürünlerini Tercih Etme Nedenlerine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	65

Çizelge 37. Tükettikleri Süt Ürünü Tercih Etme Sebepleri Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	66
Çizelge 38. Katılımcıların Süt Ürünlerini Kendileri Yapıp Yapmama Durumuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	68
Çizelge 39. Katılımcıların Süt Ürünlerini Kendi Yapıp Yapmama Durumları Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	69
Çizelge 40. Katılımcıların Önceki Yıllara Göre Süt Tüketiminde Artış Meydana Gelip Gelmediği Durumuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	71
Çizelge 41. Katılımcıların Önceki Yıllara Göre Süt Tüketiminde Artış Meydana Gelip Gelmesi Durumuna Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	72
Çizelge 42. Katılımcıların Önceki Yıllara Göre Süt Tüketiminde Artış yada Azalışın Sebeplerine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	75
Çizelge 43. Katılımcıların Organik Süt Olmasını Tercih Edip Etmemeleri Durumuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	77
Çizelge 44. Katılımcıların Organik Süt Tercih Edip Etmemeleri Durumuna Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	77
Çizelge 45. Katılımcıların Organik Süt Tercih Edip Etmemeleri Nedenine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	80
Çizelge 46. Katılımcıların Organik Süt Tercih Edip Etmemeleri Nedenlerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	81
Çizelge 47. Katılımcılara Göre Süt Tüketiminin Düşük Olmasının Temel Nedenine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	83
Çizelge 48. Katılımcılara Göre Süt Tüketiminin Düşük Olma Nedenlerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu	84
Çizelge 49. Katılımcılara Göre Süt Tüketiminin Artırılabilmesi İçin Yapılması Gerekenlere Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	87
Çizelge 50. Katılımcılara Göre Süt Tüketiminin Artırılabilmesi İçin Yapılması Gerekenlere Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	88
Çizelge 51. Katılımcıların Yurt Dışından Yapılan Süt İthalatını Destekleyip Desteklemediklerine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	90

Çizelge 52. Katılımcıların Yurt Dışından Yapılan Süt İthalatını Destekleyip Desteklememe Durumlarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	91
Çizelge 53. Katılımcıların İthal Gelen Sütleri Sağlıklı Bulup Bulmadıklarına Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	93
Çizelge 54. Katılımcıların İthal Olarak Gelen Sütleri Sağlıklı Bulup Bulmadığı Durumlarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	94
Çizelge 55. Katılımcıların İçme Sütünü Satın Alma Sıklıklarına Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	96
Çizelge 56. Katılımcıların İçme Sütünü Satın Alma Sıklıkları Durumlarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	97
Çizelge 57. Katılımcıların Süt Fiyatları Hakkındaki Düşüncelerine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	99
Çizelge 58. Katılımcıların Süt Fiyatları Hakkındaki Düşüncelerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	100
Çizelge 59. Katılımcıların Süt Hayvanı Tercihlerine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları.....	102
Çizelge 60. Katılımcıların Süt Hayvanı Tercihlerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	103
Çizelge 61. Katılımcıların Süt Tüketiminde Protein ve Yağ Oranına Önem Vermeleri Bakımından Ki Kare Analiz Sonuçları.....	105
Çizelge 62. Katılımcıların Süt Tüketiminde Protein ve Yağ Oranına Önem Vermelerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	106
Çizelge 63. Katılımcıların Süt Alırken Son Kullanma Tarihine Dikkat Edip Etmemesi Bakımından Ki Kare Analiz Sonuçları.....	108
Çizelge 64. Katılımcıların Süt Tüketiminde Protein ve Yağ Oranına Önem Vermelerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	109
Çizelge 65. Katılımcıların Sütü Ne Şekilde Tükettikleri Konusu Bakımından Ki Kare Analiz Sonuçları.....	111

Çizelge 66. Katılımcıların Sütü Ne Şekilde Tükettiklerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	112
Çizelge 67. Katılımcıların Sokak Sütü Hakkındaki Düşünceleri Bakımından Ki Kare Analiz Sonuçları.....	114
Çizelge 68. Katılımcıların Sokak Sütü Hakkındaki Düşüncelerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	115
Çizelge 69. Katılımcıların Sokak Sütü Alma Nedenleri Bakımından Ki Kare Analiz Sonuçları.....	117
Çizelge 70. Katılımcıların Sokak Sütü Alma Nedenlerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	118
Çizelge 71. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünü Satın Alırken Ambalajın Önemliliği Bakımından Ki Kare Analiz Sonuçları.....	120
Çizelge 72. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Alırken Ambalajın Önemliliğine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	121
Çizelge 73. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünü Satın Alırken Fiyatın Önemliliği Bakımından Ki Kare Analiz Sonuçları.....	123
Çizelge 74. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Alırken Fiyatın Önemliliğine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu.....	124

1.GİRİŞ:

Süt ve süt ürünleri insan sağlığı açısından vazgeçilmez ürünler arasındadır. Süt ve süttten elde edilen ürünlerin çeşitliliği ve tercih edilmesi konusunda ciddi anlamda tanıtımlar yapılmakta ve kullanımlarının artırılması için yoğun çalışmalar gündemdedir. Son zamanlarda yapılan çalışmalarda bu konuda başarılı olunduğu görülmektedir. Süt ve ürünlerinin pazarlanması aşamasında özellikle tüketicilerin bu ürünlere bakış açıları önem arz etmektedir. Tüketicilerin kabul etmedikleri ürünlerin piyasada kabul görme imkanının olmadığı bilinmesi gerekir. Süt, kemik sağlığının korunması ve gelişiminde, bebeklik ve çocukluk dönemi başta olmak üzere hayatın her evresinde sağlıklı beslenmede en temel besindir. Ayrıca içeriğindeki yüksek orandaki kalsiyum ile kemik gelişiminin yanında büyüme ve gelişmenin hızlanması, diş sağlığı, hücre yenilenmesi ve bağışıklık sisteminin güçlenmesinde önemli bir besin kaynağıdır.

Uluslararası Süt Federasyonu verilerine göre 2012 yılı büyükbaş ve küçükbaş hayvanlardan elde edilen toplam süt miktarı 770 milyon tondur. Gıda ve Tarım Örgütü verilerine göre 2012 yılı toplam süt üretimi 754 milyon ton olmuştur.

Çizelge 1. Türlerle Göre Dünya Süt Üretimi (milyon ton)

Yıl	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
İnek	561,7	573,8	585,1	586,2	597,6	612,7	625,7
Koyun	9,2	9,1	8,9	9,4	9,8	9,9	10,1
Keçi	15,1	15,9	16,1	16,4	17,2	17,6	17,8
Manda	81	84,2	85,4	88,3	92,2	95,6	97,4
Toplam	668,8	685,1	697,7	702,3	719,2	738,9	753,9

Çizelge 2. Süt Üretiminde Lider Ülkeler

	Üretim Miktarı (milyon ton)	
AB-27	152,0	
ABD	90,9	
Hindistan	60,1	
Çin	37,4	
Brezilya	33,7	
Rusya	31,9	
Yeni Zelanda	20,6	
Türkiye	16,0	
Pakistan	13,9	
Arjantin	11,7	Dünya
Meksika	11,3	toplam süt
Ukrayna	10,1	üretim
		miktarının
		%83'ünü inek

sütü oluşturmaktadır. Dünya toplam inek ve manda sütü üretiminin %54'ü Asya ve Avrupa kıtasında gerçekleşmektedir. Manda sütü üretimi 2012 yılında 101 milyon tona ulaşmıştır. Manda sütü yoğunluklu olarak sadece birkaç ülkede üretilmektedir. Toplam üretimin %90'ından fazlası Hindistan ve Pakistan'da üretilmekte, üretimde Hindistan ve Pakistan'dan sonra sırasıyla Mısır, Çin, İran ve İtalya gelmektedir. Dünya toplam süt üretiminin yaklaşık % 2,4'ünü keçi sütü, % 1.3'ünü koyun sütü ve % 0.4'ünü deve sütü oluşturmaktadır. Gıda ve Tarım Örgütünün 2012 yılı verilerine göre dünyada keçi sütü ağırlıklı olarak Asya (% 60), Afrika (%22) ve Avrupa'da (%

15) üretilmesine rağmen; koyun sütü üretimi Asya (% 46) ve Avrupa'da (% 32), deve sütü üretimi ise daha çok Afrika'da (% 91) gerçekleştirilmektedir.

Gıda ve Tarım Örgütü verilerine göre ülkemizde doğum yapmış hayvan sayıları baz alınarak değerlendirilen sağılan hayvan sayısı Çizelge 3'te verilmiştir. Ülkemizde süt hayvancılığı; verim seviyelerinin yükseltilmesi, bakım ve besleme koşullarının iyileştirilmesi ve üreticilerin süt hayvancılığı konusunda bilinçlenmesi hayvan varlığında artış görülmüştür. Sağılan inek, koyun ve keçi sayıları hayvan varlığına paralel bir durum göstermekte olup 2013 yılında bir önceki yıla göre artarak sağılan inek sayısı 5.607.272 baş, koyun sayısı 14.287.237 baş, keçi sayısı ise 3.943.318 baş olmuştur. Aynı yıl inek sütü 16,6 milyon ton, koyun sütü 1,1 milyon ton, keçi sütü de 415 bin ton olarak hesaplanmıştır. Süt verimliliğinde bütün türlerde gelişme olmakla birlikte en büyük gelişme hayvan başına elde edilen süt veriminde olmuştur. 2000 yılında 1654 kg olan inek başına verim, 2010 yılında 2.847 kg, 2013 yılında da 2.970 kg.a yükselmiştir. Aynı başarı koyun ve keçi başına süt verimliliğinde gösterilememiştir. 2000 yılında koyun başına verim 49 kg iken 2013 yılında 77 kg.a, keçi başına verim ise 2000 yılında 57 kg iken 2013 yılında 105 kg.a yükselmiştir. Ülkemizde süt üretiminin en fazla olduğu bölgeler Ege, Trakya, Akdeniz ve İç Anadolu'nun güneyidir.

Çizelge 3.Türkiye Süt Üretim ve Verim Durumu

	YIL	2000	2010	2011	2012	2013
İ	Baş	5,279,569	4,384,130	4,761,142	5,431,400	5,607272
N	Bin Ton	8,732	12,418	13,802	15,977	16,655
E	O.S.Verimi					
K	Kg/Baş	1654	2847	2899	2942	2970
K	Baş	15,920,159	10,583,608	11,561,144	13,068,428	14,287,237
O	Bin Ton	774	816	892	1007	1101
Y	Ort.Süt Verimi	49	77	77	77	77

U	Kg/Baş					
N						
K	Baş	3,792,707	2,582,539	3,033,111	3,502,272	3,943,318
E	Bin Ton	216	272	320	369	415
Ç	Ort.Süt Verimi					
İ	Kg/Baş	57	106	106	105	105

Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre 2013 yılında ülkemizde içme sütü üretim miktarı 1.323.942 ton olarak hesaplanmıştır. Ülkemizde süt üretimi hayvan varlığı ve laktasyon verimlerindeki artışa paralel olarak artış göstermektedir. 2013 yılında bir önceki yıla göre % 4,7 oranında artarak 18.223.712 ton olmuştur. 2009 yılında elde edilen çiğ sütün %92,35'i inekten elde edilirken 2013 yılında bu oran %91,4 olarak tespit edilmiştir. Aynı oranda sırasıyla mandada % 0,26'dan % 0,3'e, koyunda % 5,85'den % 6,0'ya, keçide ise % 1,53'den % 2,3'e yükseldiği çizelge 4'te verilmiştir.

Çizelge 4. Türkiye Yıllara Göre Süt Üretimi (Ton) ve Üretimdeki Payı (%)

YIL		2009	2010	2011	2012	2013
İ	Ton	11,583,313	12,418,544	13,802,428	15,977,838	16,655,009
N	Üretimdeki					
E	Pay (%)	92,35	91,69	91,7	91,8	91,4
K						
M	Ton	32,443	35,487	40,372	46,989	51,947
A	Üretimdeki					
N	Pay (%)	0,26	0,26	0,3	0,3	0,3
D						

A						
K	Ton	734,219	816,832	892,822	1,007,007	1,101,013
O						
Y	Üretimdeki					
U	Pay (%)	5,85	6,03	5,9	5,8	6,0
N						
K	Ton	192,210	272,811	320,588	369,429	415,743
E						
Ç	Üretimdeki					
İ	Pay (%)	1,53	2,01	2,1	2,1	2,3
	TOPLAM	12,542,186	13,543,674	15,056,211	17,401,262	18,223,712

Türkiye İstatistik verilerine göre 2013 yılında süt işletmeleri tarafından toplanan inek sütü miktarı toplamı 7.932.485 tondur. Ülkemiz süt sektörünün en önemli sorunlarından birini kayıt dışı süt üretimi oluşturmaktadır. 2010 yılında inek sütü üretimindeki kayıtlılık oranı %53,96 iken, 2011 yılı bu oranın %47, 2012 yılında ise %46,66 olmuştur. Süt işletmeleri tarafından toplanan koyun, keçi ve manda sütü miktarlarının toplam üretim miktarına oranı ise inek sütündeki orandan daha düşüktür (Ulusal Süt Konseyi, 2013).

Türkiye’de süt ve süt ürünleri tüketimine ilişkin net veriler bulunmamakla beraber, içme sütü ve diğer süt ürünlerinde kişi başı yıllık tüketim miktarları tahmini olarak hesaplanmaktadır. Süt üretimimizdeki kayıt dışılık süt ve süt ürünlerine ilişkin tüketim miktarlarının hesaplanmasında güçlük yaratmaktadır.

Ülkemizde tüketilen süt ve süt ürünleri bakımından çok sayıda çalışma yapıldığı gözlenmiş olup, Kırşehir ilinde bu gibi konularda pek fazla çalışmaya rastlanılmadığından böyle bir çalışma yapılmıştır. Çalışmada öncelikle tüketicilerin genel olarak süt ve ürünlerine bakış açıları belirlenmeye çalışılmıştır. Daha sonra ise buna bağlı olarak ileriye yönelik planlayıcılara sağlıklı bilgiler verilebilecektir.

Bu çalışma Kırşehir ili genelindeki süt ve süt ürünleri tüketicilerini kapsamaktadır. Kırşehir ilinde yer alan 7 ilçede yapılan birebir görüşmeler ile bilgi

alınmış ve değerlendirmeler yapılmıştır. Çalışmada öncelikli olarak amacımız; süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıklarının ortaya konulması, tüketicilerin konu ile ilgili olarak bilinç düzeylerinin belirlenmesi, tüketicilerin süt ve süt ürünleri alırken tercihlerini etkileyen faktörler ile tüketim konusunda planlama yapanlara daha sağlıklı ve güvenilir bilgiler verebilmektir.

2.KAYNAK ARAŞTIRMASI

Gülten ve ark. (1987), Erzurum ilinde yapmış oldukları çalışmada üniversite tarafından üretilen süt ve süt ürünlerinin (süt, beyaz peynir, kaşar peyniri ve yoğurt gibi) ildeki pazarlanması olanaklarını araştırmışlardır. Sonuç olarak süt ve süt ürünü satan işletmelerin % 95'i süt, %92'si beyaz peynir, %70'i kaşar peyniri ve %81'i de yoğurt sattığı ve bunları sattıkları alanın özelliğine göre tüketicilerin alım oranlarının değiştiğini belirtmişlerdir.

Horwarth ve ark. (1995), Yeni Zelanda da genç ve yaşlılardaki süt tüketim miktarlarını belirlemek için çalışma yapmışlardır. Bunun içinde 70 yaşın üzerinde ve 23 yaşın altındaki bayanlardan oluşan iki grup üzerinde çalışmışlardır. Sonuç olarak her iki grupta sütü sağlık için tükettiklerini belirtirken, genç kuşak gelişimlerini tamamlamak için yaşlı kuşak ise kemiklerde zafiyetin oluşmaması için destek

amacıyla içtiklerini ifade etmişlerdir. Gençlerin %13'ü, yaşlı grubun ise %18'ine doktor tarafından süt ve süt ürünlerini kullanmamaları gerektiği yönünde öneri yapıldığı belirtilmiştir. Her iki grupta sağlık açısından gerekli olan alt sınırın üzerinde süt ve süt ürünü tüketmek istemediklerini belirtmişlerdir.

Şahin ve Gül (1997), Adana ili merkezinde yaptıkları çalışmada tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketimlerini ve tüketim davranışlarını araştırmışlardır. Çalışmada aylık aile başına süt ve ürünleri tüketimleri 16.3 kg açık süt, 3.7 kg pastörize süt, 7.7 kg yoğurt, 3.6 kg Beyaz peynir, 0.7 kg Kaşar peyniri, 0.8 kg Tulum peyniri, 0.7 kg tereyağı ve 0.6 kg çökelek olarak tespit etmişlerdir. Tüketicilerin süt ve süt ürünleri alımında mevsimin de etkili olduğunu ve en önemli seçim ölçütünün tazelik olduğunu tespit etmişlerdir.

Klesges ve ark. (1999), yaptıkları çalışmada 17-35 yaş arasındaki askeri personelin süt tüketimlerini tahmin etmek için yaptıkları çalışmada %51.7'sinin her gün bir bardak süt içtiğini, %17.9'unun ise günde 3 bardak süt içtiklerini belirlemişlerdir. Süt içme miktarının yaşa ve eğitim seviyesine göre değiştiğini, gençlerde süt içme miktarı daha düşük iken yaş ilerledikçe artmıştır. Ayrıca eğitim seviyesi arttıkça süt içme miktarının da buna bağlı olarak arttığı tespit edilmiştir.

Yüzbaşı ve ark. (1999), yaptıkları çalışmada Ankara ili Keçiören ilçesinde yerleşik bulunan farklı gelir grubundaki ailelerin süt ve süt ürünleri tüketimlerini incelemişlerdir. Sonuç olarak, tüketicilerin aylık 7.58 kg süt ve yoğurt, 1.38 kg peynir ve 0.29 kg tereyağı tükettiklerini belirlemişlerdir. Ayrıca kişi başına tüketimin süt cinsinden 21.74 kg olduğunu belirlemişlerdir.

Hsu ve Liu (2000), Tayvan'da yapmış oldukları çalışmada süt ve süt ürünlerinin gelir durumuna göre alım seviyelerini belirlemek istedikleri çalışmada en çok süt tüketen grubun 26-35 yaş aralığındaki bayanların oluşturduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca, gelir seviyesi arttıkça süt ve süt ürünleri tüketim miktarının arttığı buna karşın gelir seviyesi azaldıkça süt ve ürünleri tüketiminin de azaldığını belirtmişlerdir. Erkeklerde ise özellikle yaşlı ve gelir seviyesi düşük olanların süt ve ürünleri tüketimi konusunda daha duyarlı oldukları, ancak genç ve gelir seviyesi yüksek olanlarda ise duyarlılığın azaldığını belirtmişlerdir. Tüketiciler genel olarak yaz aylarında diğer aylara göre daha yüksek oranda süt ve ürünleri tüketme eğiliminde oldukları tespit edilmiştir.

Ayginin (2001), Manisa ili merkezinde Üniversite öğrencilerinin süt tüketim alışkanlıkları ve beslenme bilinçlerini belirlemek için yaptığı çalışmada öğrencilerin %50.4'ü pastörize sütü, % 40.7'si UHT sütü, %5.3'ünün sokak sütünü tercih ettiğini belirlemiştir.

Örücü ve Tavşancı (2001), yaptıkları çalışmada piyasada satılan gıda ürünleri açısından satın alma eğilimini etkileyen faktörleri belirlemeye çalışmışlardır. Sonuç olarak ambalajın renginin, üzerindeki etiketin, kolay taşınabilir olması gibi ambalajı oluşturan bütün fonksiyonların tüketici davranışları üzerinde etkili olduğu sonucuna varmışlardır.

Şahin ve ark (2001), Van ilinde 196 aile ile yaptıkları çalışmalarda ailelerin sosyo-ekonomik durumları ve süt ve süt ürünleri alım ve tüketim davranışlarını incelemiştir. Sonuç olarak Van ili kentsel alanda ailelerin aylık ortalama süt ürünleri tüketimleri 17.5 kg açık süt, 4.6 kg pastörize süt, 14.7 kg yoğurt, 1.6 kg Beyaz peynir, 0.5 kg Kaşar peyniri, 0.3 kg Tulum peyniri, 5.9 kg Otlu peynir, 1.3 kg tereyağı ve 1.1 kg çökelek olduğunu tespit etmişlerdir. Tüketicilerin süt ürünlerini satın alırken tazelik, fiyat ve hijyene öncelikli olarak dikkat ettiklerini belirlemiştir.

Chinnici ve ark. (2002), yaptıkları çalışmada tüketicilerin organik ürün tercihleri arasındaki ilişkileri incelemiştir. Tüketicilerin ürünlerdeki öncelikli tercihleri standardizasyon olmuştur. Bu istek özellikle ekonomik geliri belli bir seviyenin üzerinde olan tüketicilerde yoğunlaşmıştır. Gelir seviyesi düşük olanlarda ise seçicilik daha az olmuştur. Tüketicilerin öncelikli tercihi hijyen, sağlıklı üretim ve diyet açısından değerlendirilmesi olmuştur. Organik süt ve süt ürünleri açısından da benzer istekler ön sıralarda yer almıştır.

Çelik (2002), Akdeniz Bölgesinde süt ve süt ürünleri sektörünü incelemek için çalışma yapmıştır. Çalışılan alandaki işletmelerin önemli bir kısmının geleneksel yöntemlerle üretim yapan küçük işletmelerin oluşturduğunu ve kaliteli süt temini, üretilen süt ürünlerinin pazarlanması, ortaya çıkan sektörel-teknolojik gelişmelerin izlenmesi ve işletmeye adapte edilmesi vb. konularda zayıf olduklarını tespit etmiştir.

Bu nedenle özellikle kalite ve hijyen bakımından yeterli standardın elde edilemediği ve tüketiciler açısından bunun ciddi bir olumsuzluk yarattığını belirtmiştir.

Durmaz ve ark. (2002)'nin, Van ilinde yaptıkları çalışmada öğrencilerin yarısının sütü pahalı bulduklarını ve sütün fiyatının süt tüketimi üzerinde en etkili faktör olduğunu tespit etmişlerdir. Öğrencilerin süt alırken marka, yağ oranı, fiyat, son kullanma tarihi gibi kriterlere bakarak süt satın aldıkları belirlenmiştir. Son kullanma tarihine göre alanların oranı %40, markaya bakarak süt alanların oranı %23.85, temizlik yönünden görünümüne bakarak süt alanların oranı %19.69, fiyatına bakarak alanların oranı %13.38, yağ oranına dikkat edenlerin oranı ise %3.08 gibi oldukça düşük bir seviyede olduklarını görmüşlerdir. Buna göre süt alımında son kullanma tarihi ve markanın süt tercihinde en önemli faktörler olduğunu belirlemişlerdir.

Bus ve Woesley (2003), Avustralya'da yaptıkları çalışmada tüketicilerin sağlık açısından süt ürünleri tercihlerini belirlemeye çalışmışlardır. Yapılan çalışmada tüketicilerin özellikle düşük yağ içeriğine sahip olan sütleri tercih ettiklerini tespit etmişlerdir. Tüketicilerin bunu tercih etmelerindeki en önemli etkenin sağlık olduğu ifade edilmiştir. Bunların başında da kemik sağlığını korumak ilk sırada yer alırken, bunu ağırlık kontrolü ve hastalıklardan korunma izlemiştir. Sütteki yağın az olmasını genel olarak bayanlar ve yaşlılar isterken, erkeklerde ve gençlerde bu oran daha az olmuştur. Ayrıca tüketicilerin süt ve ürünleri konusunda yeni gelişmeleri izlemediklerini tespit etmişlerdir.

Çelik ve ark. (2005), yaptıkları çalışmada piyasadaki satılan sütlerin genel değerlendirmesini yapmışlardır. Buna göre süt ve süt ürünlerinin özellikle gıda sanayi içinde %15 üretim değerine sahip olduğunu belirtmişlerdir. Türkiye'de üretilen sütün %40'ı herhangi bir işleme tabi tutulmadan çiğ süt olarak tüketiciye ulaşırken, %60'ı ambalajlı süt olarak satıldığını ancak gelişmiş ülkelerde üretilen sütün %0.5-0.6'sı işlem görmeden tüketiciye ulaşırken, %99.5'nin modern işletmelerde işlendiğini tespit etmişlerdir.

Şimşek ve ark. (2005), İstanbul ilinde yaptıkları çalışmada tüketicilerin genel olarak süt ve süt ürünlerinin insan sağlığını olumlu etkilediğine inandıklarını belirtmişlerdir. Özellikle de sütün önemli bir kalsiyum kaynağı olduğu konusunda bilgi sahibi olduklarını göstermektedir. Ancak bazı tüketicilerin sütün besin değeri

konusunda şüpheleri olduğunu belirtmelerinin bazı tüketicilerin kafalarında soru işaretlerin olduğunu göstermesi açısından önemli bulmuşlardır.

Goff ve Griffiths (2006), süt sanayisinin son 25 yıldaki temel sorunlarını belirlemek için yaptıkları çalışmada en önemli sorunun standardizasyon, pastörizasyon, homojenizasyon ve paketleme olduğunu belirtmişlerdir. Bu özelliklerin işletmenin kapasitesine göre değişiklikler gösterebildiğini bununda tüketicilerin ürün tercihlerini etkilediğini tespit etmişlerdir. Özellikle yüksek sağlık standardının istendiği süt üretiminde yaşanacak dikkatsizliklerin tüketici üzerinde olumsuz etki yaratabileceği ifade edilmiştir.

Couvreur ve ark. (2006), yaptıkları çalışmada inek sütlerinin tüketiciler tarafından tercih edilme oranlarını ve sebeplerini araştırmışlardır. Tüketiciler çiftlikte kapalı alanda beslenmeden ziyade taze çayır ve mera otlarıyla beslenmiş hayvanların sütlerini tercih etmektedirler. Bunun temel sebebi olarak ta tüketiciler açısından bunun daha sağlıklı olduğuna inanmaları olarak ifade edilmiştir.

Uzunöz ve Gülşen (2007), Gaziosmanpaşa Üniversitesinin farklı fakültelerinde ve yüksekokullarında eğitim gören 300 adet öğrenci ile yaptıkları araştırmada, öğrencilerin süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıkları incelenmişlerdir. Araştırmada, öğrencilerin sadece %28,67'si düzenli olarak süt; %33,33'ü ise süt ürünleri tükettiği, süt ve süt ürünlerini satın alınırken en fazla ürünün son kullanma tarihine dikkat ettiği, diğer ürün çeşitlerine göre peynir ve yoğurdun düzenli bir şekilde tükettiği belirlenmiştir. Öğrencilerin büyük bir bölümü süt ve süt ürünlerini alım yeri olarak marketleri tercih ettiğini ve yine büyük kısmının süt ve süt ürünlerinin fiyatlarının normal olduğunu ifade etmişlerdir.

Akbay ve Tiryaki (2007), yaptıkları çalışmada tüketicilerin ambalajlı ve açık süt tüketim alışkanlıklarının karşılaştırmalı olarak incelenmesini yapmışlardır. Araştırmacılar, Kahramanmaraş'ta ailelerin açık süt (sokak sütü) ve ambalajlı süt tüketim alışkanlıkları karşılaştırılmalı olarak araştırılmıştır. Araştırmada 350 aile ile görüşülmüştür. Sonuç olarak, tüketicilerin süt tüketim alışkanlıkları gelir, eğitim, yaş, cinsiyet ve annenin statüsüyle yakından ilişkili bulunmuştur. Araştırmacılar, bir toplumda süt ve süt ürünleri tüketiminde kalite, fiyat ve hijyenin tercih konusunda ilk sırada yer aldığını belirtmiştir. Bununla birlikte tüketicilerin sosyo-ekonomik ve demografik yapıları da süt tüketim miktarı ve alışkanlıklarını önemli düzeyde

etkileyebilmektedir. Bunlardan özellikle gelir, eğitim, yaş, cinsiyet, hane halkı genişliği, annenin çalışma durumu ve ailedeki çocuk varlığının süt tüketimini etkilediğini bildirmişlerdir.

Cevger ve ark. (2008), Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesinde öğrenim gören intern öğrencilerin hayvansal ürün tüketim durumu ve tercihlerinin ortaya konması ve bu ürünler bakımından öğrencilerin tüketim alışkanlıkları üzerine etkili faktörlerin belirlenmesi amacıyla yaptıkları çalışmada 122 öğrenci ile görüşmüşlerdir. Sonuç olarak öğrencilerin içme sütü %95.1 ve %83.7'lik oranlarla süpermarketlerden satın almayı seçtiğini ve bunda en önemli etkenin marketteki ürünlere karşı daha çok güvendiklerinden kaynaklandığını belirtmişlerdir.

Cop ve Türkoğlu (2008), yaptıkları çalışmada marketlerin kendileri için hazırladıkları Market markalarının algıları üzerinde durmuşlardır. Özellikle süt ve süt ürünleri ile bakliyat alanında görülen bu yapılaşma sonucu tüketicilere farklı alternatifler sunulmuştur. Tüketicilerin yaşam tarzlarında, satın alma güçlerinde ve beklentilerinde meydana gelen değişimler tüketicileri etkilediği belirtilmiştir. Market markalarıyla perakendecilerin ürün ve hizmetlere yüklediği değer giderek artmış, sonuçta market markalı ürünlerin tüketici tarafından kabul edilmeye başladığı görülmüştür. Bunda en önemli faktörün ise marketin güvenilirliği ön plana çıktığı görülmüştür.

Özel (2008), tüketicilerin satın alma sürecinde ürünün sahip olduğu özellikleri belirlemek için yaptığı çalışmada en önemli belirleyicinin değişiklik gösterdiğini tespit etmişlerdir. Bu yön en uygun olanı tercih etmektedirler. Üretici firmalar da bu değerlendirmeleri göz yönlendiricilerin başında fiyat ve kalite gelmektedir. Üreticilerde bu iki gruba yönelik olarak tüketiciyi memnun etmeye ve böylece hem pazar payını hem de satış miktarlarını arttırmaya çalışmaktadırlar. Bundan hareketle firmaların ürettikleri ürünlerden elde edecekleri satış miktarlarını kaliteyi maksimum yapabilmek için öncelikle sütteki yağ miktarını dikkate almaları gerektiği görülmüştür.

Uzunöz ve ark. (2008), Tokat ili Merkez ilçe kırsal alanda yaptıkları çalışmada kırsal alanda yaşayan kadınlar üzerinde çalışma yapmışlardır. Çalışmada kırsal alanda yaşayan kadınların genel olarak gıda güvenliği konusundaki bilinç düzeylerini ve davranış biçimlerini incelemişlerdir. Sonuç olarak kadınların %61.80

gıda güvenliği kavramını hiç duymamıştır. Kadınların gelir ve eğitim düzeyleri ile gıda güvenliği bilinç düzeyleri arasında yüksek derecede bir ilişki belirlenmiştir. Eğitim ve gelir düzeyleri arttıkça kadınların satın aldıkları gıda ürünlerinin güvenliği bilinç düzeylerinin arttığı gözlemlenmiştir. Buna bağlı olarak süt ve süt ürünleri de dahil olmak üzere kadınların ürün tercihinde seçiciliklerinin arttığını belirlemişlerdir.

Demir ve Aral (2009), yaptıkları çalışmada Kars ilindeki süt sığırcılık işletmelerinin mevcut durumunu ve geliştirme olanaklarını ortaya koymaya çalışmışlardır. Çalışmada, ildeki süt üreticilerinin en önemli sorununun örgütlenme eksikliği olduğu, buna bağlı olarak üretilen sütün düşük fiyatla satıldığı, süt üretiminde kullanılan girdilerin uygun fiyatla temin edilemediği ve sütün pazarlanmasında üreticinin pazar koşullarını kabullenmek zorunda kaldığı tespit edilmiştir. Bütün bunların sonucu olarak tüketicilere bir kalite kriterlerine uygun ürün gönderilemediği ve tüketicilerin kaliteli ürün konusunda sıkıntı yaşadıklarını belirlemişlerdir. Örgütlenme sorununun aşılması durumunda daha kaliteli ürünlerin olması şanslarının artacağı ifade edilmiştir.

Sütütemiz ve ark. (2009), yaptıkları çalışmada paketlenmiş süt için ambalaj özelliklerinin algılanan önemini belirlemeye çalışmışlardır. Sonuç olarak süt ürünleri pazarlanmasında ambalaj özelliklerinin tüketicilerce dikkate alınan ve önemsenen ürün özellikleri olduğunu, ambalajın görsel özelliklerinin plansız satın alma davranışları ve ambalaj üzerindeki açıklayıcı bilgilerin tekrar satın alma niyeti üzerinde anlamlı etkilerinin olduğunu belirlemişlerdir.

Gün ve Orhan (2011), yaptıkları çalışmada tüketicilerin süt ve süt ürünü alırken etiket bilgisinin etkili olup olmadığını belirlemek istemişlerdir. Sonuç olarak, tüketicilerin ürünün üzerindeki etiket bilgisinden çok etkilendiklerini ve bunun tüketmeye yönelik davranışları değiştirebildiğini belirtmişlerdir. Ayrıca kadınların erkeklere nazaran daha duyarlı tüketiciler olduğu, eğitim düzeyi arttıkça bilgi düzeylerinin ve tüketici tercihlerinin değiştiğini belirlemişlerdir. Etiket bilgisinin incelenmesinde bireylerin en çok üretim ve son kullanma tarihi ile besin öğelerini dikkate aldığını belirlemişlerdir.

Savran ve ark. (2011), kentte yaşayan ailelerin sahip oldukları gelir ve demografik özelliklerine göre keçi sütü ve ürünleri tüketiminin tespit edilmesi için yaptıkları çalışmalarda ailelerin %5'i keçi sütü, %27'si keçi peyniri tüketmektedir.

Keçi sütü ve ürünleri tktenlerin, kişi başına keçi sütü tüketimi 350 ml/yıl, keçi peyniri tüketimini ise 6 kg/yıl olarak belirlemişlerdir. Keçi sütü tüketimini etkileyen faktörlerin başında tktinin yaşı, eēitimi, geliri, buldukları şehirler ve markanın geldiēi tespit edilmiştir.

şimsek ve Açıkgöz (2011), Isparta ilinde süt ürünlerinin tercih edilme miktarları için yaptıkları çalışmada niversite ērencilerinin süt ürünleri tüketim durumlarını belirlemek istemişlerdir. Sonuç olarak, en çok tercih edilen peynir çeşidinin beyaz peynir, yoēurt çeşidinin ise kaymaksız yoēurt olduēu belirlenmiştir. ērencilerin %95.7'si dondurmayı, %93.3' ise ayranı tercih etmiştir. Süt rnlerinin kolesterolü olumsuz etkilediēini düşünenlerin oranı %18.1 olarak belirlenmiştir.

Dilber ve ark. (2012), gıdalarda ambalajın önemi ve tkticilerin satın alma davranışlarına etkisini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada tkticilerin ambalajlı gıdaların daha saēlıklı olduklarını düşünmeleri nedeniyle, büyük ölçüde ambalajlı ürünleri tercih ettiklerini tespit etmişlerdir. Ayrıca kullanılan ambalajın ürünün fiyatını artırdıēının da farkında olduklarını belirlemişlerdir.

nsz ve ark. (2012), Sakarya ilinde ilköēretimdeki ērencilerin süt tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi için yaptıkları çalışmada ērencilerin yaş ortalamasının $12,97\pm 0,86$ ve % 49,0'unun erkek olduēu tespit edilmiştir. ērencilerin %10,1'i her gün düzenli süt itiēi, %77,1'i taze saēlımıř süt tkettiēi, sütün en çok (%44,5) kemik saēlıēı için gerekli olduēunu ve içinde en çok (%93,6) kalsiyum başta olmak üzere mineral olduēunu belirtmişlerdir. Sonuç olarak, araştırmada süt tüketiminin yetersiz olduēu ve ērencilerin büyük çoēunluēu tarafından tüketilen sütlerin hijyenik olmadıēı belirlenmiştir. Buna karşın, ērencilerin sütün ieriēinin ve yararlarının farkında oldukları grlmştir.

şeker ve ark. (2012), Elazıē ilinde yaptıkları çalışmada tkticilerin süt tüketim alışkanlıklarını ve bu alışkanlıkları etkileyen faktörleri belirlemeye çalışmışlardır. Sonuç olarak, Elazıē ili merkez ilçedeki tkticilerin sadece %21.4' her gün düzenli olarak süt içme alışkanlıēının olduēunu, süt içmeyenlerin ise tadından (%7.3), alışkanlıēının olmamasından (%80.8), kokusundan (%6.5) ve rahatsızlık vermesinden (%5.4) dolayı tüketmediklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların %59.8'i pastörize veya UHT sterilize sütü, %10.3' sokak sütünü ve %29.9'u direk

tanıdıkları üreticiden aldıkları günlük sütü tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların %78.0'inin süt alırken markayı önemsedikleri ve %58.0'inin karton kutuyu ambalaj tipi olarak tercih ettikleri belirlenmiştir. Katılımcıların %84.6'sı okul sütü programının “çok gerekli” veya “gerekli” olduğunu, %86.3'ü toplumun süt tüketimi konusunda yeterince teşvik edilmediğini düşündüklerini beyan etmişlerdir. Katılımcıların %79.0'u en çok inek sütünü tercih ettiklerini, %60.2'si ise sütteki yağ oranına önem verdiklerini belirtmişlerdir. Elazığ merkez ilçede sütün en çok satın alındığı yer %66.9'luk bir oranla marketler olmuştur. Katılımcıların sütü satın alırken en çok dikkat ettikleri hususlar ise %45.3'lük oranla firma adı ve %24.4'lük oranla sütün fiyatı olmuştur. Sütün en önemli besin değeri %34.9'luk oranla “protein kaynağı” şeklinde beyan edilmiştir. Toplumun içme sütü tüketimi hakkında teşvik edilmesi için en etkili yol olarak ise %70.9'luk bir oranla “Radyo ve TV” tercih edilmiştir. Ayrıca, tüketicilerin süt tüketimi tercihlerinde cinsiyetin, öğrenim durumunun, hane halkı büyüklüğünün ve gelir düzeyinin değişik düzeylerde farklılıklara neden olduğu belirlenmiştir.

Gündüz ve ark. (2013), Samsun ilinde yaptıkları çalışmada süt ve ürünleri tüketiminde, tüketicilerin tercihini etkileyen faktörleri belirlemeye çalışmışlardır. Sonuç olarak hanelerde süt ve ürünlerinin tercihinde; hijyen, sağlıklı olması, ürünün son kullanma tarihi, hayvansal kaynaklı hastalık şüphesi, sağlık sorunları, doktor tavsiyesi, satın alma yerine ait fiyat, personel ve hizmet kalitesinin iyi olması gibi faktörlerin önemli olduğunu belirlemişlerdir.

Güneş ve ark. (2014), İstanbul genelinde yaptıkları çalışmada tüketicilerin gıda maddeleri alırken ürüne ait etikete bakıp bakmadıkları araştırmışlardır. Tüketiciler arasında etiket okuma alışkanlığı %56 oranında olup eğitim düzeyinin artışıyla etiket okuma alışkanlığı arasında pozitif bir ilişki saptanmıştır ($p<0.05$). Ayrıca, etiketteki bilgilerin yeterince denetlenmediği düşüncesi ile etikete güven duyulmadığı belirlenmiştir. Etiket okumada en çok dikkat edilen hususlar son kullanma (%84.0) ve üretim tarihleridir (%58.2). Tüketiciler, etiketteki yazıların okunaklı, içindeki teknik ya da sağlık içeriğine yönelik bilgilerin basit ve anlaşılır biçimde olmasını ve ürünün tercihini kolaylaştırması açısından etiketin daha etkin hale getirilmesini istedikleri ortaya konulmuştur.

Güncel Gıda Araştırmaları Platformu (2014), adı altında yapılan araştırmada tüketicilerin çok uzun ömürlü süt tükettiği, sütün %68 ile market ve süpermarketlerden alındığı tespit edilmiş. Ayrıca, sütçüden süt aldığını söyleyenlerin oranı ise %29 ile neredeyse her üç kişiden biri bu gruba girmiş. Tüketicilerin %39'u uzun ömürlü süt (UHT) tükettiklerini belirtmiştir. Pastorize/ günlük süt tüketim oranı ise %32 olarak gözlenmiştir. Haftalık ortalama hane süt tüketimi 3.8 litredir. Tüketicilerin % 97'si ise süt tüketimi ile ilgili olarak sağlık açasından bir endişe duymuyor; Endişe duyanların %89'unun endişe duyma nedeni ise koruyucu katkı maddesi içermesi olmuştur.

3.MATERYAL ve METOD

Bu çalışma Kırşehir ili genelinde süt ve süt ürünleri tüketiminin durumunun belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Bunun için Kırşehir ili genelindeki Merkez, Kaman, Mucur, Akpınar, Akçakent, Çiçekdağı ve Boztepe ilçeleri kent merkezlerinde yaşayan kişiler materyalimizi oluşturmuştur. Birebir görüşme yolu elde edilen birincil verilerin yanında çeşitli kurum ve kuruluşlardan elde edilen ikincil verilerde kullanılmıştır.

36 sorudan oluşan bir anket hazırlanmış ve görüşme yapılan kişilere bu sorular sorulmuştur. Uygulanan ankette sorulan sorular şu şekildedir; Görüşülen kişinin cinsiyeti, Yaşı, Mesleği, Eğitim durumu, Aylık geliri, Ailedeki birey sayısı, Evde çalışan kişi sayısı, Evde bulunan çocuk sayısı, Süt ve süt ürünleri tüketip

tüketmediği, Süt ve süt ürünlerini ne sıklıkla tükettiği, Aylık toplam süt tüketim miktarı, Sütü nereden satın aldığı, Sütü satın aldığı yeri neden tercih ettiği, Süt ve süt ürünleri alırken nelere dikkat ettiği, Ne tür süt satın almayı tercih ettiği, Hangi süt ürünlerini istediğini, Neden bu ürünleri tercih ettiği, Peynir, yoğurt, kefir vb. süt ürünlerini kendisinin üretim üretmediği, Önceki yıllara göre süt tüketiminde artış olup olmadığı, Artış ya da azalış olduysa bunun sebebinin ne olduğu, Organik süt üretiminin olmasını isteyip istemediği, Süt tüketiminin düşük olmasının nedenleri, Süt tüketiminin artışının nasıl sağlanabileceği, Süt ithalatı hakkındaki düşünceleri, İthal olarak gelen ürünlerin sağlıklı olduğuna inancı, İçme sütünü satın alma sıklığı, Süt ürünlerinin fiyatı hakkındaki düşüncesi, Hangi süt hayvanını tercih ettiği, Sütün protein ve yağ oranına önem verip vermediği, Süt ürünleri alırken son kullanma tarihine dikkat edip etmediği, Sütü ne şekilde tükettiği, Sokak sütleri hakkında ne düşündüğü, Neden sokak sütü aldığı, Ambalajın önemli olup olmadığı ve Süt alırken fiyata önem verip vermediği soruları sorulmuştur (Ek 1).

Çalışmada her bir soru için H_0 ve H_1 olmak üzere temel ve araştırma hipotezleri belirlenmiştir. H_0 hipotezinde değişkenler arasında farklılığın olmadığı ve arada görülen farklılığın tesadüften ileri geldiği kabul edilmiştir. H_1 hipotezinde ise değişkenler arasında görülen farklılığın tesadüften ileri gelmediği incelenen değişkenlerin özelliklerinden kaynaklanan farklılıkların olduğu kabul edilmiştir.

Yapılan çalışmalarda örnek sayısı belirlenirken örnekleme ölçütü olarak basit rastgele örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Her yerleşim yeri (ilçeler) bazında tabakalara ayrılmış ve her ilçeden alınacak örnek sayıları aşağıdaki eşitlik yardımı ile belirlenmiştir.

$$n = \frac{N \cdot \sigma^2 \cdot Z_{\alpha}^2}{(N-1) \cdot d^2}$$

Eşitlikte n , örnek sayısını; N , ana kütle büyüklüğünü; S^2 her tabakadaki varyansı; d , ana kütle ortalamasından müsaade edilen hatayı; Z ise hata oranına göre standart $N-1$ serbestlik dereceli t tablosundaki değeri göstermektedir. (Yamane, 1967).

Anket verilerine nümerik değerler atanmıştır. Özelliklerine göre 0,1,2 gibi sayısallaştırılarak anlamlı hale getirilmiştir. Daha sonra bunlar bilgisayara girilmiş ve

analizleri yapılmıştır. Çalışmada elde edilen verilerin analizinde SPSS 16V istatistik paket programı kullanılmıştır.

Elde edilen veriler arasında görülen farklılığın önemli olup olmadığının belirlenebilmesi için Ki-kare test istatistiği kullanılmıştır. Bu istatistik şu şekilde ifade edilebilir;

$$\chi^2_{hes} = \sum_{j=1}^k \frac{(G_j - B_j)^2}{B_j}$$

Burada, G gözlenen değerleri ifade ederken, B beklenen değerleri ifade etmektedir. Hesaplanan Ki-kare değerini önemliliğinin tespit edilebilmesi için ilgili değişken için belirlenen serbestlik dereceli ve %95 güvenirlikte Ki-kare tablo değerine bakılmış ve tablo değerinden büyük bulunan hesap değerleri istatistiksel olarak önemli olarak değerlendirilmiştir.

Ki-kare testi, gözlenen frekanslar(G) ile beklenen frekanslar(B) arasındaki farkın istatistik olarak anlamlı olup olmadığı temeline dayanır.

Ki-kare testinde, niteliksel olarak belirtilen veriler kullanılır. Ayrıca, ölçümle belirtilen sürekli değişkenler de belli bir dereceden az veya çok olarak nitelendirilerek Ki-kare testi uygulanabilir. Veriler, oranlar veya yüzdelikler olarak ifade edilmişse testin uygulanması mümkün değildir.

Ki-kare testi, serbestlik derecesi (sd) ile karakterize edilir. Dağılımın ortalaması sd'ye ve varyansı ise sd'nin iki katına eşittir. Ki-kare değerleri, sıfır ile artı sonsuz arasında değerler alır. Dağılım; küçük sd'lerinde basık olmasına rağmen sd arttıkça normal dağılıma yaklaşır. Ki-kare dağılımı, sürekli bir dağılımdır.

Ki-kare dağılımı, genellikle iki bağımsız niteliksel kriteri test etmek için kullanılır. Sıfır hipotezi (H₀), iki kriterin bağımsız olduğunu; araştırma hipotezi(H_A) ise, iki kriterin arasında ilişki olduğunu ifade eder.

İki nitel değişkene ait gözlemler, rastgele n hacimli bir örnekle ele alınsın. Bir gözlemin seçimi, diğer gözlemin seçimini etkilemediği için gözlemlerin bağımsız olduğu söylenebilir. Söz konusu veriler, Tablo1'de belirtildiği üzere çapraz kategorilere dağılmış olsun.

Çizelge 5. İki Nitel Değişkenin Bağımsız Gözlemlerinin Sınıflandırılması

	İkinci sınıflandırma kriteri
--	------------------------------

Birinci sınıflandırma kriteri	Kategori 1	Kategori 2	...	Kategori c	Toplam
Kategori 1	G ₁₁	G ₁₂	...	G _{1c}	n _{1.}
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
Toplam	n _{.1}	n _{.2}	...	n _{.c}	n

Çizelge 5’de her bir hücredeki G’lerin yanı sıra H₀’ın doğru olduğu varsayımı altında B’ler

$$B_{ij} = \frac{n_{i.} \cdot n_{.j}}{n} \quad (1.1)$$

ifadesiyle hesaplanır. B’ler, bir deneyde belli bir tanıma göre gerçekleştirilmesi muhtemel olan frekanslardır. Tablo 1’de verilen G’lerle, (1.1)’de hesaplanan B’ler karşılaştırılır. Eğer B ile G arasındaki farklar küçük ise, hesaplanacak olan ki-kare değeri küçük olacak ve H₀ red edilmeyecektir. Eğer söz konusu farklar büyük ise, kriterler arasında bağımsızlığı ifade eden H₀ red edilecektir. Hesapla elde edilen ki-kare değeri (χ_{hes}^2), ilgili sd’de ki-kare tablosunda bulunan ki-kare değeri (χ_{tab}^2) ile karşılaştırılır. Eğer,

$$\chi_{hes}^2 \geq \chi_{tab}^2 \quad (1.2)$$

ise H₀ red edilecektir. Aksi halde, H₀ kabul edilecektir. χ_{tab}^2 değeri, saptanan yanılma olasılığı (α) ve sd’ye göre ki-kare tablolarından bulunur. Burada χ_{hes}^2 ,

$$\chi_{hes}^2 = \sum_{j=1}^c \sum_{i=1}^r \frac{(G_{ij} - B_{ij})^2}{B_{ij}} = \sum_{j=1}^c \sum_{i=1}^r \frac{G_{ij}^2}{B_{ij}} - n \quad (1.3)$$

ve sd,

$$sd = (r-1)(c-1) \quad (1.4)$$

eşitlikleri ile verilir. Ki-kare testinde red bölgesi genellikle, sağ kuyrukta ve tek taraflı olarak uygulanmaktadır. Fakat varyans için Ki-kare testinde eğer çift taraflı veya sol kuyrukta ve tek taraflı H_A söz konusu ise çift taraflı veya sol kuyrukta ve tek taraflı red bölgesi uygulanır. Varyansla ilgili aralık tahmininde de çift taraflı Ki-kare güven sınırları kullanılır.

Ki-kare testi üç farklı şekilde yapılmaktadır. Bunlar bağımsızlık, homojenlik ve uygunluk testleridir. Bu testler şu şekilde açıklanabilir;

1-Bağımsızlık Testi : Nitel iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığı Ki-kare testi ile araştırılabilir. H_0 'da ilişkinin olmadığı, bağımsızlığın olduğu; H_A 'da ise ilişkinin olduğu, bağımsızlığın olmadığı iddia edilir. Test istatistiğinin hesaplanabilmesi için B'ler bulunur. Test istatistiği, (1.3) ve sd, (1.4)'e göre hesaplanır. Eğer, (1.2) sağlanıyorsa H_0 red edilir.

2-Homojenlik Testi: İki örneklemin aynı kategoriler açısından homojen olup olmadıkları Ki-kare testi ile test edilebilir. H_0 'da örneklemelerin homojen olduğu, H_A 'da ise homojen olmadıkları iddia edilir. Testin diğer aşamaları, 2.1'deki gibidir.

3-Uygunluk Testi: Uygunluk testinde, gözlenen bir değişkenin beklenen bir dağılıma uygunluğu veya gözlenen iki değişkenin aynı dağılıma sahip olup olmadığı araştırılır. H_0 'da söz konusu dağılıma uygunluğu, H_A 'da ise uygun olmadığı iddia edilir. Uygunluk testinde G'ler, k sınıftan oluşan tek bir satır veya tek bir sütun halinde verilir. G'lere karşılık gelen B'lerde, tabiatıyla k sınıf içeren ayrı bir satır veya sütun oluşturur. Böylece veriler, tek bir satır veya sütundaki k tane elemandan oluşur. Bu nedenle (1.3) ifadesi,

$$\chi_{hes}^2 = \sum_{j=1}^k \frac{(G_j - B_j)^2}{B_j} = \sum_{j=1}^k \frac{G_j^2}{B_j} - n \quad (2.3.1)$$

olarak yazılır. Burada B_j 'ler, H_0 'da iddia edilen dağılıma ait değerlerdir. Bu testte satır veya sütun toplamı bir kısıt oluşturduğundan sd,

$$sd=k-1 \quad (2.3.2)$$

olur. Eğer örneklemden ayrıca bazı parametreler tahmin ediliyorsa her bir parametre tahmini yeni bir kısıt oluşturacağından m tane parametre tahmin edilmiş ise sd,

$$sd=k-m-1$$

olarak ifade edilir. Buna göre mesela, düzgün dağılım ve binom dağılımında $m=0$ alınır. Ayrıca binom dağılımında p ve poisson dağılımında λ , örnekten tahmin ediliyorsa $m=1$ ve normal dağılımında ortalama ve standart sapma, örnekten tahmin ediliyorsa $m=2$ olarak alınır. Testin diğer aşamaları, 2.1' deki gibidir.

$$\chi_{hes}^2 = \sum_{j=1}^c \sum_{i=1}^r \frac{(G_{ij} - B_{ij})^2}{B_{ij}} = \sum_{j=1}^c \sum_{i=1}^r \frac{G_{ij}^2}{B_{ij}} - n \quad (1.3)$$

ve sd,

$$sd = (r-1)(c-1) \quad (1.4)$$

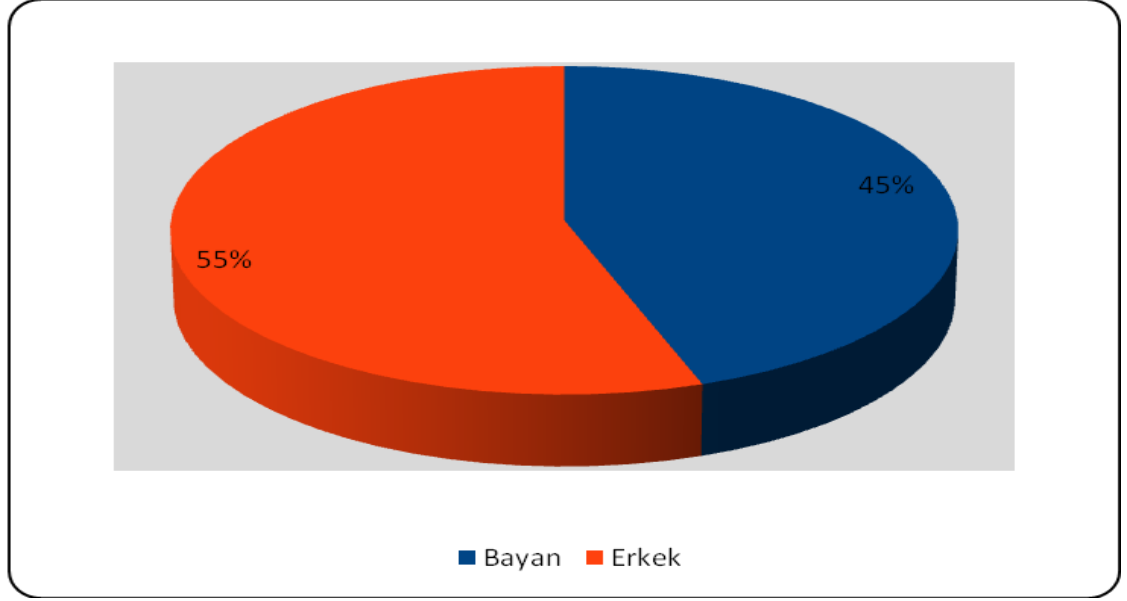
eşitlikleri ile verilir. Ki-kare testinde red bölgesi genellikle, sağ kuyrukta ve tek taraflı olarak uygulanmaktadır. Fakat varyans için Ki-kare testinde eğer çift taraflı veya sol kuyrukta ve tek taraflı H_A söz konusu ise çift taraflı veya sol kuyrukta ve tek taraflı red bölgesi uygulanır. Varyansla ilgili aralık tahmininde de çift taraflı Ki-kare güven sınırları kullanılır.

4.BULGULAR ve TARTIŞMA

Yapılan çalışmada elde edilen bulgulara göre elde edilen sonuçlar incelenen özelliklere göre incelenmiş ve değerlendirmeler özelliklere göre aşağıda verilmiştir.

4.1.Cinsiyete Göre Dağılım

Ankete katılanların cinsiyete göre dağılımı Şekil 1'de gösterilmiştir. Şekil incelendiğinde ankete katılım konusunda erkek ve bayanların oranlarının bir birlerine yakın olduğu görülmektedir. Görüşme yapılan 233 kişiden 104 kişi bayanlardan oluşurken, 129 kişi ise erkeklerden oluşmuştur.



Şekil 1. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Dağılımları

Cinsiyete göre katılımcılar arasındaki farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki-kare uygunluk testi analiz sonuçları Çizelge 6'da verilmektedir. Buna göre Ki-kare değerinin 2,682 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer cinsiyetler arasındaki farklılığın istatistiksel olarak önemli olmadığını göstermektedir.

Çizelge 6. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Cinsiyet	Gözlenen	Beklenen
Erkek	129	116,5
Bayan	104	116,5
Toplam	233	233,0

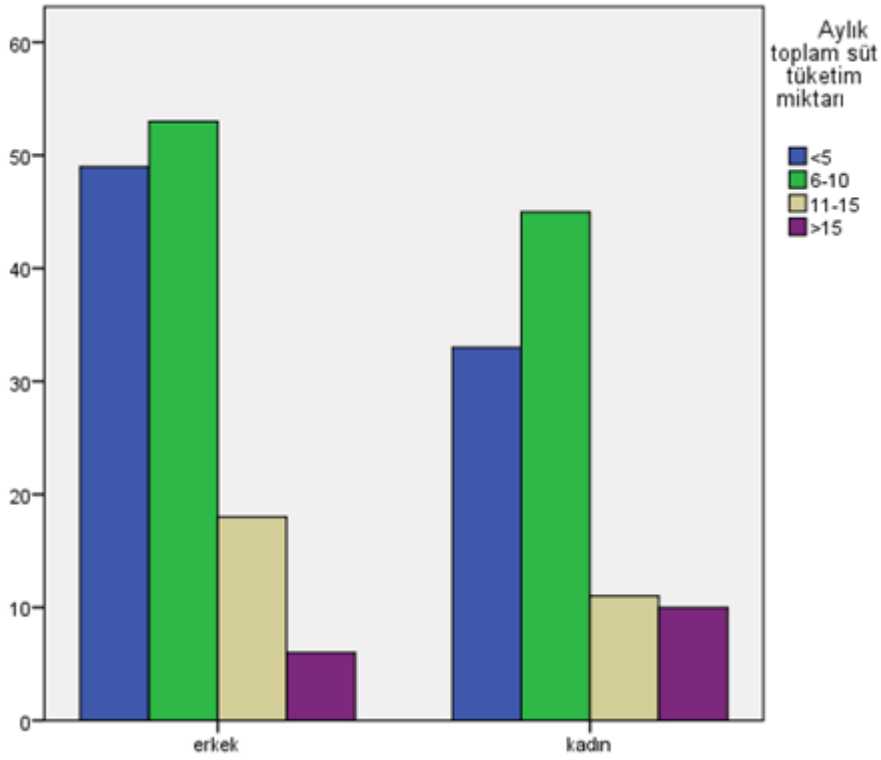
χ^2 Değeri	2,682
-----------------	-------

Cinsiyet ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasında ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki-kare bağımsızlık testi sonuçları ve cinsiyete göre süt tüketim miktarları Çizelge 7'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde cinsiyete göre değişimin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir. Görüşme yapılan 233 kişiden süt ve süt ürünü kullanan 225 kişinin aylık toplam süt tüketimleri değerlendirildiğinde şekil 2'de de görüleceği gibi tüketicilerin önemli bir kısmı aylık 10 litreye kadar süt tüketmektedir.

Çizelge 7. Cinsiyete Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı (Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Görüşülen Kişinin Cinsiyeti	Erkek	49	53	18	6	126
	Kadın	33	45	11	10	99
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		0,352				

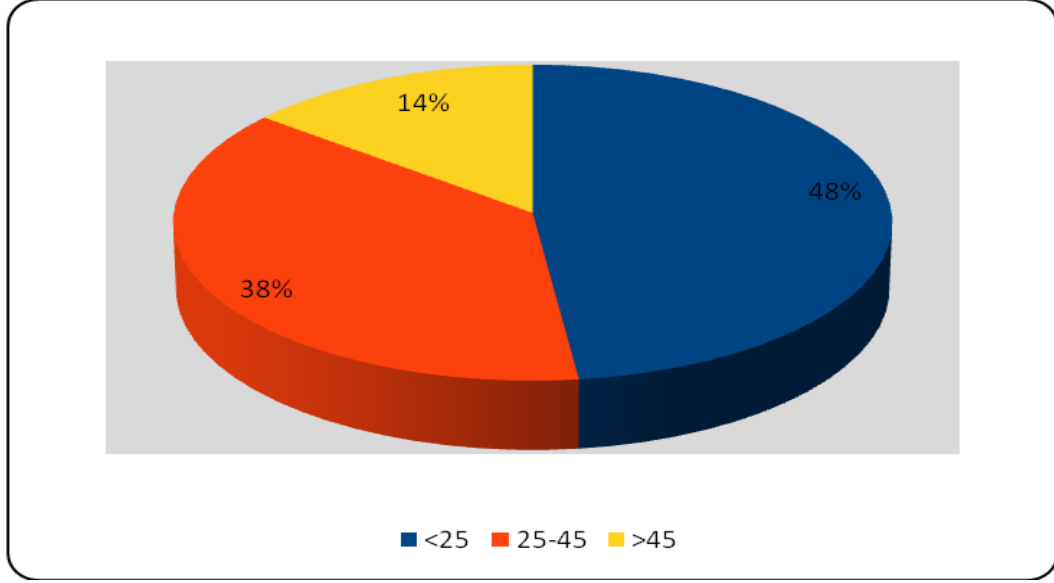
Bu sonuçlara göre süt ve süt ürünleri kullanımı konusunda erkekler ve bayanlar arasında farklılığın olmadığı anlaşılmaktadır. Şeker ve ark (2012) Elazığ ilinde yaptıkları çalışmada cinsiyete göre süt tüketimleri arasında farklılığın olmadığını tespit etmişlerdir. Ancak Akbay ve Tiryaki (2007) yaptıkları çalışmada cinsiyetin süt ve süt ürünleri tüketimine belirleyici olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuçlara göre yaptığımız çalışma Şeker ve arkadaşlarının (2012) çalışmaları ile benzer olurken, Akbay ve Tiryaki'nin (2007) çalışmaları ile ayrılmaktadır. Bölgesel çalışmalarda bu tür farklılıkların olabileceği gerçeğini bizlere göstermektedir.



Şekil 2 . Cinsiyete Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.2.Yaşa Göre Dağılım

Ankete katılanların yaşa göre dağılımları değerlendirildiğinde genel olarak 25 yaş ve altında olanların ankete katılanların yaklaşık yarısını oluşturdukları görülmektedir. Bunu %38 ile 25-45 yaş grubu takip ederken 45 yaş ve üzerinde ise %14 gibi oldukça düşük değere sahip olmuştur. Toplam içindeki paylarına bakıldığında ise 25 yaş altındaki kişi sayısı 112 kişiden oluşurken, 24-45 yaş arasını 88 kişi ve 46 yaş ve üzerinde ise 33 kişi olmuştur. Yapılan bu çalışmada katılımcıların % 86'sı 45 yaşın altındakilerden oluşmaktadır.



Şekil 3. Katılımcıların Yaş Grubuna Göre Dağılımları

Yaş grubuna göre katılımcılar arasında farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 8' de verilmektedir. Buna göre ki kare değerinin 42,240 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer yaş grupları arasındaki farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir. Yapılan çalışmada 25 yaş ve altı kişilerin yüksek olması bu sonucun ortaya çıkmasına sebep olmuş olabilir.

Çizelge 8. Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

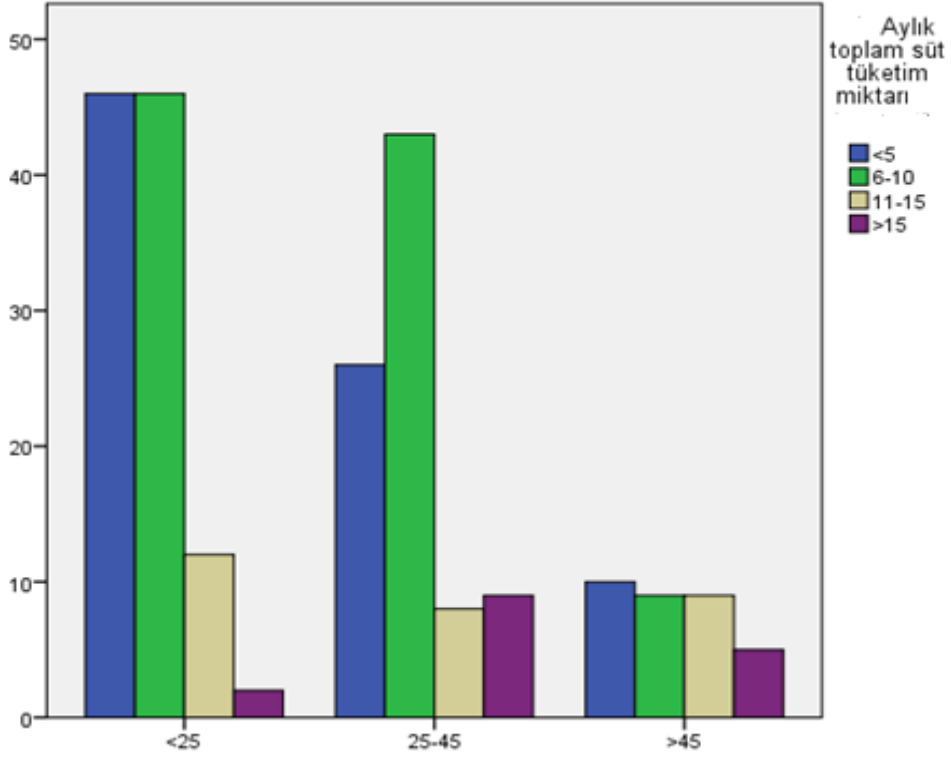
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Yaş Grubu	Gözlenen	Beklenen
<25	112	77,7
25-45	88	77,7
45<	33	77,7
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	42,240**	

Katılımcılarımızdan süt ve süt ürünleri kullananların yaş gruplarıyla aylık toplam süt tüketim durumları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi değerleri ve sonuçları Çizelge 9'da gösterilmektedir. Buna göre yaş grubunun aylık toplam süt tüketimi ile ilişkisinin istatistiksel olarak önemli olduğu tespit edilmiştir ($P>0.01$). Yaş ilerledikçe süt tüketiminin azaldığı gözlenmiştir. Bu sonuç il genelinde süt tüketiminin genel olarak küçük yaşta gerçekleştiğini göstermektedir. Horwarth ve ark (1995), Klesges ve ark (1999) yaşa bağlı olarak süt ve süt ürünleri tüketiminin değişiklik gösterdiklerini belirtmişlerdir. Bus ve Worsley (2003) ise süt ve ürünleri tüketimin gençlerde kemik gelişimi için yaşlılarda ise kemik sağlığı için mutlak gerekli olduğu ve tüketimin buna göre yapıldığını belirtmiştir.

Çizelge 9. Yaş Gruplarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı (Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Yaş Grupları	<25	46	46	12	2	106
	25-45	26	43	8	9	86
	>45	10	9	9	5	33
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		20,274**				

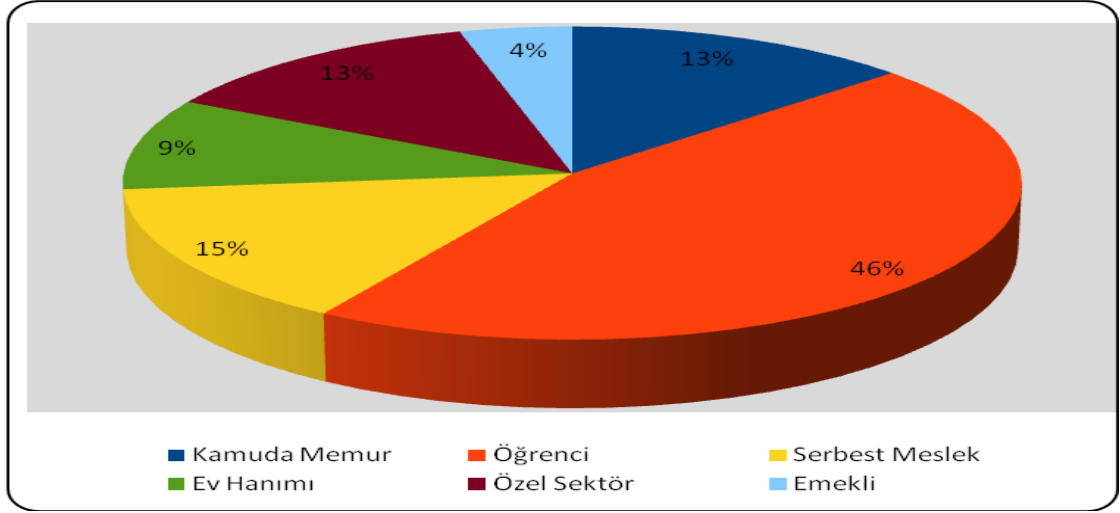
Yaş gruplarına göre aylık toplam süt tüketim miktarları Şekil 4'te gösterilmiştir. Buna göre değerlendirmeye alınan kişilerin 25 yaş altına olanların aylık süt tüketimlerinin özellikle 45 yaş ve üzerinde olanlara göre ciddi anlamda yüksek oranda süt ve süt ürünü tükettikleri anlaşılmaktadır. Yaş grubu olarak gençlerin ve çocukların süt ve süt ürünü tüketmeleri güzel bir olay olarak kabul edilirken belli bir yaşın üzerindekiilerin süt ve süt ürünü tüketim miktarlarının düşük olması ise düşündürücü bir durumdur.



Şekil 4. Yaş Gruplarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketimi Miktarı

4.3.Mesleklere Göre Dağılım

Ankete katılanların meslek grubuna göre dağılımları Şekil 5'te gösterilmiştir. Şekil incelendiğinde ankete katılım konusunda %46 oranla öğrenci grubunun ilk sırada geldiği ve bunu oransal olarak sırasıyla serbest meslek, kamuda memur, özel sektör, ev hanımı ve emeklilerden oluştuğu görülmektedir.



Şekil 5. Katılımcıların Meslek Grubuna Göre Dağılımları

Meslek gruplarına göre katılımcılar arasında farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 10' da verilmiştir. Buna göre ki kare değerinin 149,069 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların meslek grupları arasındaki farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 10. Katılımcıların Meslek Gruplarına Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

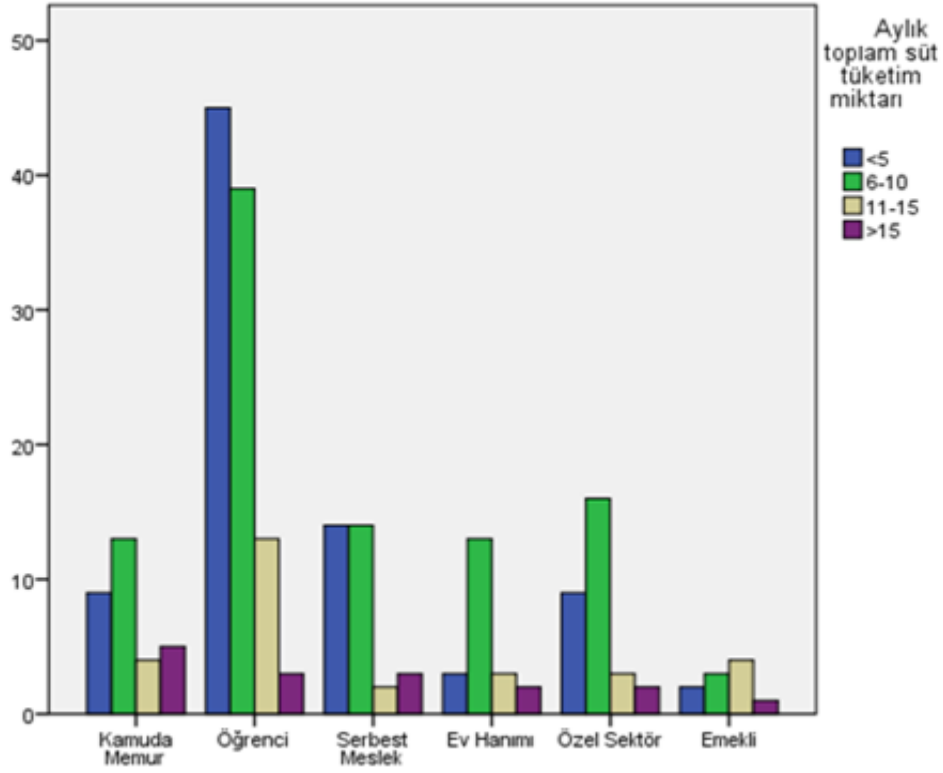
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Meslek Grupları	Gözlenen	Beklenen
Kamuda Memur	31	38,8
Öğrenci	106	38,8
Serbest Meslek	34	38,8
Ev Hanımı	22	38,8
Özel Sektör	30	38,8
Emekli	10	38,8
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	149,069**	

Meslek grupları ile aylık toplam süt tüketimleri arasındaki iliŖkinin önemli olup olmadığını belirlemek için yapılan bağımsızlık testi sonuçları Çizelge 11'de verilmiştir. Buna göre meslek gruplarına göre süt ve süt ürünleri tüketimleri arasındaki iliŖkinin önemli olmadığı görülmektedir.

Çizelge 11. Meslek Gruplarına Göre Aylık Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Sonucu

		Aylık toplam süt tüketim miktarı (Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Mesleği	Kamuda Memur	9	13	4	5	31
	ğrenci	45	39	13	3	100
	Serbest Meslek	14	14	2	3	33
	Ev Hanımı	3	13	3	2	21
	zel Sektör	9	16	3	2	30
	Emekli	2	3	4	1	10
	Toplam	82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		23,476				

Meslek gruplarına göre aylık toplam süt tüketim durumları Ŗekil 6'da göstermektedir. Ŗekil incelendiğinde en çok tüketim grubunun öğrenciler olduğu, en dŖk tüketimin ise emeklilerde olduğu görülmektedir. Diğer meslek gruplarında ise tüketim miktarı yaklaşık olarak benzer durumdadırlar.

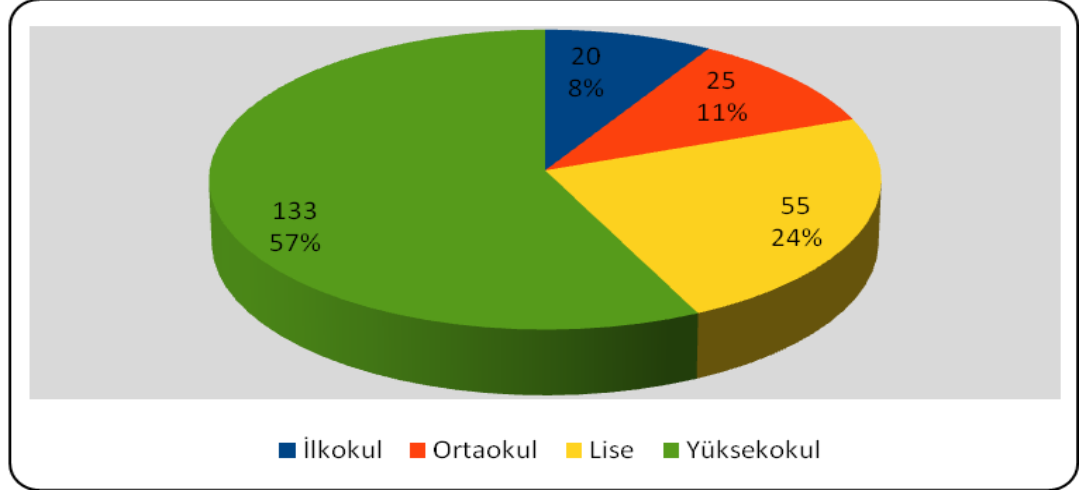


Şekil 6. Meslek Gruplarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

Yapılan çalışmada mesleği öğrenci olan kişilerin katılımının fazla olması bu sonucun ortaya çıkmasına sebep olmuş olabilir. Akbay ve Tiryaki (2007) ve Cop ve Türkoğlu (2008) yaptıkları çalışmada meslek gruplarının süt tüketiminde belirleyici olabileceğini belirtmişlerdir.

4.4. Eğitim Durumlarına Göre Dağılım

Ankete katılanların eğitim durumlarına göre değerlendirildiğinde şekil 7'de görüleceği gibi genel olarak yüksek okul mezunu olanların %57'lik oranla ankete katılanların yarısından fazlası olduğu görülmektedir. Bunu %24 lük oranla lise, %11'lik oranla ortaokul ve %8'lik oranla ilkokul mezunlarından oluşmaktadır. Rakamsal olarak sırasıyla bakıldığında ise yüksek okul mezunlarının 133 kişi olurken, lise mezunlarının 55, ortaokul mezunlarının 25 ve ilkokul mezunlarının 20 kişi olduğu görülmektedir.



Şekil 7. Katılımcıların Eğitim Durumları Grubuna Göre Dağılımları

Eğitim durum gruplarına göre katılımcılar arasında farklılığının önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 12'de verilmiştir. Ki kare değerinin 140,202 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların eğitimleri arasındaki farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir. Ankete katılanların önemli bir kısmının yüksek okul mezunlarından oluşması bu farklılığın artmasında etkili olmuş olabilir. Ayrıca yüksek okul mezunlarının konu ile ilgili olarak bilinç düzeylerinin daha iyi seviyede olması ve seçiciliklerinin yüksek olmasının da bunda ciddi olarak etkili olduğu söylenebilir.

Çizelge 12. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

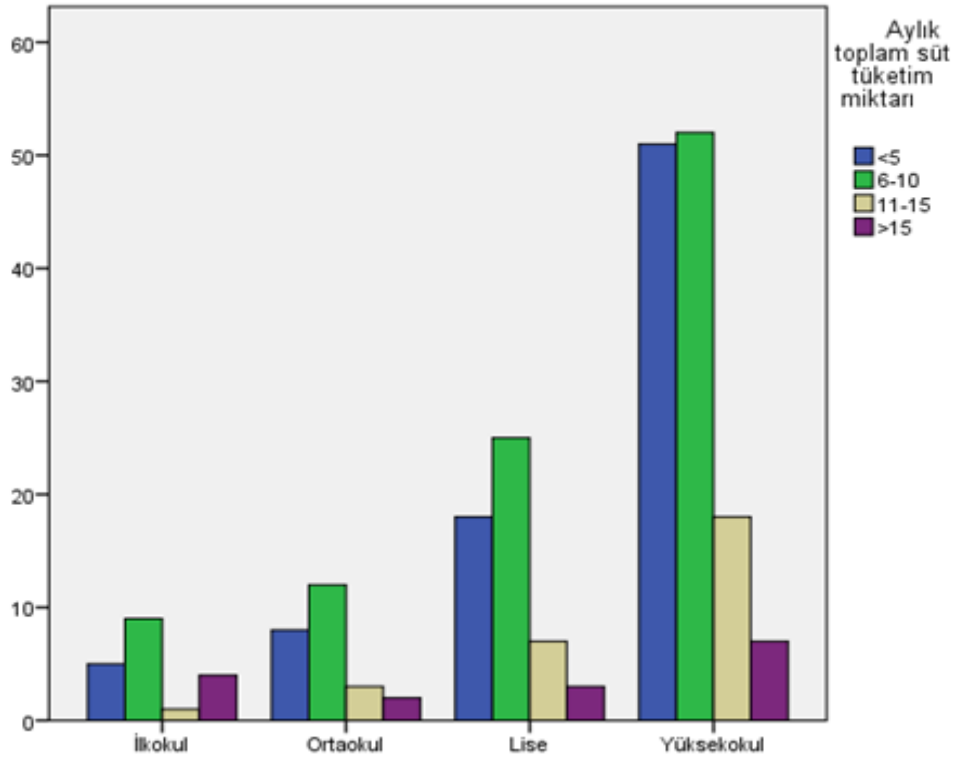
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Eğitim Durumları	Gözlenen	Beklenen
İlkokul	20	58,3
Ortaokul	25	58,3
Lise	55	58,3
Yüksekokul	133	58,3
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	140,202**	

Çalışmada süt ve süt ürünleri kullanan kişilerin eğitim durumları ile aylık toplam süt tüketimleri arasında ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi için yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları Çizelge 13'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde eğitim seviyesi ile süt tüketimi arasında ki ilişkinin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmüştür. Meslek gruplarına göre süt tüketimlerinin grafiksel gösterimi Şekil 8'de verilmiştir. Buna göre yüksek okul mezunlarının tüketimlerinin yüksek olduğu açıkça görülmektedir.

Çizelge 13. Eğitim Durumlarıyla Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Eğitim Durumu	İlkokul	5	9	1	4	19
	Ortaokul	8	12	3	2	25
	Lise	18	25	7	3	53
	Yüksekokul	51	52	18	7	128
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		8,631				

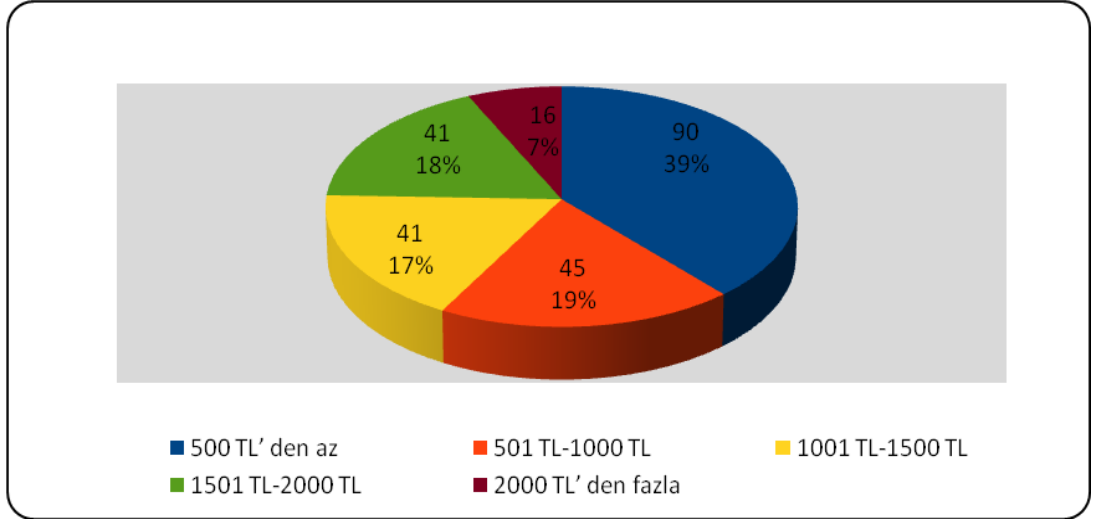
Eğitim seviyesi genel olarak kültürel seviyenin ve bilinç düzeyinin artışı sağlayabilmektedir. Süt ve süt ürünleri tüketimi konusunda da eğitim seviyesi etkili olmuştur. Klesges ve ark (1999), Akbay ve Tiryaki (2007), Uzunöz ve ark (2008) ve Karakaya ve Akbay (2013) yaptıkları çalışmalarda eğitim seviyesi arttıkça süt ve süt ürünleri tüketiminin arttığını belirtmişlerdir.



Şekil 8. Eğitim Durumlarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.5. Aylık Gelir Durumlarına Göre Dağılım

Ankete katılanların aylık gelir durumlarına göre dağılımları değerlendirildiğinde ankete katılan 233 kişinin Şekil 9' da görüleceği üzere aylık geliri 500 TL' den az olan 90 kişinin %39 bir paya sahip olduğu görülmektedir. Sayısal veriler sırasıyla 501TL-1000TL arası gelire sahip olan 45 kişi, 1001TL-1500TL arası gelire sahip olan 41 kişi, 1501TL-2000TL arası gelire sahip olan 41 kişi ve 2000TL' den fazla olan kişi sayısının 16 olduğu görülmektedir.



Şekil 9. Katılımcıların Aylık Gelir Durumuna Göre Dağılımları

Aylık gelir durum gruplarına göre katılımcılar arasında farklılığının önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare analiz sonuçları Çizelge 14'te verilmektedir. Buna göre ki kare homojenlik değerinin 61,914 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların aylık gelir grupları arasındaki farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

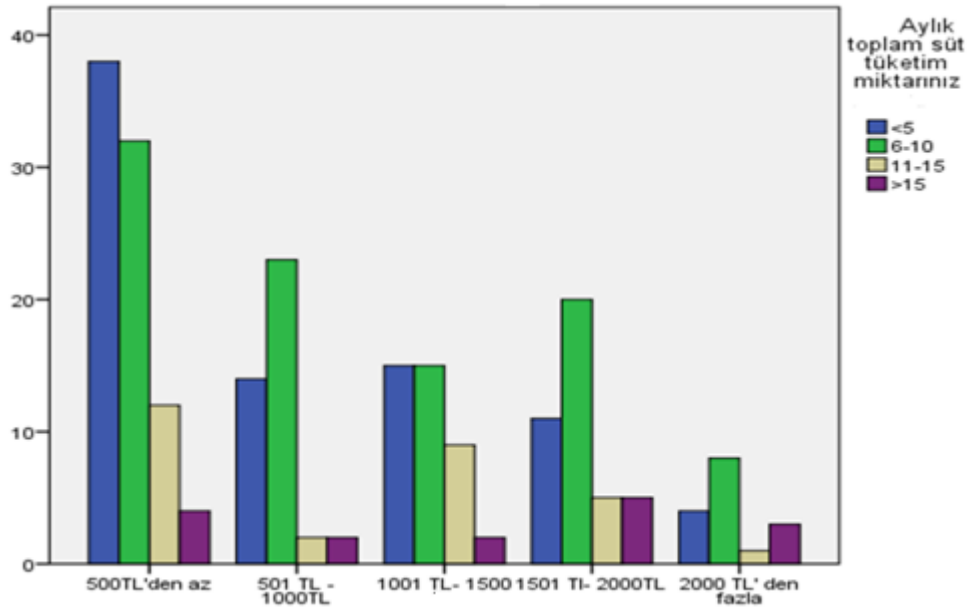
Çizelge 14. Katılımcıların Aylık Gelir Durumlarına Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Aylık Gelir Grubu	Gözlenen	Beklenen
500TL'den az	90	46,6
501TL-1000TL	45	46,6
1001TL-1500TL	41	46,6
1501TL-2000TL	41	46,6
2000TL' den fazla	16	46,6
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	61,914**	

Çalışmada süt ve süt ürünleri kullanan kişilerin aylık gelir durumları ile aylık toplam süt tüketimleri arasında ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi için yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları Çizelge 15'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde çalışmamıza göre aylık gelir durumu ile süt tüketimi arasında ki ilişkinin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmüştür. Aylık gelir gruplarına göre süt tüketimlerinin grafiksel gösterimi Şekil 10'da verilmiştir. Buna göre istatistiksel olarak önemli olmasa da geliri 500 TL'den az olan kişilerin süt tüketiminin 5 litreden az olduğu çıkarımı şekil 10'dan yapılabilmektedir. Hsu ve Liu (2000), Chinnici ve ark. (2002) ve Uzunöz ve ark. (2008) yapmış oldukları çalışmalarda gelir seviyesinin süt ve süt ürünleri tüketimini doğrudan etkilediğini belirtmişlerdir.

Çizelge 15. Aylık Gelir Durumlarıyla Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Sonucu

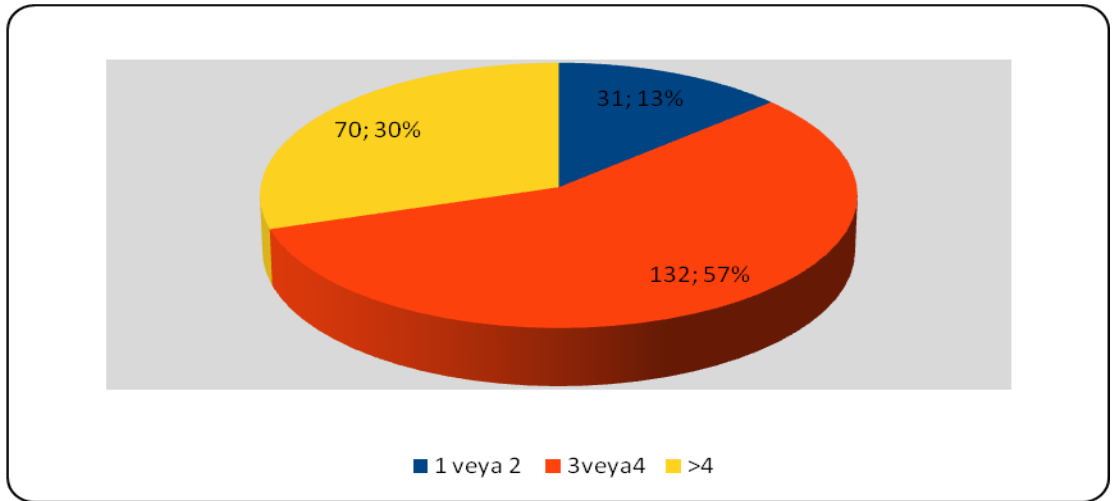
		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı (Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Aylık Geliri	500TL'den az	38	32	12	4	86
	501 TL - 1000TL	14	23	2	2	41
	1001 TL- 1500 TL	15	15	9	2	41
	1501 TL- 2000TL	11	20	5	5	41
	2000 TL' den fazla	4	8	1	3	16
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		17,369				



Şekil 10. Aylık Gelir Durumlarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.6.Ailedeki Birey Sayısına Göre Dağılım

Ankete katılanların ailedeki birey sayılarına göre dağılımları değerlendirildiğinde ankete katılan 233 kişinin Şekil 11' de görüleceği gibi % 57 oranla ailedeki birey sayısı 3-4 kişi olanların büyük en büyük paya sahip olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla %30'luk oranla ailedeki birey sayısının 4'ten fazla olduğu, %13'lük oranla da ailedeki birey sayısının 1-2 kişiden oluştuğu görülmektedir.



Şekil 11. Katılımcıların Ailedeki Birey Sayısı Durumuna Göre Dağılımları

Ailedeki birey sayısı durumu gruplarına göre katılımcılar arasında farklılığının önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 16'da verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 66,807 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların ailedeki birey sayıları arasındaki farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

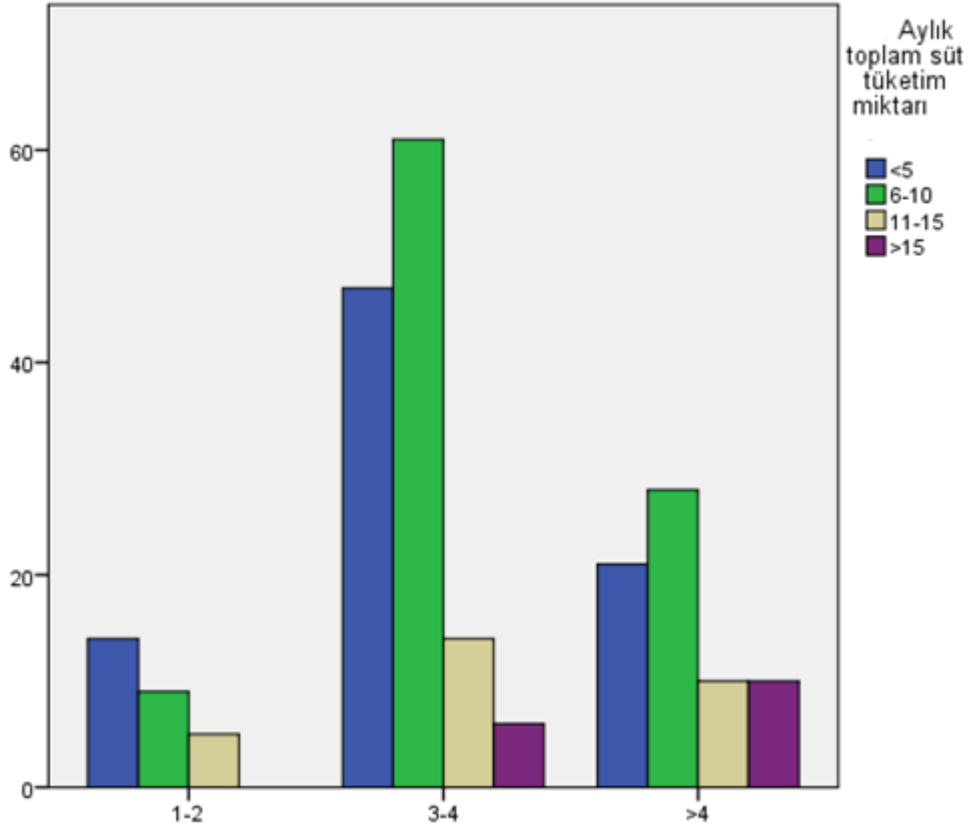
Çizelge 16. Katılımcıların Ailedeki Birey Sayısı Durumuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Ailedeki Birey Sayısı	Gözlenen	Beklenen
1-2	31	77,7
3-4	132	77,7
>4	70	77,7
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	66,807**	

Ailedeki birey sayısı ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasında ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve ailedeki birey sayısına göre süt tüketim miktarları Çizelge 17'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcılardan süt ve süt ürünleri kullanan kişilerin ailelerinde bulunan sayı ile aylık toplam süt tüketim miktar değişiminin istatistiksel olarak önemli olduğu görülmektedir. Süt ve süt ürünleri tüketen bu 225 kişinin aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 12'de verilmiştir. Şekil incelendiğinde ailedeki birey sayısı arttıkça süt tüketimin arttığı görülmektedir.

Çizelge 17. Ailedeki Birey Sayısına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

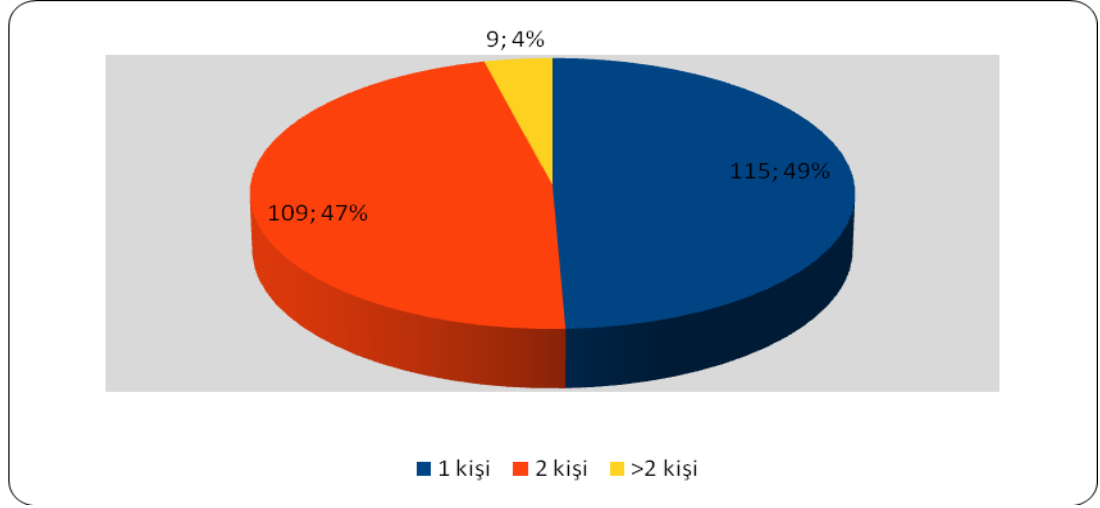
		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarını (Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Ailedeki Birey Sayısı	1-2	14	9	5	0	28
	3-4	47	61	14	6	128
	>4	21	28	10	10	69
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		12,958*				



Şekil 12 . Ailedeki Birey Sayısı Durumuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.7.Evde Çalışan Kişi Sayısı Durumlarına Göre Dağılımı

Ankete katılanların evde çalışan kişi sayısı durumlarına göre dağılımları değerlendirildiğinde şekil 13'de görüleceği gibi evde çalışan kişi sayısının 1 kişinin olduğu grubun tüm katılımcıların %49'luk oranıyla yaklaşık yarısına denk geldiği görülmektedir. Bunu %47'lik oranla ailede çalışan birey sayısının 2 kişi olduğu takip ederken, ailede 2'den fazla çalışan bireyin olduğu grubun %4'lük oranla çok az olduğu görülmektedir.



Şekil 13. Katılımcıların Evde Çalışan Kişi Sayıları Durumuna Göre Dağılımları

Ailedeki çalışan kişi sayısı durumu gruplarına göre katılımcılar arasında farklılığının önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 18' de verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 91,296 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların evde çalışan kişi sayıları arasındaki farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

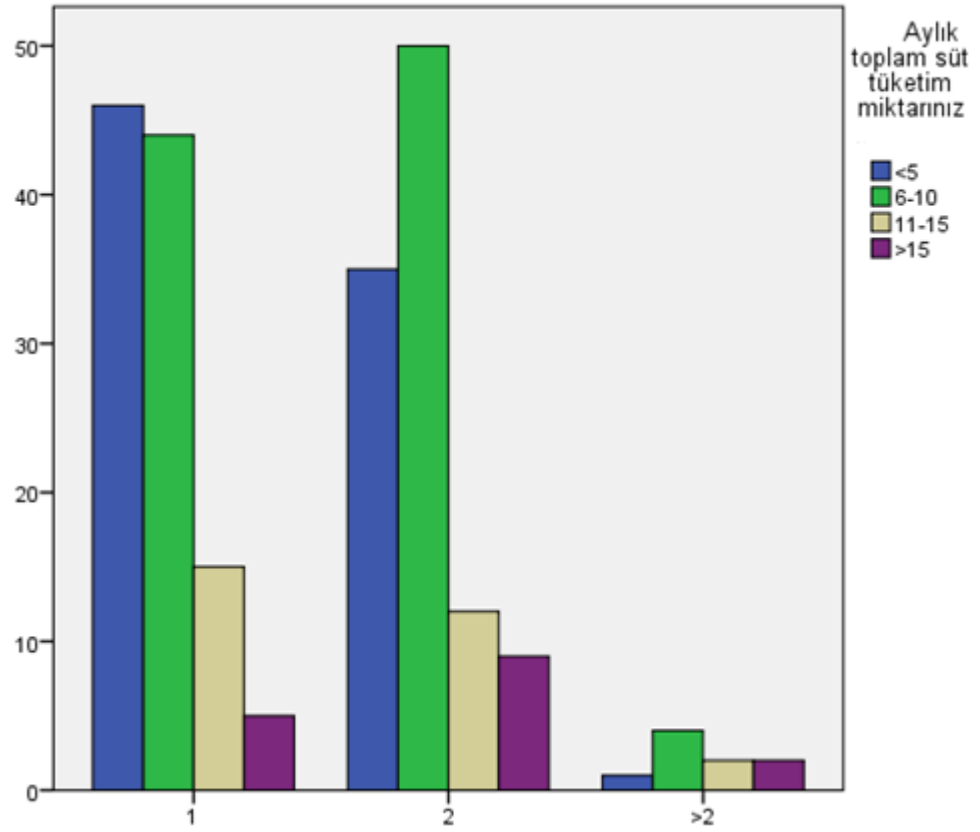
Çizelge 18. Katılımcıların Evde Çalışan Kişi Sayıları Durumuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Evde Çalışan Kişi	Gözlenen	Beklenen
1	115	77,7
2	109	77,7
>2	9	77,7
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	91,296**	

Evde çalışan kişi sayısı ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasında ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve evde çalışan kişi sayısına göre süt tüketim miktarları Çizelge 19'da verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcılardan süt ve süt ürünleri kullanan kişilerin evlerinde bulunan çalışan kişi sayı ile aylık toplam süt tüketim miktar değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir. Süt ve süt ürünleri tüketen bu 225 kişinin aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 14'de verilmiştir. Şekil incelendiğinde evdeki çalışan sayısı 1 ve 2 kişiyken süt tüketiminin yüksek olduğu fakat çalışan kişi sayısı 2'den fazla olduğunda aylık toplam süt tüketim miktarının düştüğü görülmüştür.

Çizelge 19. Evde Çalışan Kişi Sayısına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

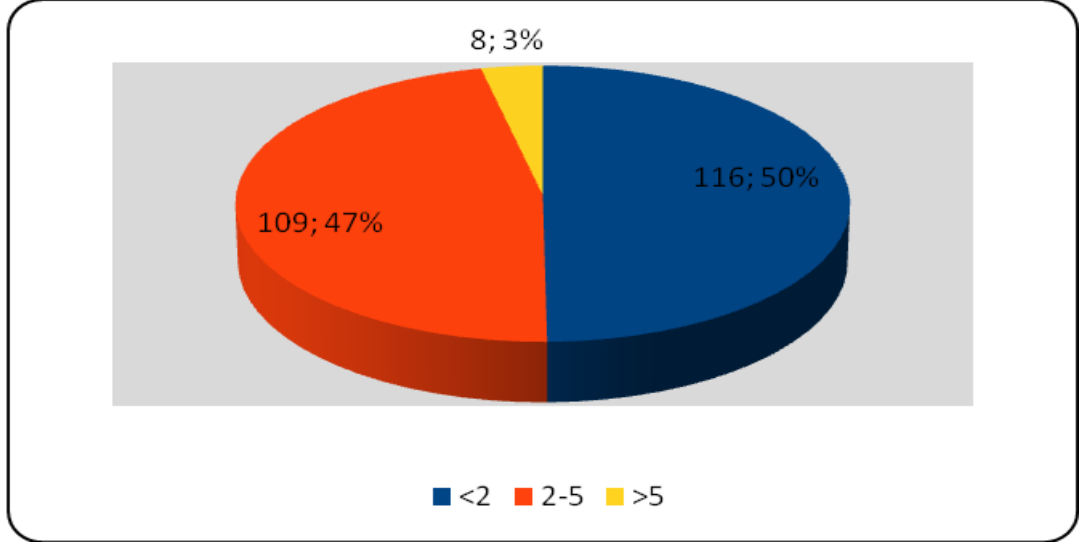
		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Evde Çalışan Kişi Sayısı	1	46	44	15	5	110
	2	35	50	12	9	106
	>2	1	4	2	2	9
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		8,487				



Şekil 14 . Evde Çalışan Kişi Sayısı Durumuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.8.Evde Bulunan Çocuk Sayısı Durumlarına Göre Dağılım

Ankete katılanların evde bulunan çocuk sayısına göre değerlendirildiğinde şekil 15'de evde bulunan çocuk sayısının <2 olduğu gurubun tüm katılımcıların %50'lik oranla yarısına denk geldiği görülecektir. Bunu %47'lik oranla evde bulunan çocuk sayısının 2-5 olduğu grup takip ederken, evde bulunan çocuk sayısının 5'den fazla olduğu grubun %3'lük oranla çok az olduğu görülmektedir.



Şekil 15. Katılımcıların Evde Bulunan Çocuk Sayısı Durumuna Göre Dağılımları

Evde bulunan çocuk sayısı durumu gruplarına göre katılımcılar arasında farklılığının önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 20'de verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 94,052 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların evde bulunan çocuk sayısı durumları arasındaki farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Evde bulunan çocuk sayısı ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasında ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve evde bulunan çocuk sayısına göre süt tüketim miktarları Çizelge 21'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcılardan süt ve süt ürünleri kullanan kişilerin evlerinde bulunan çocuk sayı ile aylık toplam süt tüketim miktar değişiminin istatistiksel olarak önemli olduğu görülmektedir.

Süt ve süt ürünleri tüketen 225 kişinin aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 16'da verilmiştir. Şekil incelendiğinde çalışmamızda evdeki çocuk sayısının <2 ve 2-5 olduğu gruplarda aylık toplam süt tüketiminin fazla olduğu >5 olduğu grupta ise az olduğu gözlenmiştir. Bununda katılımcılarımızdan evde bulunan çocuk sayısının >5 olan kısmının az olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Karakaya ve Akbay (2013) yaptıkları çalışmada ailedeki birey sayısının ve çalışan sayısının artmasının süt tüketimini olumlu yönde etkilediği belirtilmiştir. Yaptığımız çalışmada evde bulunan çocuk sayısının artmasının yani ailedeki birey sayısındaki artışın süt ve süt ürünleri tüketim miktarını artırdığı görülmüş, ancak birey başına

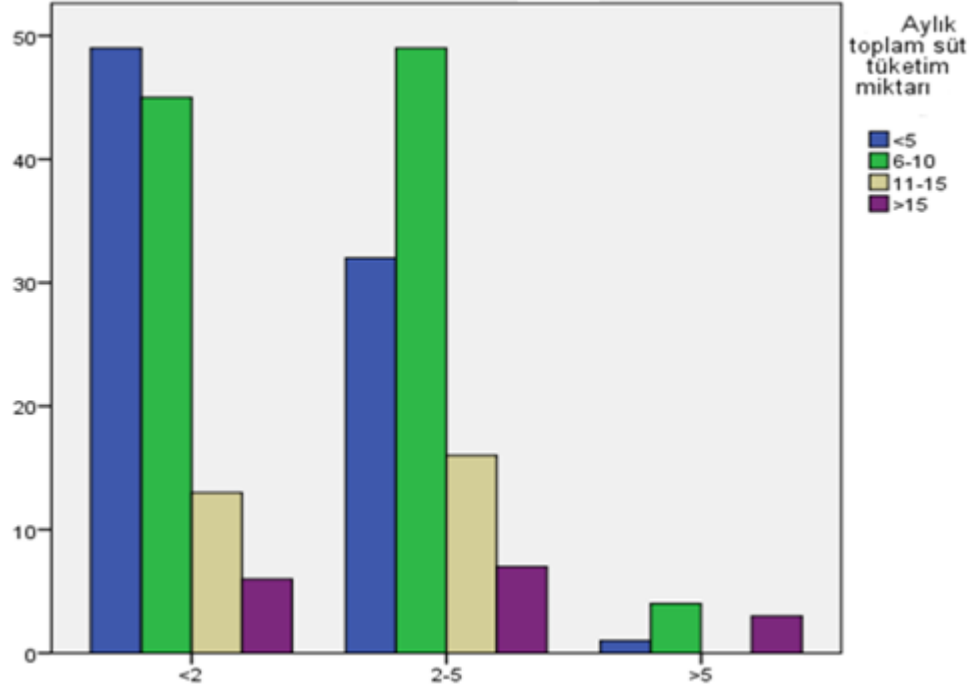
düşen süt miktarının azalması sorununa rastlanmıştır. Yapılan çalışmanın sonuçlarına göre diğer araştırmacıların bulguları ile benzerlik taşımaktadır. Ancak bölgesel tercihler ve farklılıkların olması doğal olarak kabul edilmelidir.

Çizelge 20. Katılımcıların Evde Bulunan Çocuk Sayısı Durumlarına Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Evde Bulunan Çocuk Sayısı	Gözlenen	Beklenen
<2	116	77,7
2-5	109	77,7
>5	8	77,7
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	94,052**	

Çizelge 21. Evde Bulunan Çocuk Sayısına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı(Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Evde Bulunan Çocuk Sayısı	<2	49	45	13	6	113
	2-5	32	49	16	7	104
	>5	1	4	0	3	8
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		17,030**				

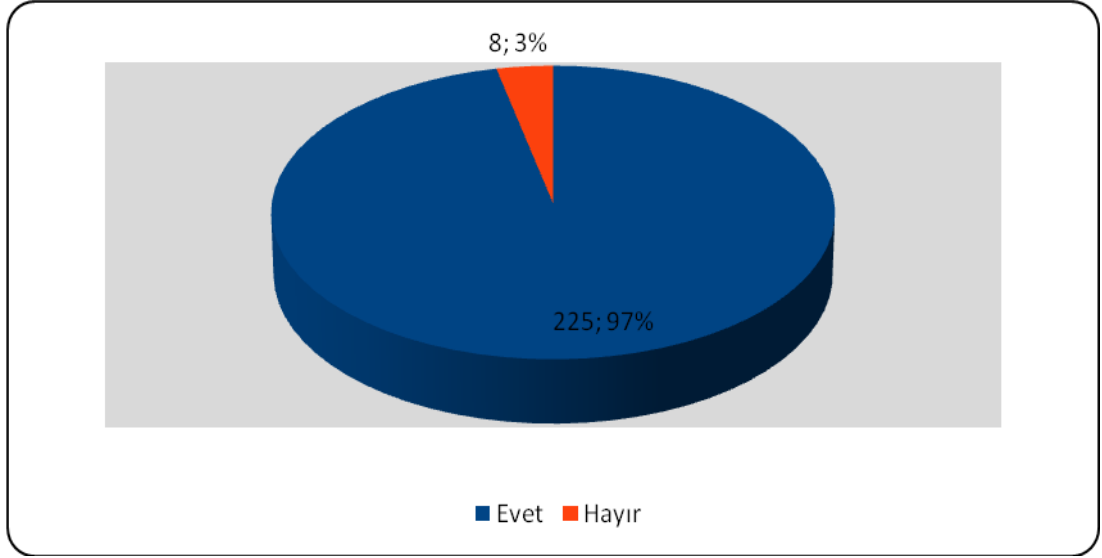


Şekil 16 . Evde Bulunan Çocuk Sayısı Durumuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.9.Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Durumlarına Göre Dağılımı

Süt ve süt ürünleri tüketim durumlarına göre değerlendirildiğinde şekil 17' de katılımcıların tamamına yakınının süt ve süt ürünleri tükettiği görülmektedir. Buna karşın katılımcıların %3'lük kısmı ise süt ve süt ürünleri tüketmemektedir.

Süt ve süt ürünleri tüketim durumları gruplarına göre katılımcılar arasında farklılığının önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare uygunluk analiz sonuçları Çizelge 22'de verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 202,099 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların süt ve süt ürünleri tüketip tüketmeme konusunda ki farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.



Şekil 17. Katılımcıların Süt ve Süt ürünleri Tüketim Durumuna Göre Dağılımları

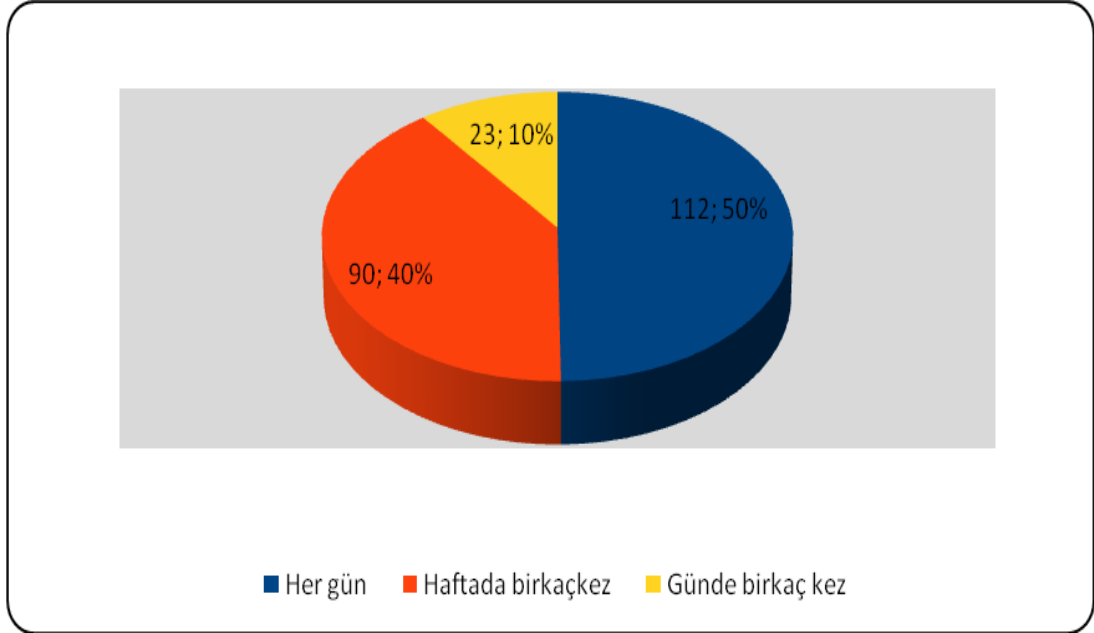
Durmaz ve ark. (2002), Akbay ve Tiryaki (2007) ve Şimşek ve Açıköz (2011) yaptıkları çalışmalarda süt ve süt ürünleri kullanımının tüketicilerin isteklerinin karşılanıp karşılanmadığına göre değiştiğini tespit etmişlerdir. Talep ne ölçüde karşılanıyorsa tüketim buna göre artmış ancak karşılanmadığında ise azalmıştır. Yaptığımız çalışmada benzer sonuçların elde edilmiş olması piyasayı önemli ölçüde tüketicilerin belirlediğini göstermesi açısından önemlidir.

Çizelge 22. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Durumuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Durumu	Gözlenen	Beklenen
Evet	225	116,5
Hayır	8	116,5
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	202,099**	

4.10.Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Sıklığı Durumlarına Göre Dağılım

Ankete katılanların süt ve süt ürünleri tüketim sıklığına göre değerlendirildiğinde Şekil 18'de incelendiğinde her gün süt ve süt ürünleri tüketen kişilerin %50'lik orana sahipken, %40'lık grubun haftada bir kaç kez kullandığı ve günde bir kaç kez kullananların %10'luk paya sahip olduğu görülmektedir.



Şekil 18. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Sıklığı Durumuna Göre Dağılımları

Süt ve süt ürünleri tüketim sıklığı durumları gruplarına göre katılımcılar arasında farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 23'de verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 57,307 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların süt ve süt ürünleri tüketenlerin tüketim sıklığı konusunda farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 23. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Sıklığı Durumuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

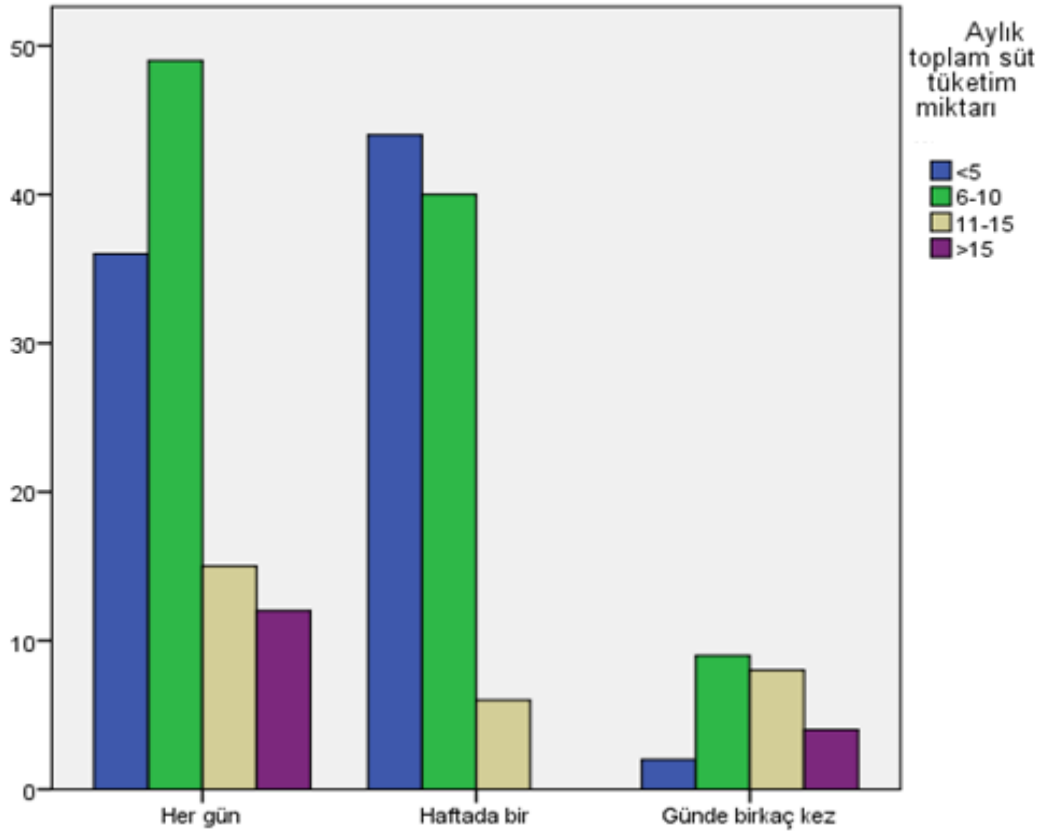
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Sıklığı	Gözlenen	Beklenen
Her gün	112	75,0
Haftada birkaç kez	90	75,0
Günde bir kaç kez	23	75,0
Toplam	225	225,0
χ^2 Değeri	57,307**	

Süt ve süt ürünleri sıklığı ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasında ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların tüketim sıklık miktarları Çizelge 24'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcılardan süt ve süt ürünleri kullanan kişilerin tüketim sıklıkları ile aylık toplam süt tüketim miktar değişiminin istatistiksel olarak önemli olduğu görülmektedir. Süt ve süt ürünleri tüketen 225 kişinin aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 19'da verilmiştir. Şekil incelendiğinde günde birkaç kez tüketenlerin toplam aylık tüketimde haftada bir ve her gün kullananların gerisinde olduğunu görüyoruz. Burada haftada bir ve her gün seçeneğini seçenlerin tüketimleri sıklık olarak günde bir kaç kez kullananların gerisinde kalsa da miktar olarak önünde olduğunu çıkarabiliriz.

Nahcivan (2006) günlük süt tüketimlerinin yeterlilikleri üzerine yaptığı çalışmada süt içme sıklığını eve alınan sütün zamanın belirlediğini tespit etmiştir. Eve sık süt ve süt ürünleri alındığında daha fazla tüketimin olduğunu belirtmiştir. Önsüz ve ark (2012) yaptıkları çalışmada öğrencilerin ancak %10.1'inin her gün düzenli süt tükettiklerini geri kalanın ise düzensiz bir şekilde süt ve süt ürünleri tükettiklerini tespit etmişlerdir. Yaptığımız çalışmada ise katılımcıların yarısının her gün süt ve süt ürünleri tükettikleri görülmüştür. Bu açıdan Kırşehir ilinin bu konuda iyi olduğunu ve önem verdiğini göstermektedir.

Çizelge 24. Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Sıklığına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki-kare Analiz Sonucu

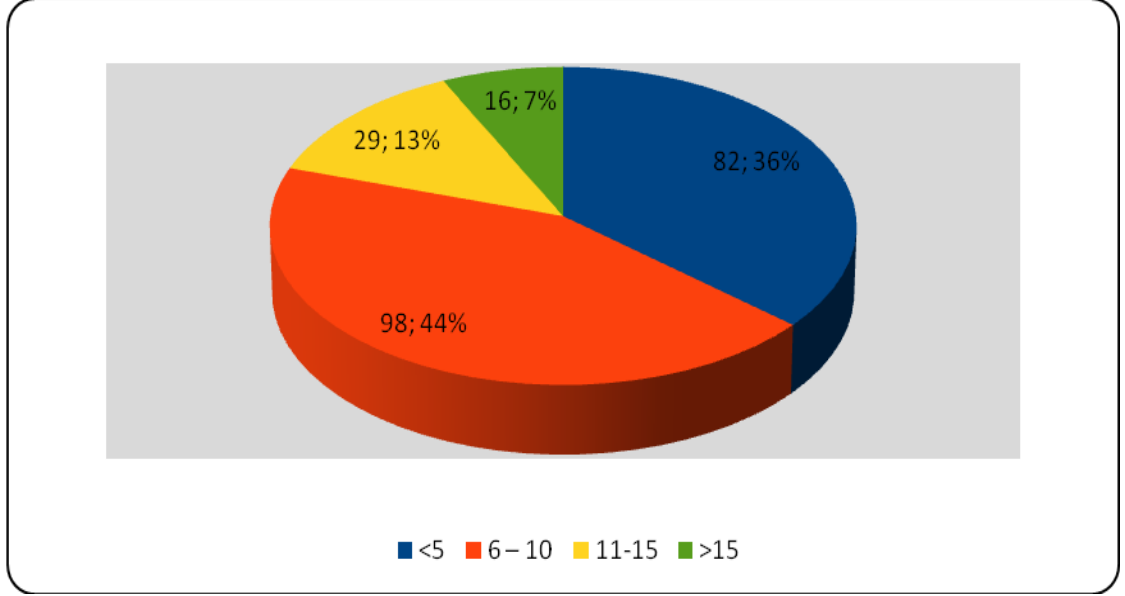
		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı(Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Süt ve Süt Ürünlerini Ne Sıklıkla Tüketiyor	Her gün	36	49	15	12	112
	Haftada bir	44	40	6	0	90
	Günde birkaç kez	2	9	8	4	23
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		32,515**				



Şekil 19. Tüketim Sıklığı Durumuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.11.Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı Durumlarına Göre Dağılım

Katılımcılardan süt tüketenlerin aylık süt miktarı grubuna göre dağılımları değerlendirildiğinde ; aylık 6-10 litre arası tüketimde bulunanların %44'lük oranla en büyük orana sahip oldukları Şekil 20'de görülmektedir. Bunu sırasıyla 5 litre tüketim %36'lık oranla, 11-15 litre tüketim %13'lük oranla ve >15 litre tüketimde bulunanların %7'lik oranla son sırada buldukları görülmektedir.



Şekil 20. Katılımcıların Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı Durumlarına Göre Dağılımları

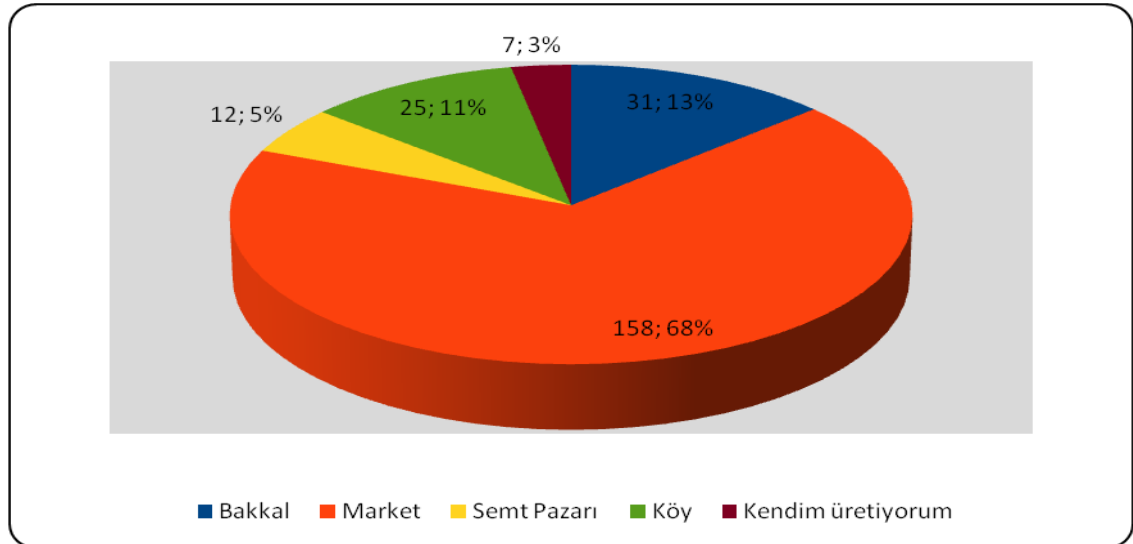
Süt tüketenlerden aylık süt tüketim miktarı durumları gruplarına göre katılımcılar arasındaki farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 25'de verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 84,778 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılan süt tüketenlerin aylık süt tüketim miktarı konusundaki farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir. Süt ve süt ürünlerindeki tüketimin azlığı yada çokluğu eve bu ürünlerin gelme sıklığı ile doğru orantılıdır. Savran ve ark (2011) yaptıkları çalışmada süt ve süt ürünlerinin alınma sıklığının pek çok faktöre göre değişim gösterdiğini belirtmişlerdir. Yaptığımız çalışmada eve alınma sıklıklarının eğitim seviyesi ve gelir seviyesi ile yüksek oranda ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Buna göre eve ne kadar ürün alınıyorsa o oranda da tüketim konusunda teşvik edilmiş olmaktadır.

Çizelge 25. Katılımcıların Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı Durumuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Süt Tüketim Miktarı	Gözlenen	Beklenen
<5	82	56,3
6-10	98	56,3
11-15	29	56,3
>15	16	56,3
Toplam	225	225,0
χ^2 Değeri	84,778**	

4.12.Sütü Nereden Aldıklarına Göre Dağılım

Katılımcıların sütü nereden satın aldıklarına göre değerlendirildiğinde şekil 21'de görüleceği gibi katılımcıların %68'lik kısmının marketleri tercih ettiği, bunu sırasıyla oransal olarak %13'lük kısım bakkal, %11'lik kısım Köy, %5'lik kısım semt pazarları olurken %3'lük kısım ise kendisi üretmektedir.



Şekil 21. Katılımcıların Sütü Satın Alma Yerlerine Göre Dağılımları

Katılımcıların sütü nereden satın aldıklarına göre katılımcılar arasında farklılığının önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 26'da verilmektedir. Buna göre ki kare değerinin 340,884 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların sütü satın aldıkları yer konusunda farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 26. Katılımcıların Sütü Satın Alma Yerlerine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Sütü Satın Alma Yeri	Gözlenen	Beklenen
Bakkal	31	46,6
Market	158	46,6
Semt Pazarı	12	46,6
Köy	25	46,6
Kendim Üretiyorum	7	46,6
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	340,884**	

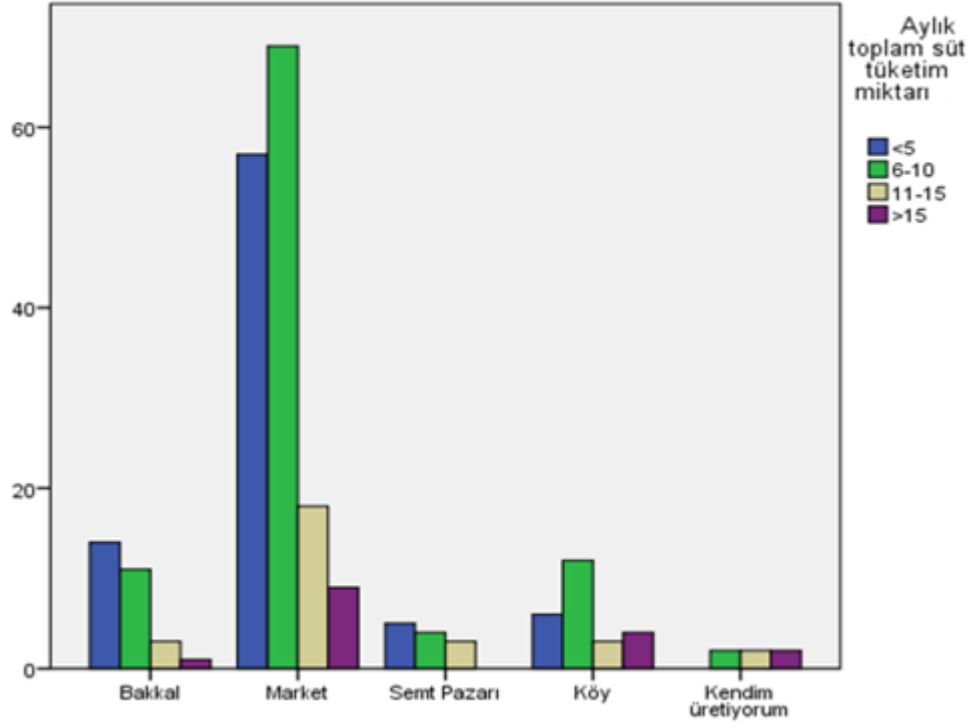
Sütü nereden aldığı ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasında ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların nereden satın aldıkları Çizelge 27'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcılardan süt ve süt ürünleri kullanan kişilerin sütü nereden satın aldıkları yerlere göre değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir. Gene aynı çizelgeden katılımcıların büyük bir çoğunluğunun süt satın alma yeri olarak marketleri seçtiği görülmektedir. Katılımcıların sütü satın alma ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 22'de verilmiştir.

Sütün alım yeri üreticinin kalite algısı ile doğrudan ilişkilidir. Yapılan bu çalışmada tüketiciler süt ve süt ürünlerinin %68'ini marketlerden almayı tercih etmektedirler. Güncel Gıda Araştırma Platformunun yaptığı benzer çalışmada da sütün marketlerden alınma oranının %68 olarak bulunması çalışmamızı desteklemektedir. Dilber ve ark (2012) yaptıkları çalışmada tüketicilerin sağlık

açısından ambalajlı ürünleri tercih ettiklerini belirtirken, Çelik ve ark (2005) yaptıkları çalışmada bu oranı %60 olarak belirlemişlerdir. Cevger ve ark (2008) öğrenciler üzerinde yaptıkları çalışmada bu oranı %95.1 gibi yüksek bir oran bulmuşlardır. Buna göre ambalajlı ürünün aynı zamanda sağlıklı ürün olduğu yönünde bir algının oluştuğu görülmektedir.

Çizelge 27. Sütü Nereden Aldığı Durumuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

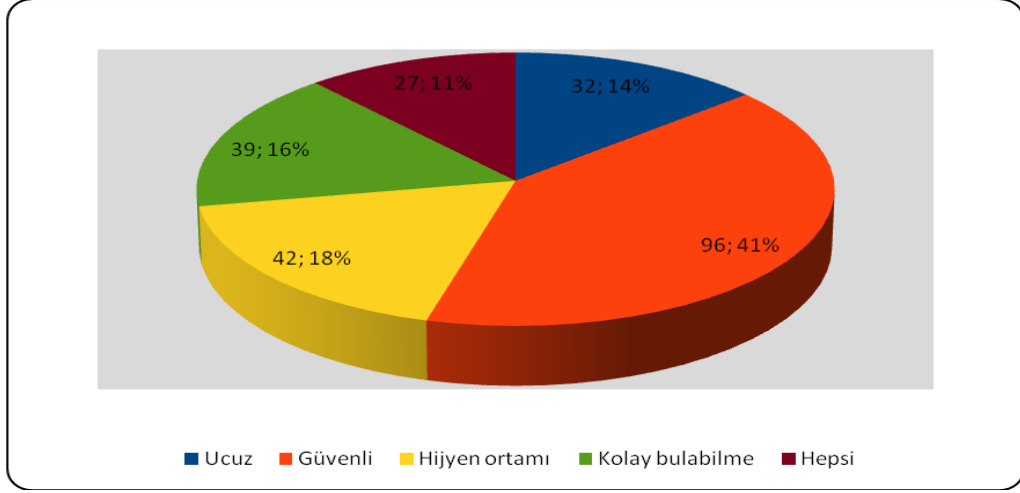
		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı(Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Sütü Satın Aldığı Yer	Bakkal	14	11	3	1	29
	Market	57	69	18	9	153
	Semt Pazarı	5	4	3	0	12
	Köy	6	12	3	4	25
	Kendim üretiyorum	0	2	2	2	6
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		19,247				



Şekil 22 . Sütü Nereden Aldığı Durumuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.13.Sütü Satın Aldıkları Yeri Tercih Etme Sebebine Göre Dağılım

Katılımcıların sütü satın aldıkları yeri tercih etme sebeplerine göre değerlendirildiğinde şekil 23'de görüleceği gibi katılımcıların %41'lik kısmının güvenli bulunduğunu söylerken, %18'lik kısmın hijyen ortamı sebebiyle tercih ettiği, %16'lık kısmın kolay bulabildiğinden dolayı tercih ettiğini, %14'lük kısmın ucuz olduğu için tercih ettiğini ve %11'lik kısmın hepsi seçeneğini işaretlediğini görmekteyiz.



Şekil 23. Katılımcıların Sütü Satın Aldıkları Yeri Tercih Etme Sebeplerine Göre Dağılımları

Katılımcıların sütü satın aldıkları yer tercih etmeleri bakımından katılımcılar arasındaki farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 28'de verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 60,712 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların sütü satın aldıkları yeri tercih etme konusunda farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

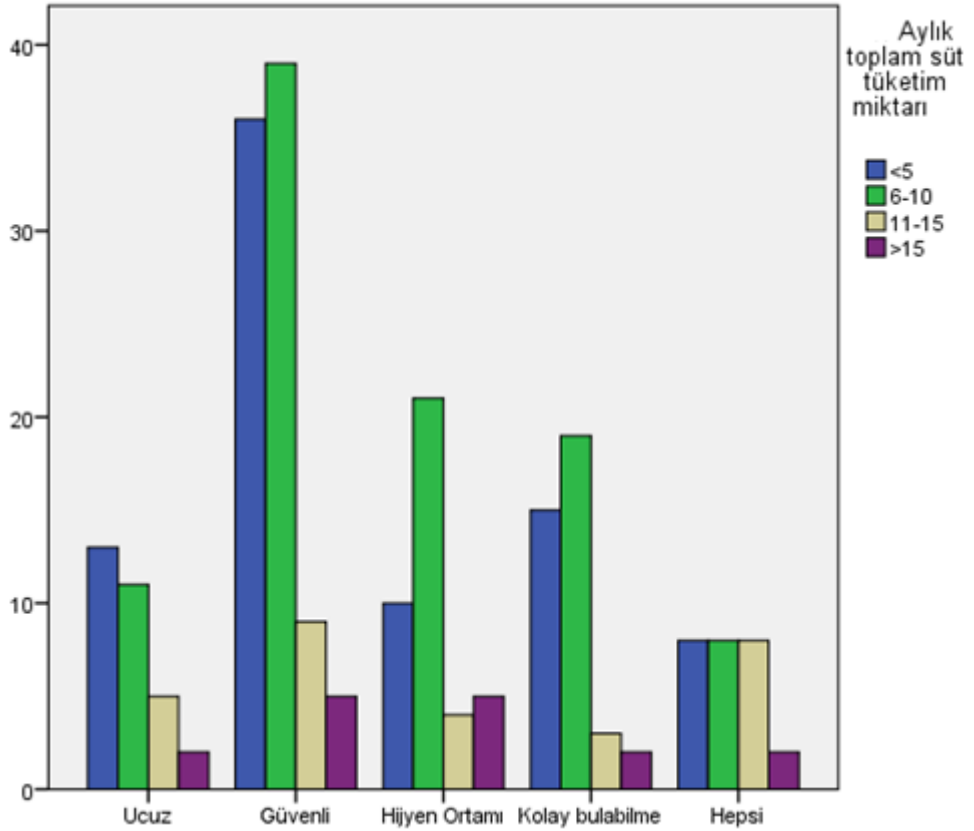
Çizelge 28. Katılımcıların Sütü Satın Aldıkları Yeri Tercih Etme Sebeplerine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Satın Aldıkları Yeri Tercih Etme Sebebi	Gözlenen	Beklenen
Ucuz	32	46,6
Güvenli	93	46,6
Hiyjen Ortamı	42	46,6
Kolay Bulabilme	39	46,6
Hepsi	27	46,6
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	60,712**	

Sütü satın aldığı yeri tercih etme sebebi ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların sütü satın aldığı yeri tercih sebepleri Çizelge 29'da verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcılardan süt ve süt ürünleri kullanan kişilerin sütü satın aldıkları yeri tercih sebeplerine göre değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir. Gene aynı çizelgeden katılımcıların büyük bir çoğunluğunun satın aldıkları yeri tercih sebeplerinde hemen hemen her tüketim grubunda güvenli ve hijyen ortamının öne çıktığı görülmektedir. Katılımcıların sütü satın alma yeri tercih sebepleri ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 24'de verilmiştir.

Çizelge 29. Sütü Satın Aldığı Yeri Tercih Etme Sebebine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

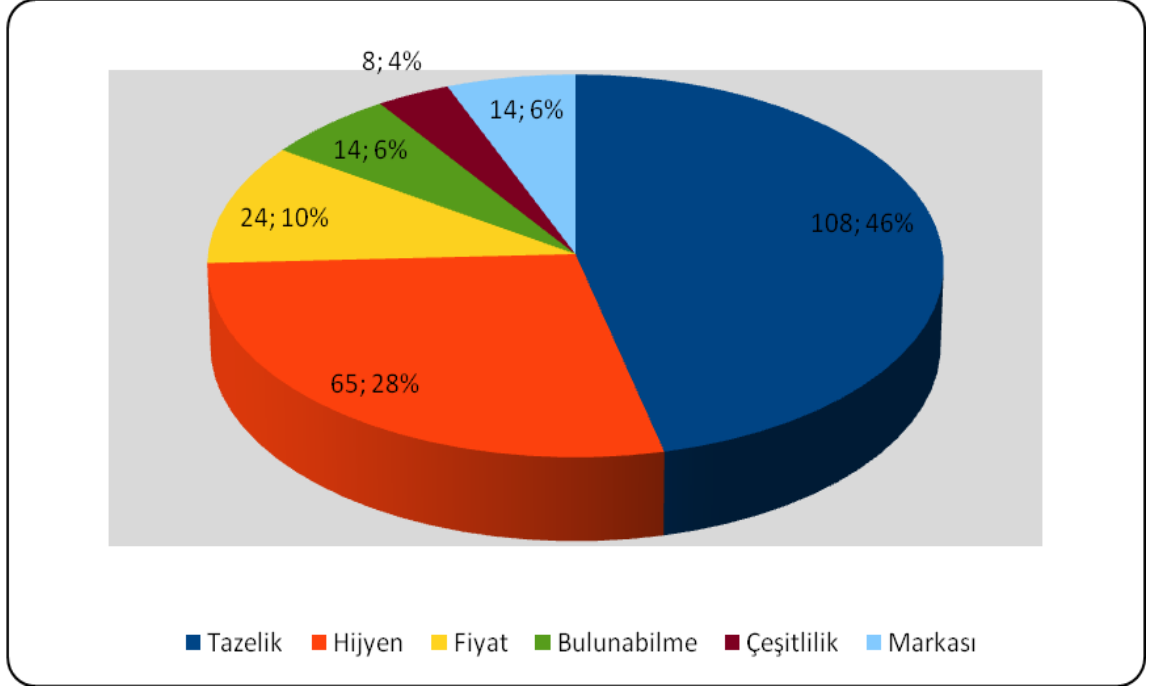
		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı(Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Sütü Satın Alma Yerini Tercih Nedeni	Ucuz	13	11	5	2	31
	Güvenli	36	39	9	5	89
	Hijyen Ortamı	10	21	4	5	40
	Kolay bulabilme	15	19	3	2	39
	Hepsi	8	8	8	2	26
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		15,243				



Şekil 24 . Sütü Satın Aldığı Yeri Tercih Sebebine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.14.Süt ve Süt Ürünleri Alırken Dikkat Ettikleri Unsurlara Göre Dağılım

Katılımcıların süt ve süt ürünleri alırken dikkat ettikleri unsurlar değerlendirildiğinde şekil 25'de görüleceği gibi katılımcıların %46'lık bir oranla yarıya yakınına tazelik derken sırasıyla bunu oransal olarak, %28'lik oranla Hijyen, %10'luk oranla fiyat, %6'lık oranla bulabilme ve marka tercihleri bulunurlarken %4'lük oranla çeşitlilik gelmektedir.



Şekil 25. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Alırken Dikkat Ettikleri Unsurlara Göre Dağılımları

Katılımcıların süt ve süt ürünleri alırken dikkat ettikleri unsur bakımından katılımcılar arasında farklılığının önemlilik derecesinin test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 30'da verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 202,734 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların süt ve süt ürünleri alırken dikkat ettikleri unsur bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Süt ve süt ürünleri alırken dikkat ettikleri unsurlar ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların sütü satın aldığı yeri tercih sebepleri Çizelge 31'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcılardan süt ve süt ürünleri kullanan kişilerin sütü satın aldıkları yeri tercih sebeplerine göre değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir. Gene aynı çizelgeden katılımcıların büyük bir çoğunluğunun satın aldıkları yeri tercih sebeplerinde hemen hemen her tüketim grubunda güvenli ve hijyen ortamının öne çıktığı görülmektedir. Katılımcıların sütü satın alma yeri tercih sebepleri ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 26'da verilmiştir.

Çizelge 30. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Alırken Dikkat Ettikleri Unsurlara Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

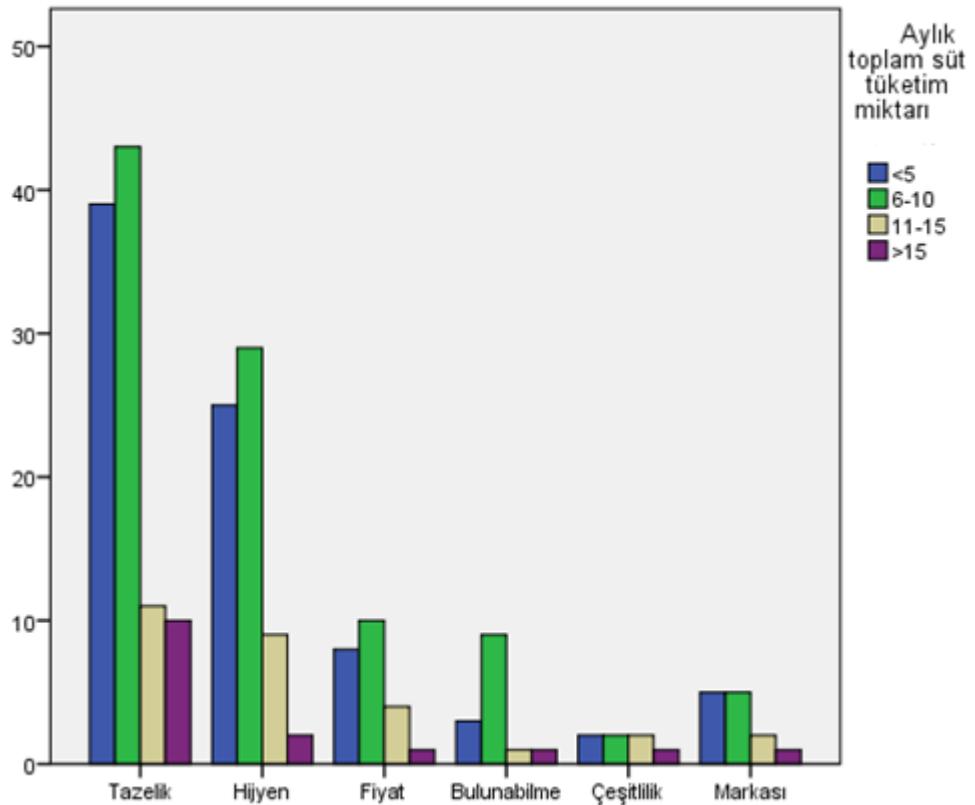
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Dikkat Edilen Unsurlar	Gözlenen	Beklenen
Tazelik	108	38,8
Hijyen	65	38,8
Fiyat	24	38,8
Bulabilme	14	38,8
Çeşitlilik	8	38,8
Markası	14	38,8
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	202,734**	

Yapılan çalışmaların önemli bir kısmında süt ve süt ürünleri tercihinde ilk konunun hijyen ve güvenilirlik olduğu görülmektedir. Bunun en iyi sağlanacağı yerlerin marketler olduğu yönünde bir algı vardır. Sütün alım yeri üreticinin kalite algısı ile doğrudan ilişkilidir. Yapılan bu çalışmada tüketiciler süt ve süt ürünlerinin %68'ini marketlerden almayı tercih etmektedirler. %46'sı ürünlerin taze olmasına ve %28'inin ise hijyenik olmasına dikkat etmektedir. Buna göre tüketicilerin temel görüşü taze ve temiz gıda ürünlerinin olmasıdır.

Güncel Gıda Araştırma Platformunun yaptığı çalışmada sütün marketlerden alınma tercihinin başında taze olması ve hijyenik olması isteği yer almıştır. Benzer şekilde Dilber ve ark (2012) yaptıkları çalışmada da tüketicilerin ambalajlı ürünlerin daha sağlıklı olacağına inanmaktadırlar. Yaptığımız çalışmanın sonuçları ile araştırmacıların bulguları benzerlik göstermektedir.

Çizelge 31. Sütü Satın Aldığı Yeri Tercih Etme Sebebine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

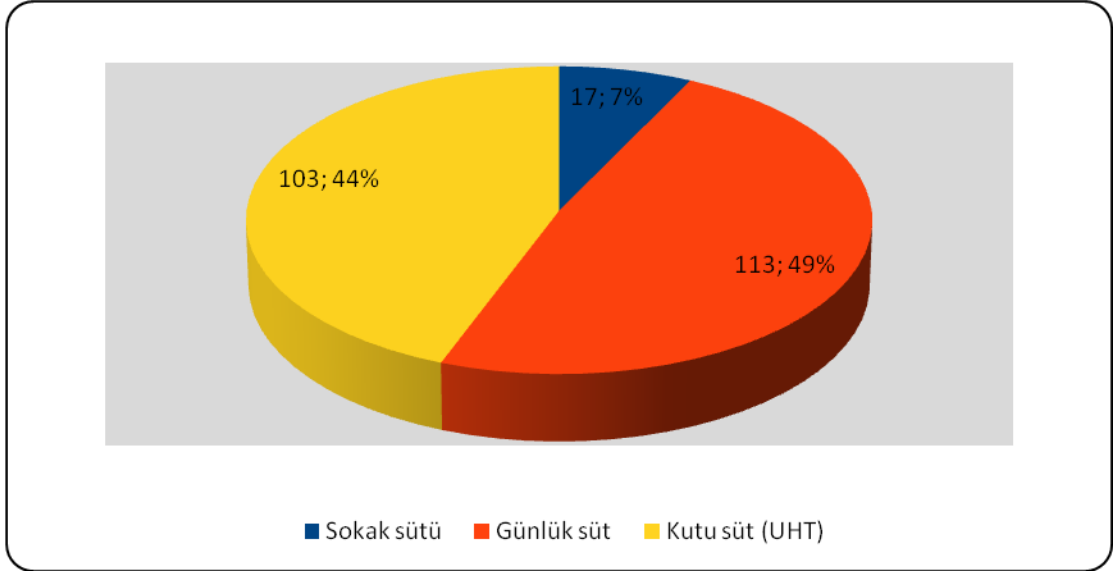
		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Süt ve Süt Ürünleri Alırken Dikkat Edilen Unsurlar	Tazelik	39	43	11	10	103
	Hijyen	25	29	9	2	65
	Fiyat	8	10	4	1	23
	Bulunabilme	3	9	1	1	14
	Çeşitlilik	2	2	2	1	7
	Markası	5	5	2	1	13
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		8,840				



Şekil 26 . Sütü Satın Aldığı Yeri Tercih Sebebine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.15.Satın Almayı Tercih Ettikleri Süt Grubuna Göre Dağılım

Katılımcıların satın almayı tercih ettikleri süt grubuna göre dağılım şekil 27'de görüleceği gibi katılımcıların büyük bir çoğunluğu %49'luk oranla günlük süt ve %44'lük oranla kutu süt (UHT) tercih ederken % 7'lik orana sahip katılımcının da sokak sütünü tercih ettiği görülmektedir.



Şekil 27. Katılımcıların Satın Almayı Tercih Ettikleri Süt Grubuna Göre Dağılımları

Satın almayı tercih ettikleri süt bakımından katılımcılar arasında farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 32'de verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 71,725 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların satın alınmayı istedikleri süt bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların satın almayı tercih ettikleri süt grupları ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların satın almayı tercih ettikleri süt grupları Çizelge 33'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcılardan süt ve süt ürünleri kullanan kişilerin satın almayı tercih ettikleri süt tercihlerine göre değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir. Gene aynı çizelgeden hemen hemen her tüketim grubunda UHT ve günlük süt tercihlerinin daha fazla olduğu görülmektedir. Katılımcıların satın almayı tercih ettikleri süt grubu ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 28'de verilmiştir.

Çizelge 32. Katılımcıların Satın Almayı Tercih Ettikleri Süt Grubuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Tercih Edilen Süt	Gözlenen	Beklenen
Sokak Sütü	17	77,7
Günlük Süt	113	77,7
Kutu Süt (UHT)	103	77,7
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	71,725	

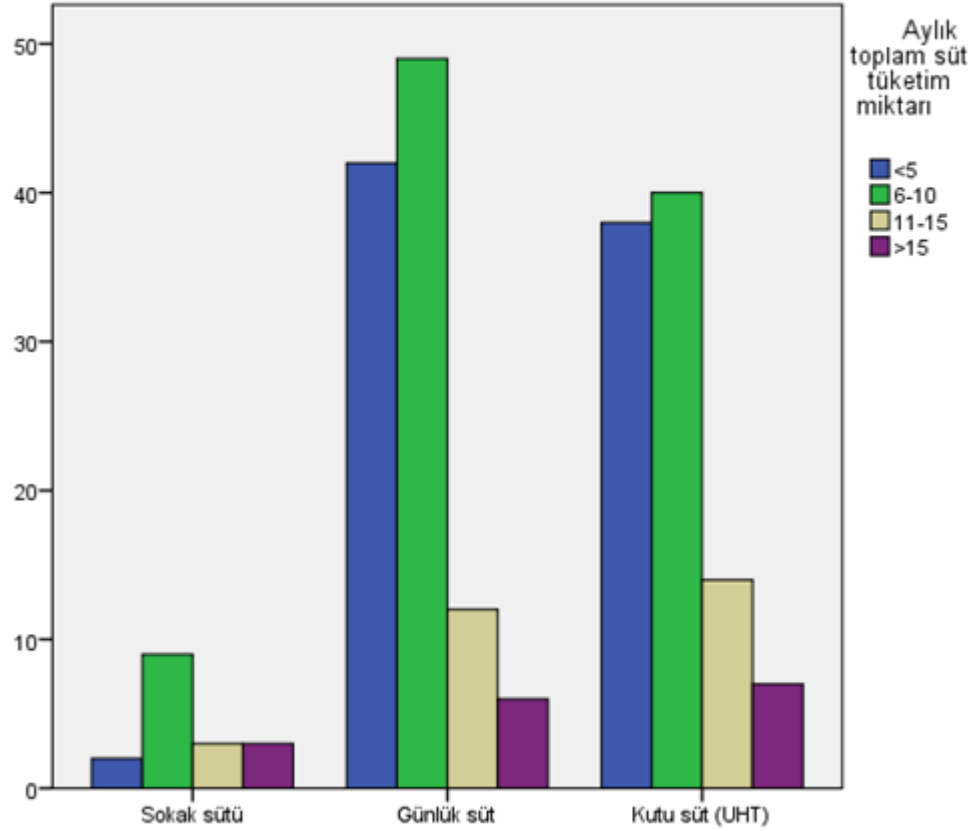
Sütütemiz ve ark (2009) yaptıkları çalışmada tüketicilerin sokak sütlerini tercih etmediklerinin bunun nedeninin ise temizlik algısının olduğunu belirtmişlerdir.

Çizelge 33. Katılımcıların Satın Almayı Tercih Ettikleri Süt Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı(Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Ne Tür Süt Satın Almayı Tercih Ediyor	Sokak sütü	2	9	3	3	17
	Günlük süt	42	49	12	6	109
	Kutu süt (UHT)	38	40	14	7	99
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		7,460				

Yaptığımız çalışmada sokakta satılan sütlerden alım oranının %7'de kalması Kırşehir il genelinde sokak sütlerinin benzer düşüncelerle tercih edilmediğini göstermektedir. Bu algının doğru yada yanlış olduğu konusunda tartışmalar

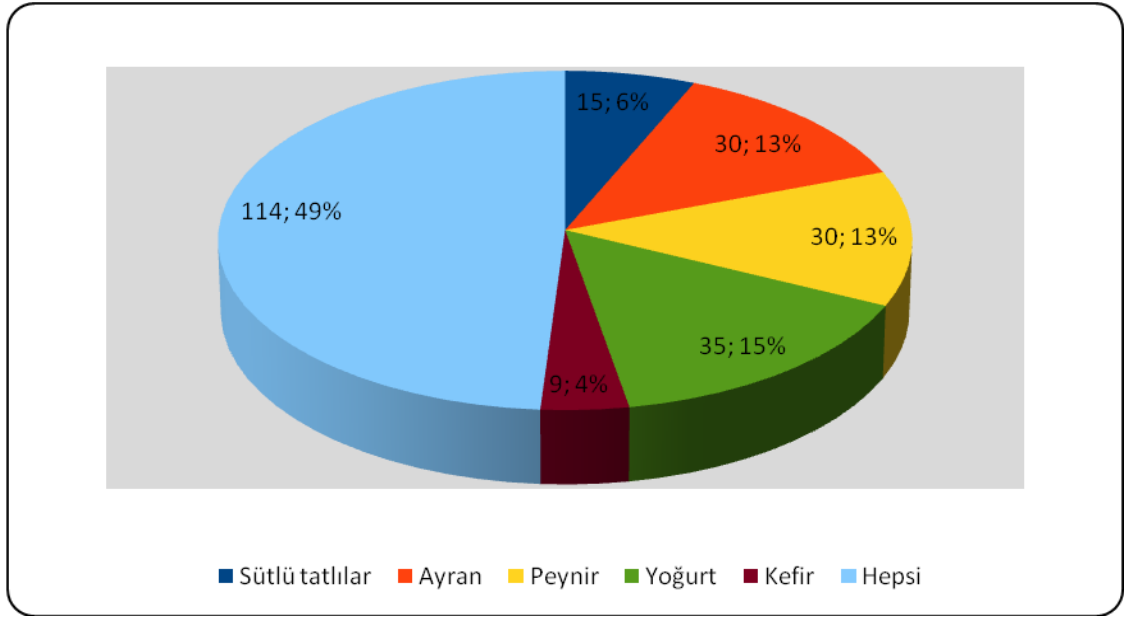
yaşanmaktadır. Ambalajlı ürünlerin işlenmelerinden dolayı besin maddelerinin azaldığı yönündeki bilimsel açıklamalar kafaları karıştırırsa da ticari olarak yapılan reklamlar ve devletin kayıt dışılığa izin vermeme isteği nedeniyle sokak sütlerinin satılmaması yönündeki çalışmalar bu konuda algıyı güçlendirmektedir.



Şekil 28 . Katılımcıların Satın Almayı Tercih Ettikleri Süt Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.16. Tercih Edilen Süt Ürünleri Grubuna Göre Dağılımları

Katılımcıların tüketmeyi tercih ettiği süt ürünü grubuna göre dağılım şekil 29'da verilmiştir. Bunları oransal olarak azdan çoğa doğru sıralayacağımızda %4'lük oranla kefir, % 6'lık oranla sütlü tatlılar, %13'lük oranla ayran, %13'lük oranla peynir, %15'lik oranla yoğurt ve %49'luk oranla hepsi tercihleri yapıldığı görülmektedir.



Şekil 29. Katılımcıların Tüketmeyi Tercih Ettikleri Süt Ürünleri Grubuna Göre Dağılımları

Katılımcıların tüketmeyi tercih ettikleri süt ürünleri bakımından aralarındaki farklılığının önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 34'de verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 187,438 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların tüketmeyi tercih ettikleri süt ürünleri bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 34. Katılımcıların Tüketmeyi Tercih Ettikleri Süt Ürünleri Grubuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Tercih Edilen Süt Ürünleri	Gözlenen	Beklenen
Sütlü Tatlılar	15	38,8
Ayran	30	38,8
Peynir	30	38,8
Yoğurt	35	38,8
Kefir	9	38,8
Hepsi	114	38,8
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	187,438**	

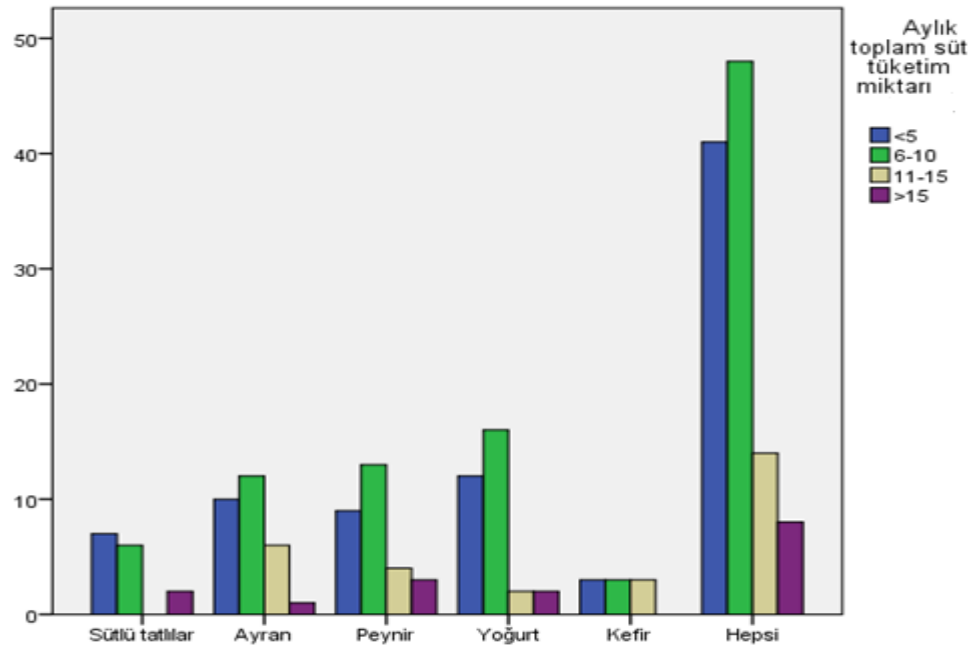
Katılımcıların tüketmeyi tercih ettikleri süt ürünleri ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların tüketmeyi tercih ettiği süt ürünleri grupları Çizelge 35'te verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcılardan süt ve süt ürünleri kullanan kişilerin tüketmeyi tercih ettikleri süt ürünlerine göre değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir. Katılımcıların tüketmeyi tercih ettikleri süt ürünleri grubu ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 30'da verilmiştir.

Gülten ve ark (1987), Erzurum ilinde yapmış oldukları çalışmada süt ve süt ürünü satan işletmelerin %95'inin süt, %92'sinin beyaz peynir, %70'inin kaşar peyniri ve %81'inin ise yoğurt sattıklarını belirtmişlerdir. Tüketicilerin tüketimlerinin ise işletmenin bulunduğu konuma göre değiştiğini tespit etmişlerdir. Yüzbaşı ve ark(1999) Ankara ili için yaptıkları çalışmada tüketicilerin ortalama 7.58 kg süt ve yoğurt, 1.38 kg peynir tükettiklerini belirlemişlerdir. Şahin ve ark (2001) yaptıkları çalışmada süt ve yoğurt tüketiminin ön sıralarda yer aldığını ifade etmişlerdir. Yapılan çalışmada katılımcıların yaklaşık yarısı süttten elde edilen bütün ürünleri tükettiklerini belirtmişlerdir. Ancak yoğurt %15 ile ön sıralarda yer almıştır. Buna

göre tüketicilerin genel olarak süt, peynir ve yoğurt kullanımında yoğunlaştıkları söylenebilir.

Çizelge 35. Katılımcıların Tüketmeyi Tercih Ettikleri Süt Ürünleri Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

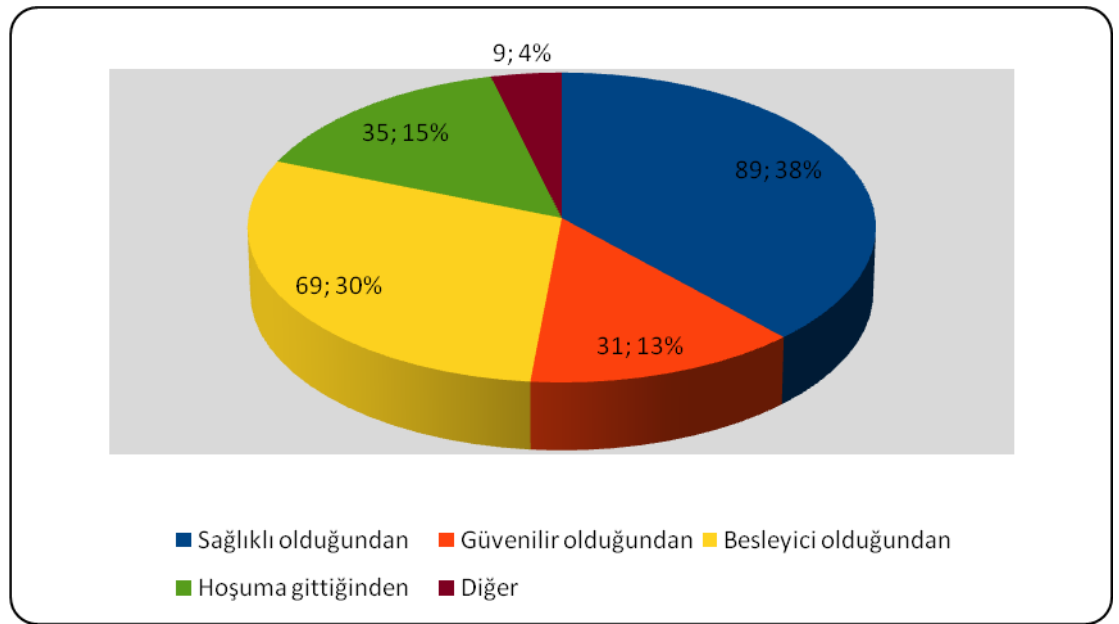
		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı(Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Tüketmeyi Tercih Ettiği Süt Ürünü	Sütlü tatlılar	7	6	0	2	15
	Ayran	10	12	6	1	29
	Peynir	9	13	4	3	29
	Yoğurt	12	16	2	2	32
	Kefir	3	3	3	0	9
	Hepsi	41	48	14	8	111
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		11,149				



Şekil 30 . Katılımcıların Tüketmeyi Tercih Ettiği Süt Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.17. Tüketmeyi Tercih Ettikleri Süt Ürünlerini Tercih Etme Nedenlerine Göre Dağılım

Katılımcıların tüketmeyi tercih ettiği süt ürünlerini tercih etme nedenleri grubuna göre dağılım şekil 31'de verilmiştir. Bunları oransal olarak sıraladığımızda %38'lik oranlar sağlıklı olduklarından, %30'luk oranla besleyici olduklarından, %15'lik oranla hoşlarına gittiklerinden, %13'lük oranla güvenilir olduklarından ve %4'lük oranla diğer seçeneklerinin tercih edildiği görülmektedir.



Şekil 31. Katılımcıların Tüketmeyi Tercih Ettikleri Süt Ürünlerini Tercih Etme Nedenlerine Göre Dağılımları

Katılımcıların tüketmeyi tercih ettikleri süt ürünlerini tercih etmeleri bakımından aralarındaki farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 36'da verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 87,794 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların tüketmeyi tercih ettikleri süt ürünlerini tercih nedenleri bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 36. Katılımcıların Tüketmeyi Tercih Ettikleri Süt Ürünlerini Tercih Etme Nedenlerine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Tercih Edilme Nedenleri	Gözlenen	Beklenen
Sağlıklı olduğundan	89	46,6
Güvenilir olduğundan	31	46,6
Besleyici olduğundan	69	46,6
Hoşuma gittiğinden	35	46,6
Diğer	9	46,6
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	87,794**	

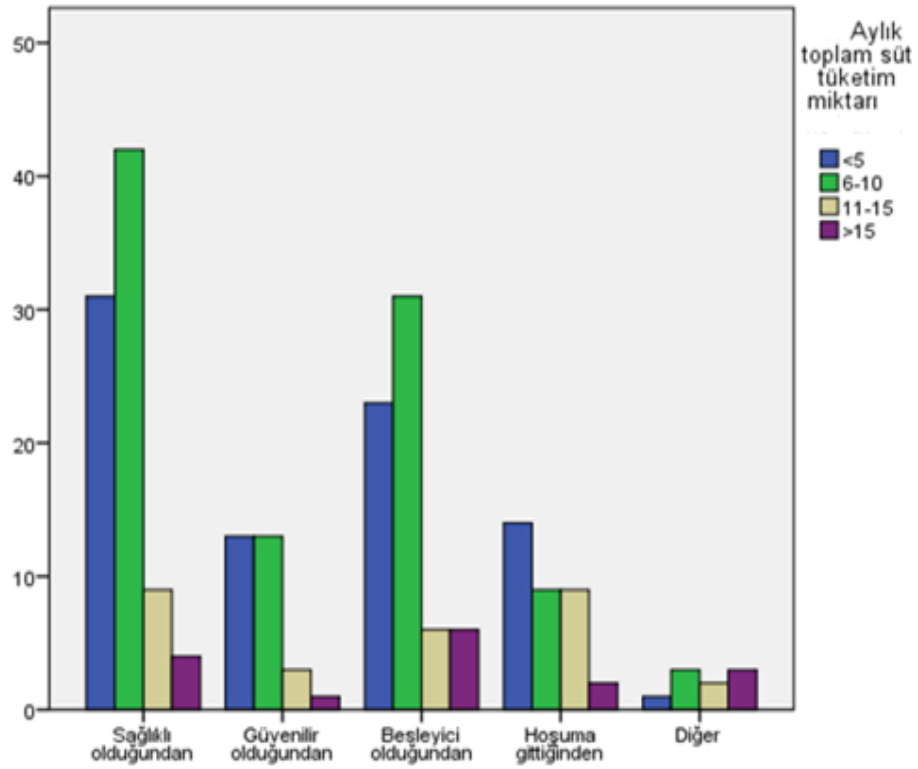
Katılımcıların tüketmeyi tercih ettikleri süt ürünlerini tercih etme sebepleri ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların tüketmeyi tercih ettiği süt ürünleri tercih etme sebeplerinin grupları Çizelge 37'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcılardan süt ve süt ürünleri kullanan kişilerin tüketmeyi tercih ettikleri süt ürünlerini tercih sebeplerine göre değişiminin istatistiksel olarak önemli olduğu görülmektedir. Katılımcıların tüketmeyi tercih ettikleri süt ürünlerini tercih sebepleri gurubu ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 32'de verilmiştir.

Şahin ve Gül (1997), Adana ili merkezinde yaptıkları çalışmada aylık aile başına süt ve ürünleri tüketimleri 16.3 kg açık süt, 3.7 kg pastörize süt, 7.7 kg yoğurt, 3.6 kg Beyaz peynir, 0.7 kg Kaşar peyniri, 0.8 kg Tulum peyniri, 0.7 kg tereyağı ve 0.6 kg çökelek olarak tespit etmiş ve tüketicilerin süt ve süt ürünleri alımında mevsimin de etkili olduğunu ve en önemli seçim ölçütünün tazelik olduğunu tespit etmişlerdir. Şahin ve ark (2001) Van ili kentsel alanda ailelerin aylık ortalama süt ürünleri tüketimleri 17.5 kg açık süt, 4.6 kg pastörize süt, 14.7 kg yoğurt, 1.6 kg Beyaz peynir, 0.5 kg Kaşar peyniri, 0.3 kg Tulum peyniri, 5.9 kg Otlu peynir, 1.3 kg

tereyağı ve 1.1 kg çökelek olduğunu tespit etmişlerdir. Tüketicilerin süt ürünlerini satın alırken özellikle tazelik, fiyat ve hijyene öncelikli olarak dikkat ettiklerini belirlemişlerdir.

Çizelge 37.Tükettikleri Süt Ürünü Tercih Etme Sebepleri Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

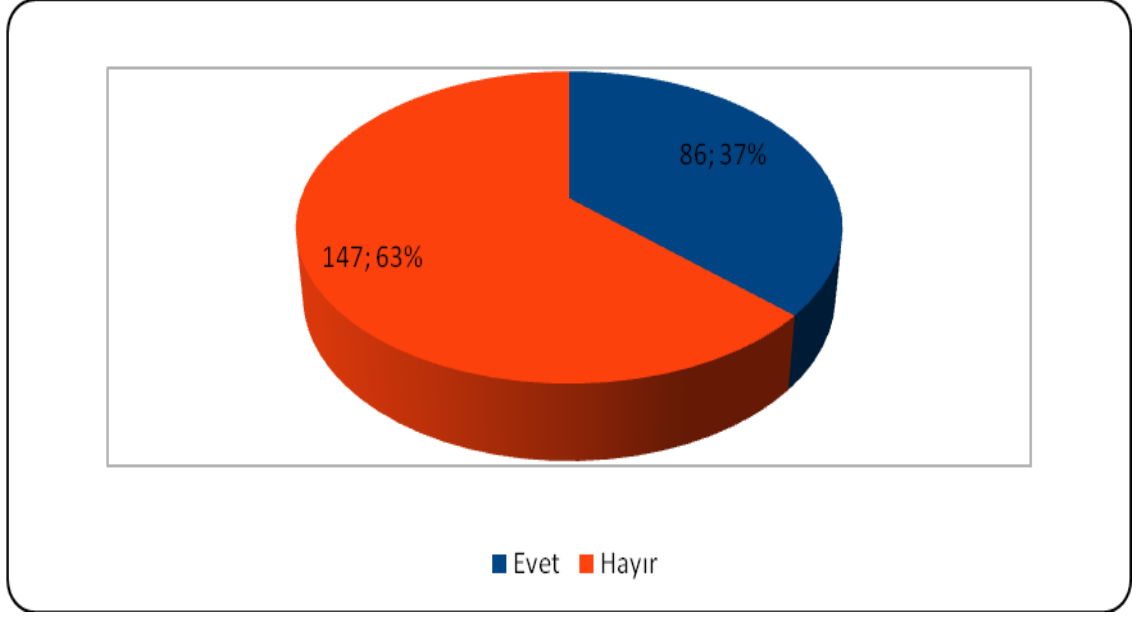
		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı (Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Neden Bu Ürünleri Tercih Ediyor	Sağlıklı olduğundan	31	42	9	4	86
	Güvenilir olduğundan	13	13	3	1	30
	Besleyici olduğundan	23	31	6	6	66
	Hoşuma gittiğinden	14	9	9	2	34
	Diğer	1	3	2	3	9
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		22,728*				



Şekil 32 . Tüketilen Süt Ürünü Tercih Etme Sebebi Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.18.Süt Ürünlerini Kendileri Yapıp Yapmama Durumuna Göre Dağılımı

Katılımcıların süt ürünlerini kendileri yapıp yapmama durumu grubuna göre dağılımı şekil 33'de verilmiştir. Ankete katılanların yarısından fazlası süt ürünlerini kendileri yapmadığını %63'lük oranla görülürken, %37'lik orana sahip katılımcı grubu süt ürünleri kendileri yaptıkları görülmektedir.



Şekil 33. Katılımcıların Süt Ürünlerini Kendileri Yapıp Yapmama Durumuna Göre Dağılımları

Katılımcıların süt ürünlerini kendileri yapıp yapmamaları bakımından aralarındaki farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare uygunluk analiz sonuçları Çizelge 38'de verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 15,970 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların süt ürünleri yapıp yapmamaları bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

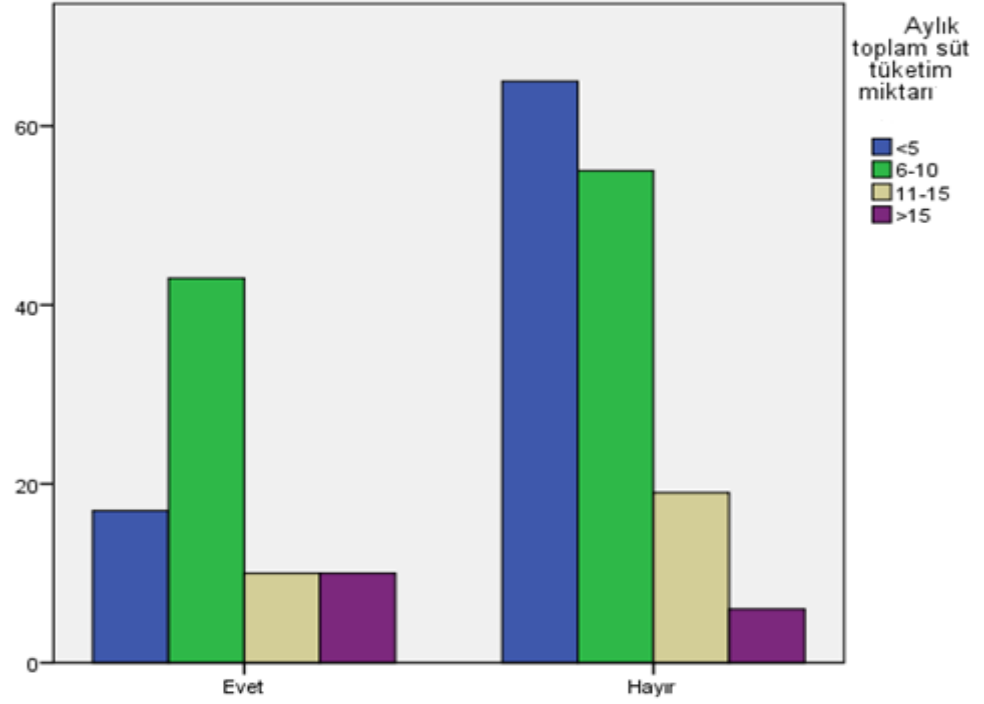
Çizelge 38. Katılımcıların Süt Ürünlerini Kendileri Yapıp Yapmama Durumuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Kendileri Yapıp Yapmama Durumu	Gözlenen	Beklenen
Evet	86	116,5
Hayır	147	116,5
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	15,970	

Katılımcıların süt ürünlerini kendileri yapıp yapmamaları ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların süt ürünlerini kendileri yapıp yapmadığı grupları Çizelge 39'da verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcılardan süt ve süt ürünleri kullanan kişilerin süt ürünlerini kendiler yapıp yapmamalarına göre aylık toplam tüketimde değişiminin istatistiksel olarak önemli olduğu görülmektedir. Katılımcıların süt ürünlerini kendileri yapıp yapmama durumları ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 34'de verilmiştir.

Çizelge 39. Katılımcıların Süt Ürünlerini Kendi Yapıp Yapmama Durumları Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

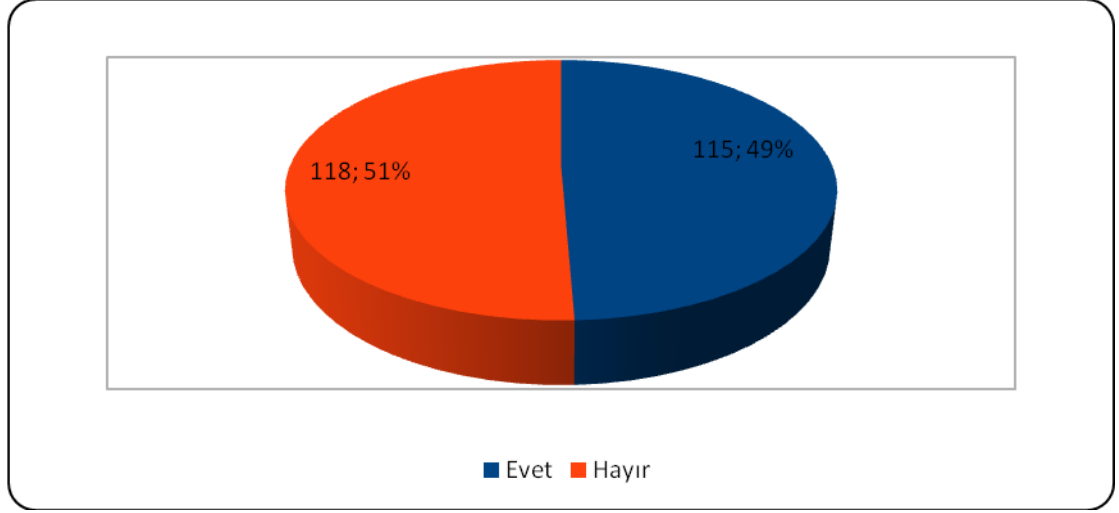
		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı(Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Peynir, Yoğurt, Kefir vb. Süt Ürünlerini Kendi Yapıp Yapmaması	Evet	17	43	10	10	80
	Hayır	65	55	19	6	145
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		15,910**				



Şekil 34 . Katılımcıların Süt Ürünlerini Kendi Yapıp Yapmama Durumları Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.19.Önceki Yıllara Göre Süt Tüketiminde Artış Meydana Gelip Gelmediği Durumuna Göre Dağılımı

Katılımcıların önceki yıllara göre süt tüketiminde artış meydana gelip gelmediği durumlarına göre dağılım şekil 35'de verilmiştir. Ankete katılanların %51'inde artış gözlenmezken, %49'unda önceki yıllara göre süt tüketiminde artış meydana geldiği görülmektedir.



Şekil 35. Katılımcıların Önceki Yıllara Göre Süt Tüketiminde Artış Meydana Gelip Gelmediği Durumuna Göre Dağılımları

Önceki yıllara göre süt tüketiminde artış meydana gelip gelmediği konusunda katılımcılar arasında farklılığının önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare uygunluk analiz sonuçları Çizelge 40'da verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 0,040 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer önceki yıllara göre katılımcılar arasında süt tüketiminde artış olup olmadığı farklılığın istatistiksel olarak önemli olmadığını göstermektedir.

Çizelge 40. Katılımcıların Önceki Yıllara Göre Süt Tüketiminde Artış Meydana Gelip Gelmediği Durumuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Önceki Yıllara Göre Artış Meydana Gelip Gelmemesi Durumu	Gözlenen	Beklenen
Evet	111	112,5
Hayır	114	112,5
Toplam	225	225,0
χ^2 Değeri	0,040	

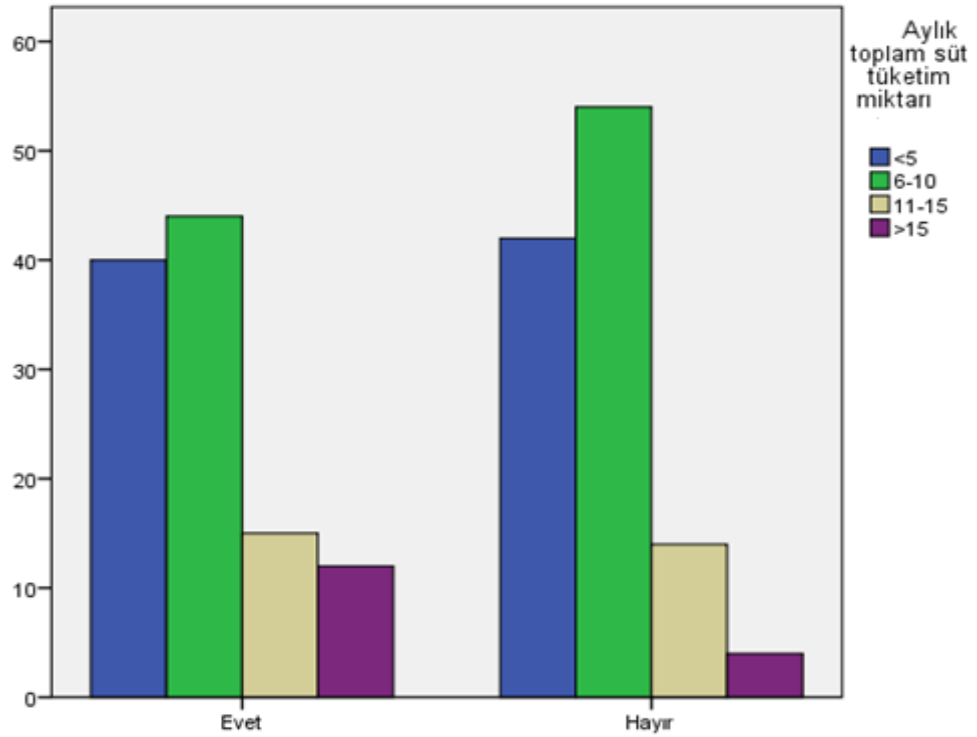
Katılımcıların önceki yıllara göre süt tüketiminde artış meydana gelip gelmemesi durumları ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların önceki yıllara göre süt tüketiminde artış meydana gelip gelmemesi durumları Çizelge 41'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcılardan süt ve süt ürünleri kullanan kişilerin önceki yıllara göre süt tüketiminde artış meydana gelip gelmemesi ile aylık toplam süt tüketiminde değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir. Katılımcıların önceki yıllara göre süt tüketiminde artış meydana gelip gelmemesi durumları ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 36'da verilmiştir.

Çizelge 41. Katılımcıların Önceki Yıllara Göre Süt Tüketiminde Artış Meydana Gelip Gelmesi Durumuna Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı(Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Önceki Yıllara Göre Süt Tüketiminizde Artış Meydana Gelip Gelmesi Durumu	Evet	40	44	15	12	111
	Hayır	42	54	14	4	114
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		5,065				

Klesges ve ark. (1999) yaptıkları çalışmada 17-35 yaş arasındaki askeri personelin süt tüketimlerini tahmin etmek için yaptıkları çalışmada süt içme miktarının yaşa ve eğitim seviyesine göre değiştiğini, gençlerde süt içme miktarı daha düşükken yaş ilerledikçe arttığını ve ayrıca eğitim seviyesi arttıkça süt içme miktarının da buna bağlı olarak arttığı tespit edilmiştir. Hsu ve Liu (2000) Tayvan'da yapmış oldukları çalışmada süt ve süt ürünlerinin gelir durumuna göre alım seviyelerini belirlemek istedikleri çalışmada en çok süt tüketen grubun 26-35 yaş aralığındaki bayanların oluşturduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca, gelir seviyesi

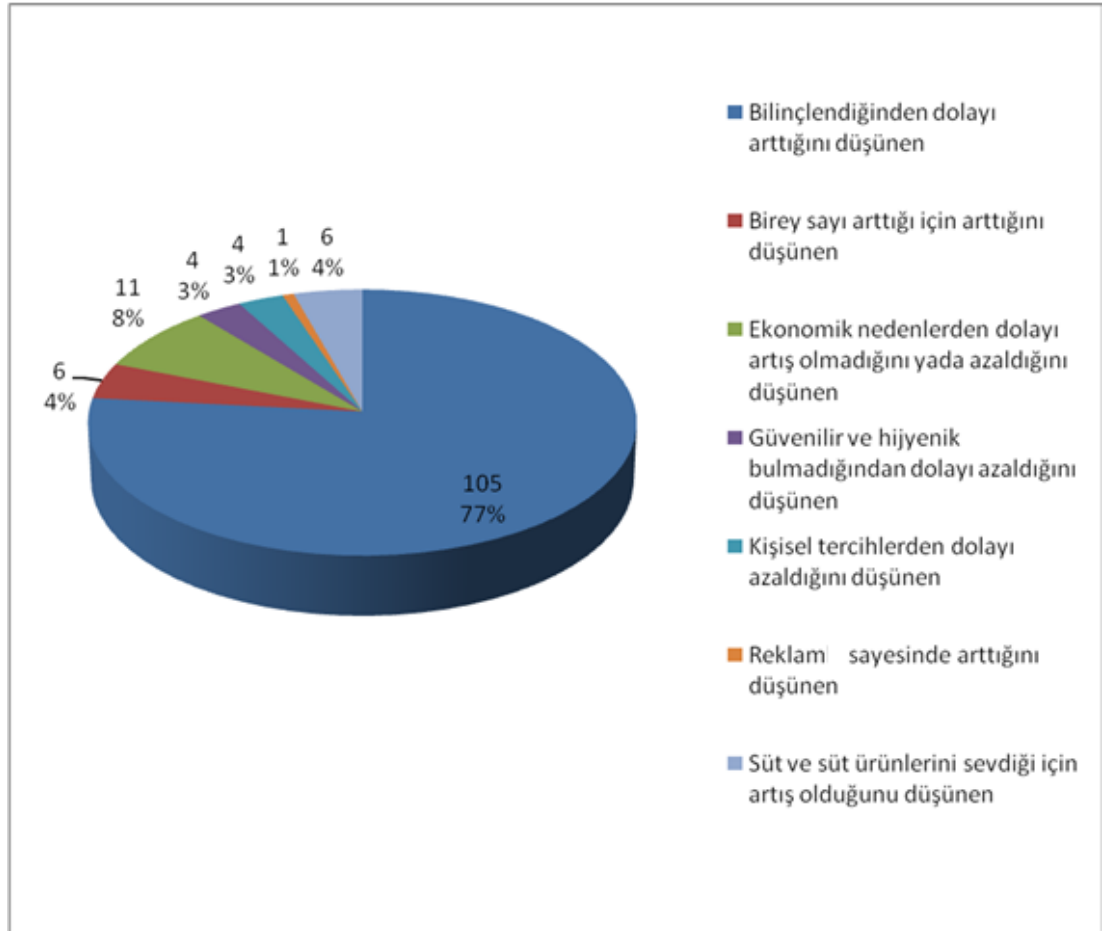
arttıkça süt ve süt ürünleri tüketim miktarının arttığı buna karşın gelir seviyesi azaldıkça süt ve ürünleri tüketiminin de azaldığını belirtmişlerdir. Erkeklerde ise özellikle yaşlı ve gelir seviyesi düşük olanların süt ve ürünleri tüketimi konusunda daha duyarlı oldukları, ancak genç ve gelir seviyesi yüksek olanlarda ise duyarlılığın azaldığını belirtmişlerdir. Tüketiciler genel olarak yaz aylarında diğer aylara göre daha yüksek oranda süt ve ürünleri tüketme eğiliminde oldukları tespit edilmiştir. Yaptığımız çalışmada tüketicilerin yaklaşık yarısının daha önceki yıllara göre süt ve süt ürünleri tüketiminin arttığını geriye kalan kısmı ise artmadığını belirtmişlerdir. Buna göre süt tüketimi artışının gelir seviyesi ve eğitim düzeyiyle doğru orantılı olarak arttığı düşünüldüğünde bu artış olduğu söyleyenlerin gelir oranı ve eğitimde düzeyinde artış olduğu çıkarımını yapabiliriz.



şekil 36 . Katılımcıların nceki yıllara göre süt tüketiminde artış meydana gelip gelmemesi durumları grubuna göre aylık toplam süt tüketim miktarı

4.20.Önceki Yıllara Göre Süt Tüketiminde Artış yada Azalışın Sebepleri Göre Dağılım

Katılımcıların önceki yıllara göre süt tüketiminde artış yada azalışı meydana geldiğini düşünen 137 katılımcımızın bu artış yada azalışı meydana getiren sebeplere göre dağılım şekil 37'de verilmiştir.



Şekil 37.Katılımcıların Önceki Yıllara Göre Süt Tüketiminde Artış yada Azalışın Sebeplerine Göre Dağılımları

Şekil incelendiğinde %77'lik oranla bilinçlendiğinden dolayı önceki yıllara göre süt tüketiminde artış meydana geldiğini düşünürken, katılımcılarımızın %8'lik kısmı ekonomik nedenlerden dolayı önceki yıllara göre süt tüketiminde bir artış meydana gelmediğini yada azaldığını belirtmişlerdir, bunu %4'lük oranla ailedeki birey sayısında meydana gelen artıştan dolayı önceki yıllara göre süt tüketiminde

artış meydana geldiğini belirtmiştir. Katılımcılarımızın %4'lük kısmı ise süt ve süt ürünlerini sevdiğinden dolayı artış meydana geldiğini, %3'lük kısmı ise kişisel tercihlerden dolayı artmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcılarımızın %3'lük bir kısmı da güvenilir ve hijyenik bulmadığından dolayı tüketiminde bir azalış meydana geldiğini belirtmiştir. Katılımcıların %1'lik kısmı da reklamlar sayesinde tüketiminin arttığını belirtmiştir.

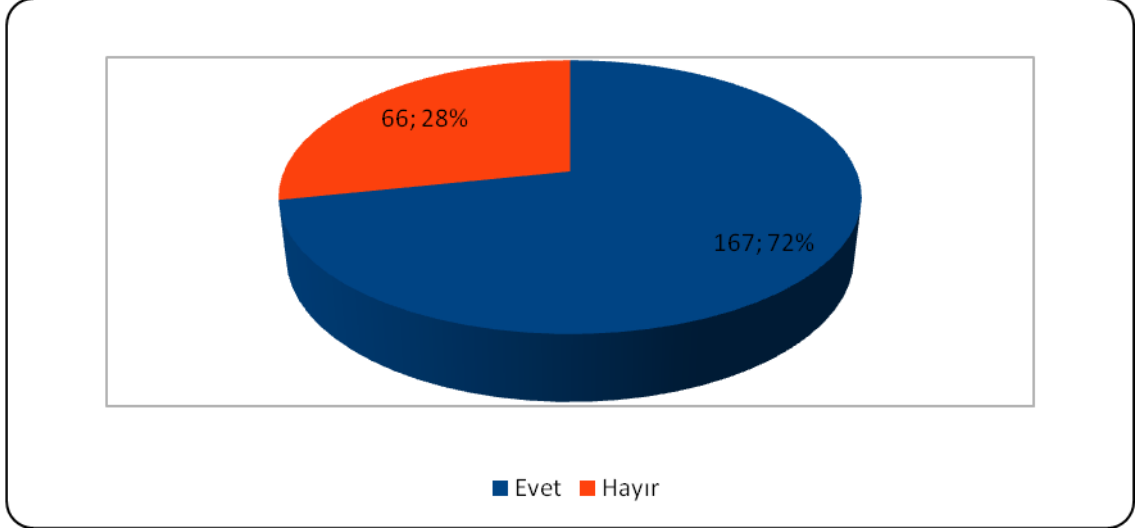
Katılımcılarımızın önceki yıllara göre süt tüketiminde artış yada azalış meydana gelme nedenleri arasında farklılığının önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 42'de verilmektedir. Buna göre ki kare değerinin 437,869 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer önceki yıllara göre katılımcılar arasında süt tüketiminde artış yada azalış olma nedenleri arasındaki farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 42. Katılımcıların Önceki Yıllara Göre Süt Tüketiminde Artış yada Azalışın Sebeplerine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Artış azalış sebebi	Gözlenen	Beklenen
Bilinçlendiğinden dolayı arttığını düşünen	105	19,6
Birey sayısı arttığı için arttığını düşünen	6	19,6
Ekonomik nedenlerden dolayı artış olmadığını yada azaldığını düşünen	11	19,6
Güvenilir ve hijyenik bulmadığından dolayı azaldığını düşünen	4	19,6
Kişisel tercihlerden dolayı artmadı	4	19,6
Reklamla sayesinde arttığını düşünen	1	19,6
Süt ve süt ürünlerini sevdiği için artış olduğunu düşünen	6	19,6
Toplam	137	137,0
χ^2 Değeri	437,869**	

4.21.Organik Süt Olmasını Tercih Edip Etmemeleri Durumlarına Göre Dağılımı

Ankete katılanların organik süt olması tercih edilip edilmemesine göre dağılımı şekil 38'de gösterilmiştir. Şekil incelendiğinde % 72'lik oranla organik süt olması tercih edilirken, katılımcıların %28'i organik süt olmasını tercih etmediği görülmektedir.



Şekil 38. Katılımcıların Organik Süt Olmasını Tercih Edip Etmemeleri Durumuna Göre Dağılımları

Katılımcıların organik süt üretimini tercih edip konusunda bakımından aralarındaki farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare uygunluk analiz sonuçları Çizelge 43'de verilmiştir. Buradan kare değerinin 43,781 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların organik süt üretimini tercih edip etmemeleri bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların organik süt tercih durumları ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların organik süt tercih durumları Çizelge 44'de verilmiştir.

Çizelge 43.Katılımcıların Organik Süt Olmasını Tercih Edip Etmemeleri Durumuna Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Organik Süt Tercih Durumu	Gözlenen	Beklenen
Evet	167	116,5
Hayır	66	116,5
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	43,781	

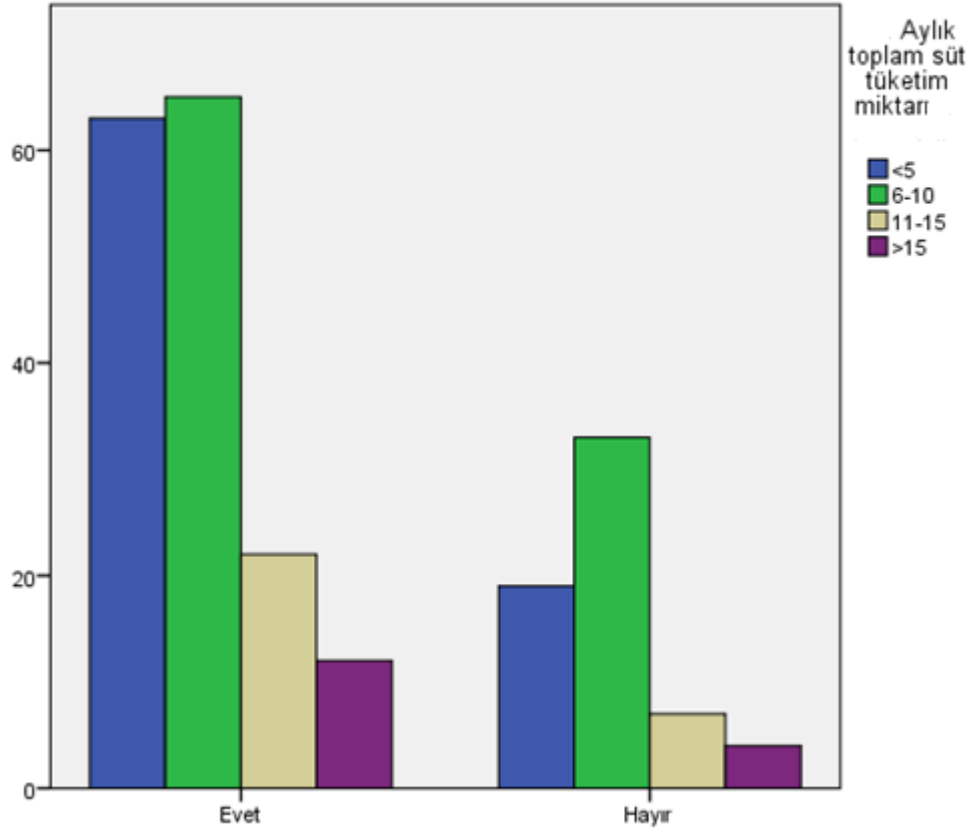
Çizelge incelendiğinde katılımcılardan süt ve süt ürünleri kullanan kişilerin organik süt tercih durumları ile aylık toplam süt tüketimde değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir. Katılımcıların organik süt tercih durumları ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 39'da verilmiştir.

Çizelge 44. Katılımcıların Organik Süt Tercih Edip Etmemeleri Durumuna Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Organik Süt Üretimini Tercih Edip Etmeme Durumu	Evet	63	65	22	12	162
	Hayır	19	33	7	4	63
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		2,799				

Sarıkaya (2007) yapmış olduğu çalışmada süt ve süt ürünlerinin organik olmasını yaşanan bölgeye göre değiştiğini belirtmiş, özellikle demografik özelliklerin çok etkili olduğunu ifade etmiştir. Koyuncu ve arkadaşları (2014)

yaptıkları çalışmada gençlerin %42'sinin organik süt ve süt ürünleri tüketme isteğinde olduklarını belirtmişlerdir. Yaptığımız çalışmada katılımcıların %67'si süt ve süt ürünleri alırken organik olmasını tercih etmişlerdir.

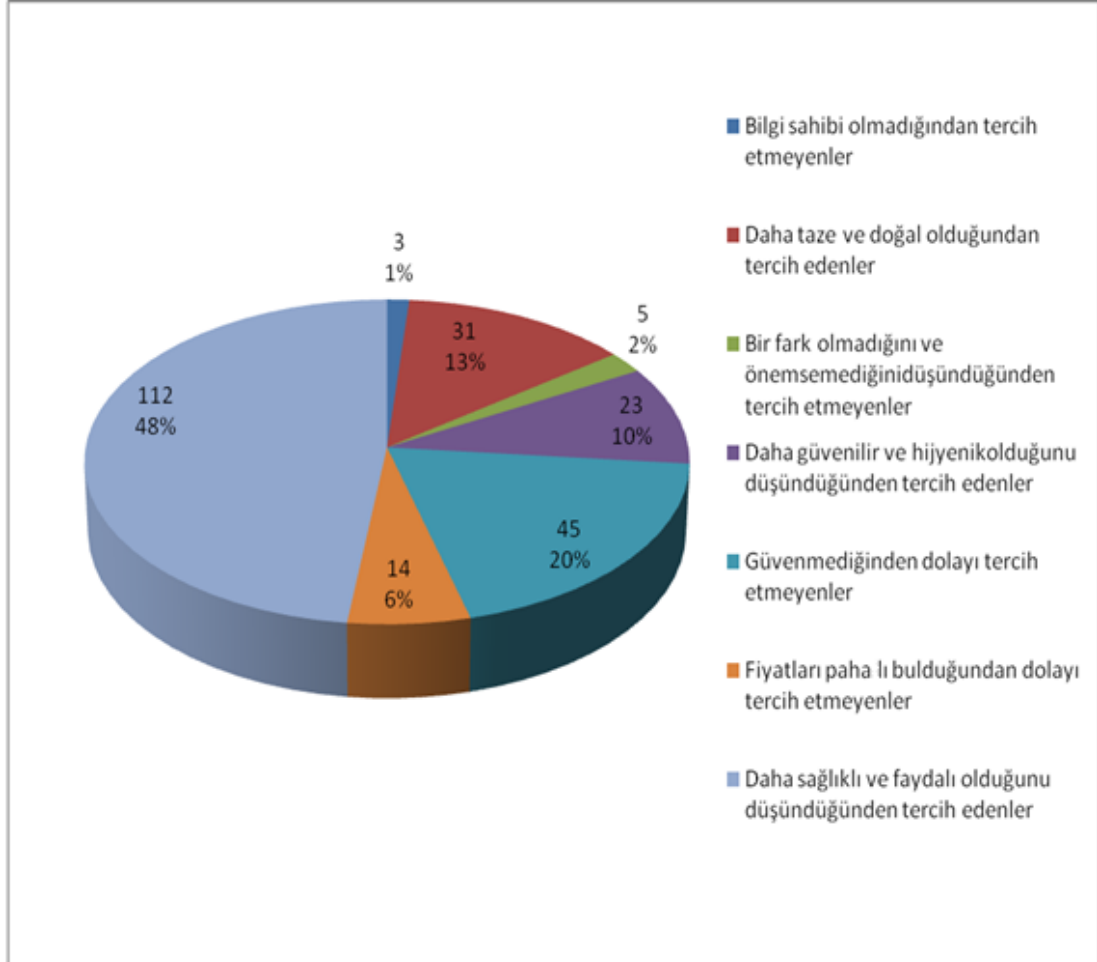


Şekil 39 . Katılımcıların Organik Süt Tercih Edip Etmemeleri Durumları Grubuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.22.Organik Süt Olmasını Tercih Edip Etmemeleri Nedenlerine Göre Dağılımı

Katılımcıların organik süt olması tercih edilip edilmemesine nedenleri gruplandırılıp dağılımı şekil 40'da gösterilmiştir. Şekil incelendiğinde katılımcıların cevapları gruplandırılmış şekilde sayısal olarak değerlendirildiğinde; konu hakkında bilgi sahibi olmadığı için tercih etmeyenlerin sayısının 3, daha taze ve doğal olduğundan tercih edenlerin sayısının 31, bir fark olmadığını yada önemsemediğini düşündüğünden tercih etmeyenlerin sayısının 5, daha güvenilir ve hijyenik olduğunu

düşündüğünden tercih edenlerin sayısının 23, güvenmediğinden dolayı tercih etmeyenlerin sayısının 45, fiyatlarını pahalı bulduğundan dolayı tercih etmeyenlerin sayısının 14, daha sağlıklı ve faydalı olduğunu düşündüğünden tercih edenlerin sayısının 112 olduğu görülmektedir.



Şekil 40. Katılımcıların Organik Süt Olmasını Tercih Edip Etmemeleri Nedenine Göre Dağılımları

Katılımcıların organik süt üretimini tercih edip etmemeleri nedenleri konusunda verdikleri cevaplar bakımından farklılığın önemlilik derecesinin test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 45' de verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 256,369 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların organik süt tercih nedenleri bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 45. Katılımcıların Organik Süt Tercih Edip Etmemeleri Nedenine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

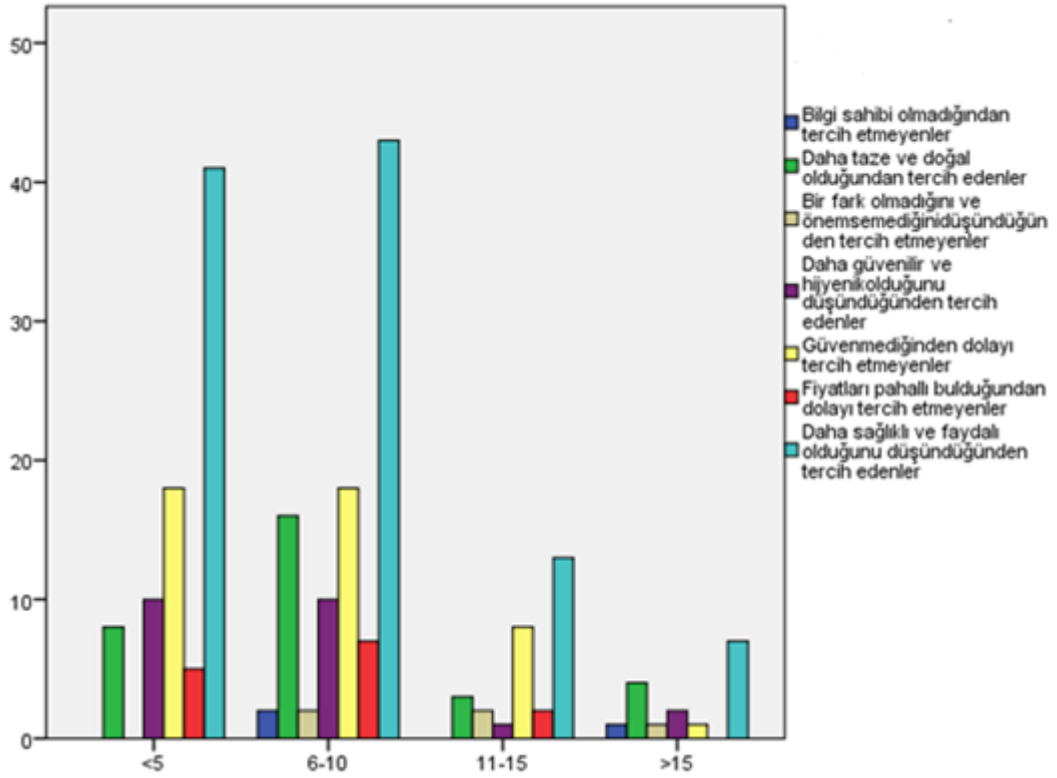
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Tercih sebebi	Gözlenen	Beklenen
Bilgi sahibi olmadığından tercih etmeyenler	3	33,3
Daha taze ve doğal olduğundan tercih edenler	31	33,3
Bir fark olmadığını ve önemsemediğini düşündüğünden tercih etmeyenler	5	33,3
Daha güvenilir ve hijyenik olduğunu düşündüğünden tercih edenler	23	33,3
Güvenmediğinden dolayı tercih etmeyenler	45	33,3
Fiyatları pahalı bulduğundan dolayı tercih etmeyenler	14	33,3
Daha sağlıklı ve faydalı olduğunu düşündüğünden tercih edenler	112	33,3
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	256,369**	

Katılımcıların organik süt tercih nedenleri ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların organik süt tercih nedenleri Çizelge 46'da verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcılardan süt ve süt ürünleri kullanan kişilerin organik süt tercih nedenleri ile aylık toplam süt tüketimde değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir. Katılımcıların organik süt tercih nedenleri ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 41'de verilmiştir.

Çizelge 46. Katılımcıların Organik Süt Tercih Edip Etmemeleri Nedenlerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Organik Süt Tercih Edip Etmeme Nedenleri	Bilgi sahibi olmadığından tercih etmeyenler	0	2	0	1	3
	Daha taze ve doğal olduğundan tercih edenler	8	16	3	4	31
	Bir fark olmadığını ve önemsemediğini düşündüğünden tercih etmeyenler	0	2	2	1	5
	Daha güvenilir ve hijyenik olduğunu düşündüğünden tercih edenler	10	10	1	2	23
	Güvenmediğinden dolayı tercih etmeyenler	18	18	8	1	45
	Fiyatları pahalı bulduğundan dolayı tercih etmeyenler	5	7	2	0	14
	Daha sağlıklı ve faydalı olduğunu düşündüğünden tercih edenler	41	43	13	7	104
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		19,624				

Sarıkaya (2007) ve Koyuncu ve ark. (2014) yaptıkları çalışmalarda organik süt ve süt ürünlerini daha sağlıklı ve hijyenik olduğundan tükettildiğini belirlemişlerdir. Yaptığımız çalışmada da benzer sonuçların elde edilmesi tüketicilerin sağlık ve temizlik konusuna dikkat ettiklerini göstermektedir.

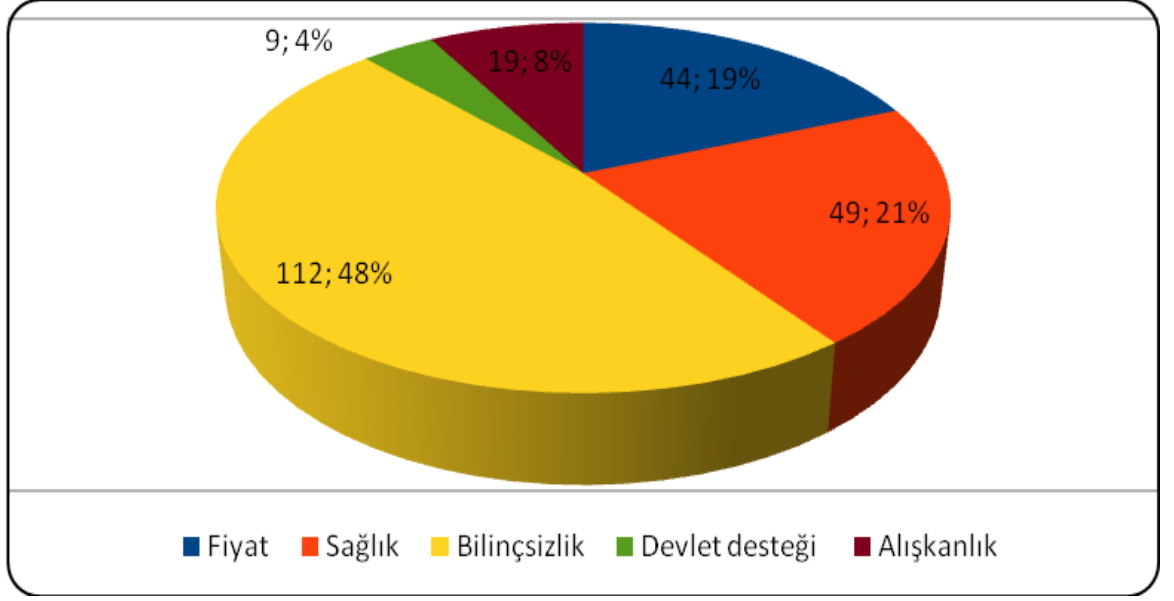


Şekil 41 . Katılımcıların Organik Süt Tercih Edip Etmemeleri Nedenlerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.23.Süt Tüketiminin Düşük Olmasının Temel Nedenine Göre Dağılımı

Ankete katılanların süt tüketiminin düşük olmasının temel nedenlerine göre dağılımı şekil 42'de gösterilmiştir. Şekilden görüleceği gibi katılımcıların büyük bir çoğunluğu %48 oranla bilinçsizliğe bağlarken, oransal sırasıyla %21 Sağlık, %19 Fiyat, %8 Alışkanlık ve %4'lük oranla Devlet desteğine bağlanmışlardır.

Katılımcıların süt tüketiminin düşük olmasının temel nedenleri olarak gördüğu nedenler bakımından aralarındaki farklılığının önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 47'de verilmiştir.



Şekil 42. Katılımcılara Göre Süt Tüketiminin Düşük Olmasının Temel Nedenine Göre Dağılımları

Buradan ki kare değerinin 138,738 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların süt tüketiminin düşük olmasının temel nedenleri bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 47. Katılımcılara Göre Süt Tüketiminin Düşük Olmasının Temel Nedenine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Nedenler	Gözlenen	Beklenen
Fiyat	44	46,6
Sağlık	49	46,6
Bilinçsizlik	112	46,6
Devlet Desteği	9	46,6
Alışkanlık	19	46,6
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	138,738**	

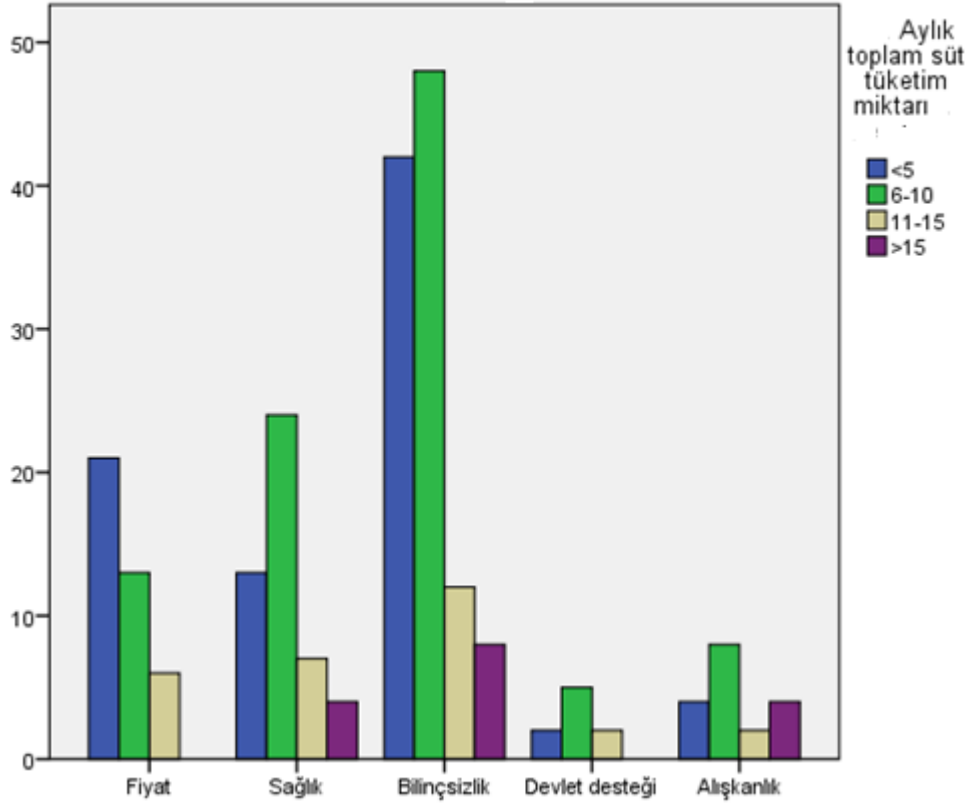
Katılımcılara göre süt tüketiminin düşük olmasının nedenleri ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcılara göre süt tüketiminin düşük olmasının nedenlerinin dağılımları Çizelge 48'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcılara göre süt tüketiminin düşük olmasının nedenleri ile aylık toplam süt tüketimde değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir. Katılımcılara göre süt tüketiminin düşük olmasının nedenleri ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 43'de verilmiştir.

Çizelge 48. Katılımcılara Göre Süt Tüketiminin Düşük Olma Nedenlerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Süt Tüketiminin Düşük Olmasının Temel Nedenleri	Fiyat	21	13	6	0	40
	Sağlık	13	24	7	4	48
	Bilinçsizlik	42	48	12	8	110
	Devlet desteği	2	5	2	0	9
	Alışkanlık	4	8	2	4	18
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		18,056				

Hsu ve Liu (2000) Tayvan'da yapmış oldukları çalışmada süt ve süt ürünlerinin gelir durumuna göre alım seviyelerini belirlemek istedikleri çalışmada en çok süt tüketen grubun 26-35 yaş aralığındaki bayanların oluşturduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca, gelir seviyesi arttıkça süt ve süt ürünleri tüketim miktarının arttığı buna karşın gelir seviyesi azaldıkça süt ve ürünleri tüketiminin de azaldığını belirtmişlerdir. Erkeklerde ise özellikle yaşlı ve gelir seviyesi düşük olanların süt ve ürünleri tüketimi konusunda daha duyarlı oldukları, ancak genç ve gelir seviyesi yüksek olanlarda ise duyarlılığın azaldığını belirtmişlerdir. Tüketiciler genel olarak yaz aylarında diğer aylara göre daha yüksek oranda süt ve ürünleri tüketme eğiliminde oldukları tespit edilmiştir. Yaptığımız çalışmada tüketicilerin büyük bir

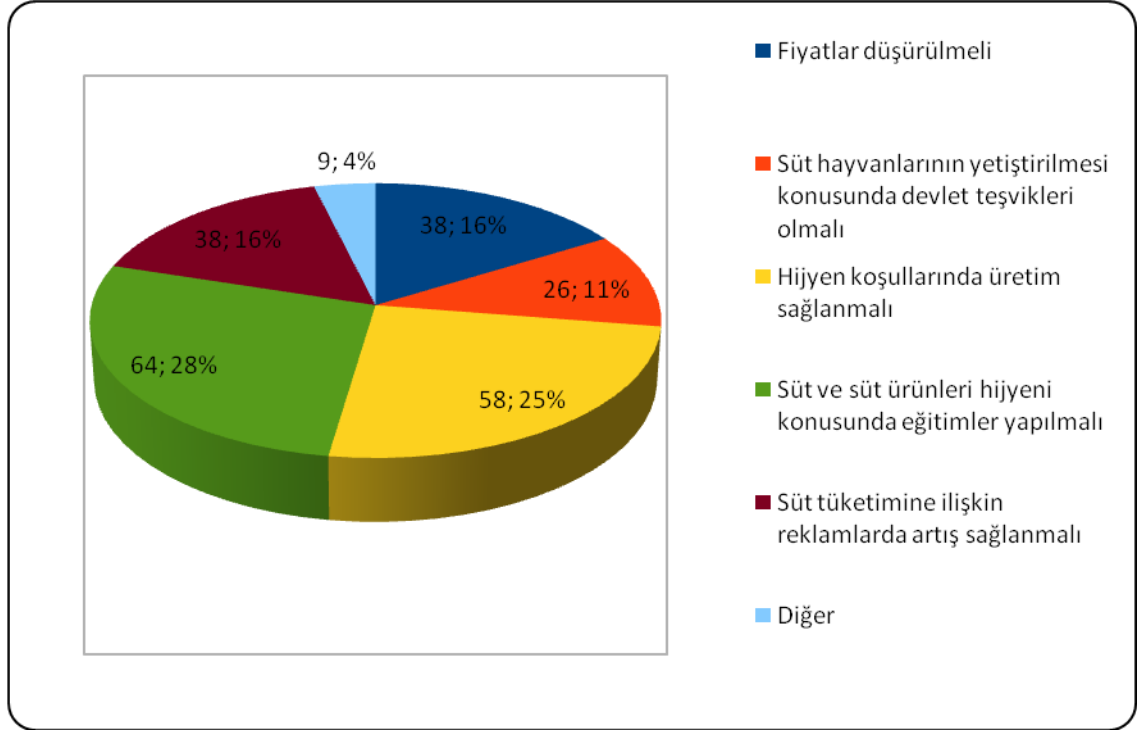
çoğunluğu %48 oranla bilinçsizliğe bağlarken, oransal sırasıyla %21 Sağlık, %19 Fiyat, %8 Alışkanlık ve %4 lük oranla Devlet desteğine bağladıkları görülmüştür.



Şekil 43 . Katılımcılara Göre Süt Tüketiminin Düşük Olmasının Nedenlerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.24.Süt Tüketiminin Artırılabilmesi İçin Yapılması Gerekenlere Göre Dağılım

Ankete katılanların süt tüketiminin artırılabilmesi için %28'lik bir oranla süt ve süt ürünleri hijyeni konusunda eğitimler yapılmalı derken, sırasıyla %25'lik oranla hijyen koşullarında üretim sağlanmalı, %16'lık oranla fiyatlar düşürülmeli, %16'lık oranla süt tüketimine ilişkin reklamlarda artış sağlanmalı, %11'lik oranla süt hayvanlarının yetiştirilmesi konusunda devlet teşvikleri olmalı ve %4'lük oranla diğer seçeneği izlemektedir.



Şekil 44. Katılımcılara Göre Süt Tüketiminin Artırılabilmesi İçin Yapılması Gerekenlere Göre Dağılımları

Katılımcıların süt tüketiminin artırılabilmesi için yapılması gerekenler konusunda verilen cevaplar arasındaki farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 49'da verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 52,966 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların süt tüketiminin artırılması konusunda yapılması gerekenler bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 49.Katılımcılara Göre Süt Tüketiminin Arttırılabilmesi İçin Yapılması Gerekenlere Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Süt tüketimini arttırabilme seçenekleri	Gözlenen	Beklenen
Fiyatlar düşürülmeli	38	45,0
Süt hayvanlarının yetiştirilmesi konusunda devlet teşvikleri olmalı	26	45,0
Hijyen koşullarında üretim sağlanmalı	58	45,0
Süt ve süt ürünleri konusunda eğitimler yapılmalı	64	45,0
Süt tüketimine ilişkin reklamlarda artış sağlanmalı	38	
Diğer	9	45,0
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	52,966**	

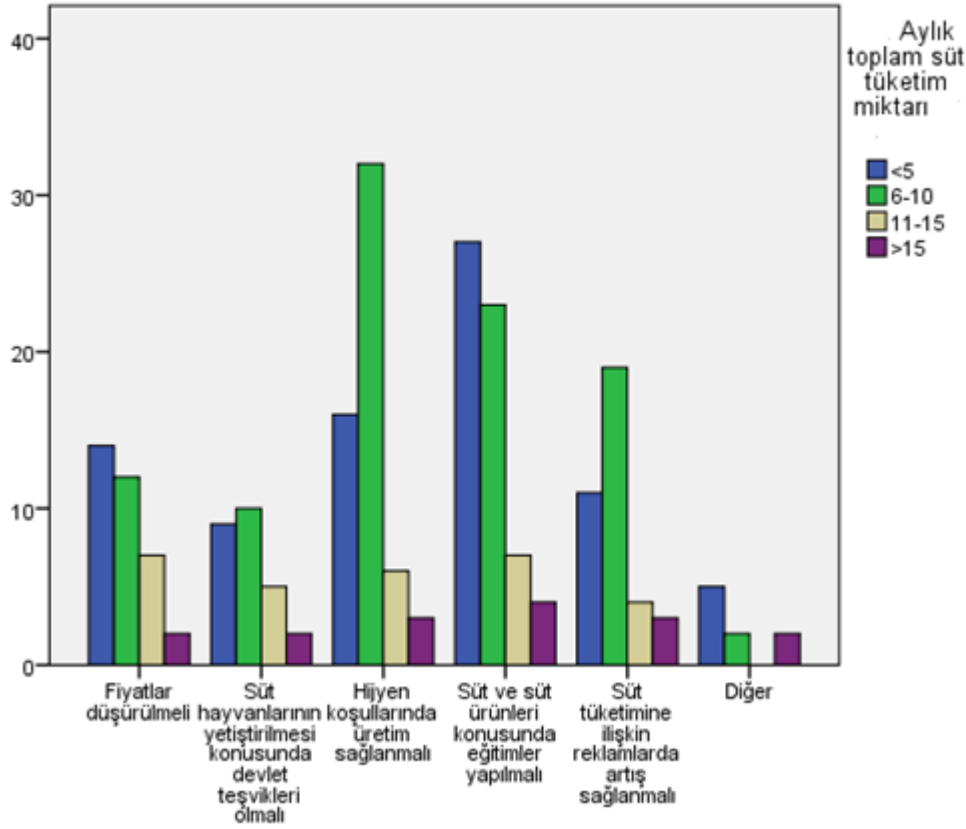
Katılımcılara göre süt tüketiminin arttırılabilmesi için yapılması gerekenler ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcılara göre süt tüketiminin arttırılabilmesi için yapılması gerekenlerin dağılımları Çizelge 50'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcılara göre süt tüketiminin arttırılabilmesi için yapılması gerekenler ile aylık toplam süt tüketimde değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir. Katılımcılara göre süt tüketiminin arttırılabilmesi için yapılması gerekenler ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 45'de verilmiştir.

Çizelge 50. Katılımcılara Göre Süt Tüketiminin Artırılabilmesi İçin Yapılması Gerekenlere Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Süt Tüketiminin Artışı Konusunda Önerilen Cevaplar	Fiyatlar düşürülmeli	14	12	7	2	35
	Süt hayvanlarının yetiştirilmesi konusunda devlet teşvikleri olmalı	9	10	5	2	26
	Hijyen koşullarında üretim sağlanmalı	16	32	6	3	57
	Süt ve süt ürünleri konusunda eğitimler yapılmalı	27	23	7	4	61
	Süt tüketimine ilişkin reklamlarda artış sağlanmalı	11	19	4	3	37
	Diğer	5	2	0	2	9
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		15,639				

Akbay ve Tiryaki, (2007) bir toplumda süt ve süt ürünleri tüketiminde kalite, fiyat ve hijyenin tercih konusunda ilk sırada yer aldığını belirtmişlerdir. Bununla birlikte tüketicilerin sosyo-ekonomik ve demografik yapıları da süt tüketim miktarı ve alışkanlıklarını önemli düzeyde etkileyebilmektedir. Bunlardan özellikle gelir, eğitim, yaş, cinsiyet, hane halkı genişliği, annenin çalışma durumu ve ailedeki çocuk varlığının süt tüketimini etkilediği bildirmişlerdir. Yaptığımız çalışmada tüketicilerin %53'lük bir oranla süt ve süt ürünlerinin Hijyen koşullarında üretim sağlanmalı

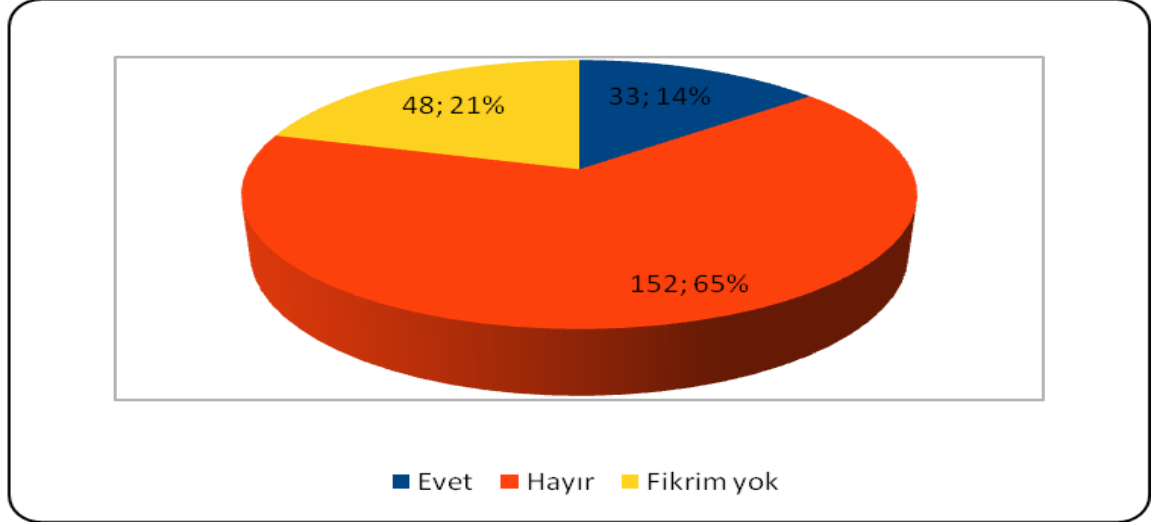
gerektiğine inanmaktadır. %16'lık oranla fiyatların düşürülmesi gerektiği ve %16'lık oranla da süt tüketimine ilişkin reklamların artırılması gerektiğini ifade etmiştir.



Şekil 45 . Katılımcılara Göre Süt Tüketiminin Artırılabilmesi İçin Yapılması Gerekenlere Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.25.Yurt dışından Yapılan Süt İthalatını Destekleyip Desteklemediklerine Göre Dağılım

Katılımcıların yurt dışından süt ithalatını destekleyip desteklemediklerine göre dağılımları şekil 46'da verilmiştir. Şekilde oransal olarak incelendiğinde %65'lik oranla hayır cevabı verenlerin büyük çoğunlukta oldukları görülürken, %14'lük oranlı katılımcıların evet cevabını vererek yurt dışı ithalatı destekledikleri görülmektedir. Ayrıca katılımcıların %21'lik kısmı konu hakkında fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir.



Şekil 46. Katılımcıların Yurt Dışından Yapılan Süt İthalatını Destekleyip Desteklemediklerine Göre Dağılımları

Katılımcıların yurt dışından yapılan süt ithalatını destekleyip desteklemedikleri konusunda verilen cevaplar arasındaki farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 51'de verilmektedir. Buna göre ki kare değerinin 108,163 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların yurt dışından yapılan süt ithalatının desteklenip desteklenmediği konusunda verilen cevaplar bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 51. Katılımcıların Yurt Dışından Yapılan Süt İthalatını Destekleyip Desteklemediklerine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

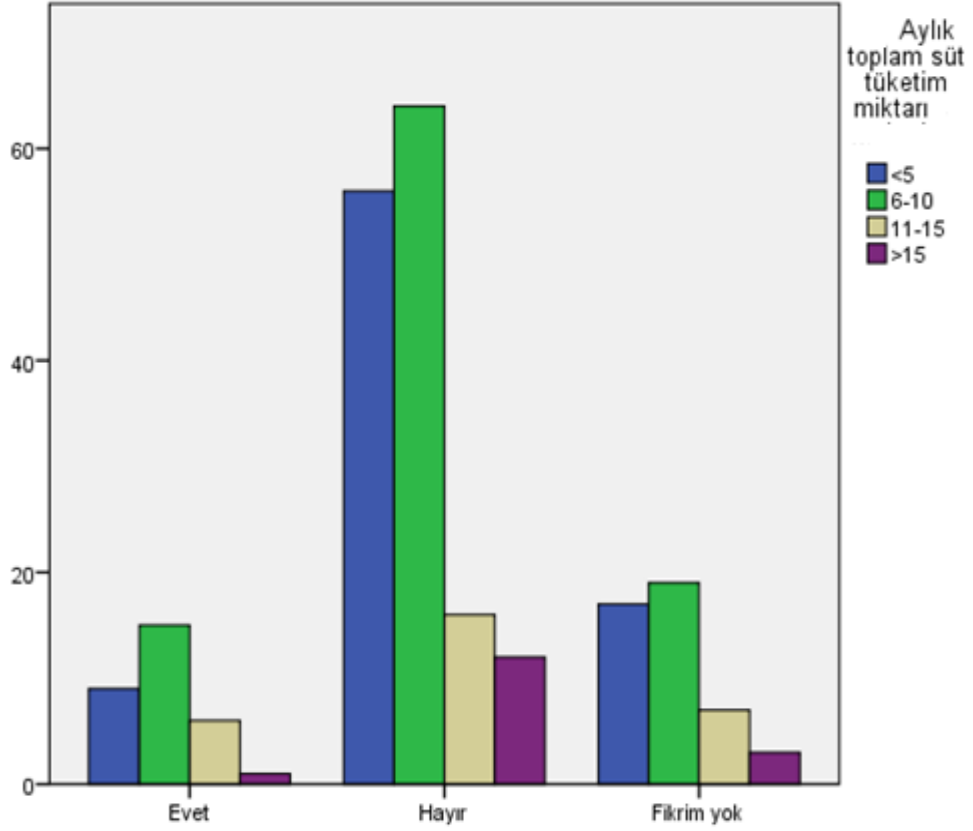
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Organik Süt Tercih Durumu	Gözlenen	Beklenen
Evet	33	77,7
Hayır	152	77,7
Fikrim yok	48	77,7
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	108,163**	

Katılımcılardan yurt dışından ithal edilen sütleri destekleyip desteklememesi ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların ithalata destekleyip desteklemedikleri dağılımları Çizelge 52'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcıların süt ithalatını destekleyip desteklememe durumları ile aylık toplam süt tüketimde değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir. Katılımcıların süt ithalatını destekleyip desteklemediklerinin süt tüketim gruplarına göre dağılımı ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 47'de verilmiştir.

Tüketicilerin %65'inin ithalatın olmasına karşı olduklarını ve %21'inin ise görüşlerinin olmadığını belirtmeleri %86'lık kesimin aslında ithalata karşı olduğunu göstermektedir. Bunun cevabı bir sonraki soruda yer almakta, tüketiciler aslında ithal ürüne güvenmemektedirler. Bu nedenle ithalata karşı durmasalar bile onaylamamaktadırlar.

Çizelge 52. Katılımcıların Yurt Dışından Yapılan Süt İthalatını Destekleyip Desteklememe Durumlarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

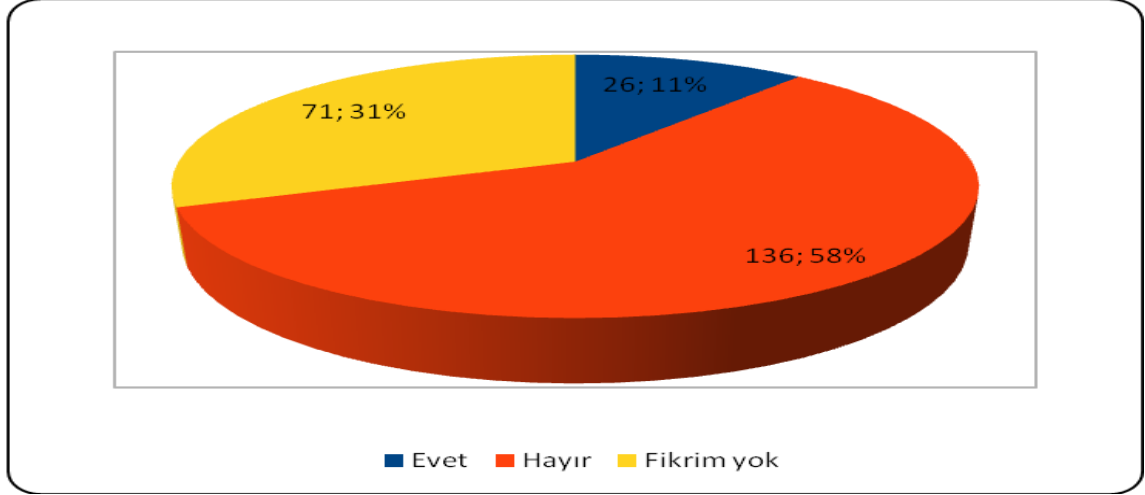
		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Tüketim Konusunda Yurtdışından Yapılan Süt İthalatını Destekleyip Desteklemediği	Evet	9	15	6	1	31
	Hayır	56	64	16	12	148
	Fikrim yok	17	19	7	3	46
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		3,355				



Şekil 47 . Yurt Dışından Yapılan İthalatı Destekleyip Desteklememesine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.26.İthal Olarak Gelen Sütlerin Sağlıklı Olup Olmadığına Göre Dağılım

Katılımcıların ithal olarak gelen ürünlerin sağlıklı olup olmadıkları konusunda verilen cevapların dağılımı şekil 48'de verilmiştir. Şekilde oransal olarak incelendiğinde %58'lik oranla hayır cevabı verenlerin büyük çoğunlukta oldukları görülürken, %11'lik oranlı katılımcıların evet cevabını vererek ithal olarak gelen ürünlerin sağlıklı oldukları yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir. Ayrıca katılımcıların %31'lik kısmı konu hakkında fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir.



Şekil 48. Katılımcıların İthal Gelen Sütleri Sağlıklı Bulup Bulmadıklarına Göre Dağılımları

Katılımcıların ithal olarak gelen ürünlerin sağlıklı olup olmadıkları konusunda verilen cevaplar arasındaki farklılığının önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 53'de verilmektedir. Buna göre ki kare değerinin 78,755 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların ithal olarak gelen ürünlerin sağlıklı olup olmadıkları konusunda verilen cevaplar bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 53. Katılımcıların İthal Gelen Sütleri Sağlıklı Bulup Bulmadıklarına Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

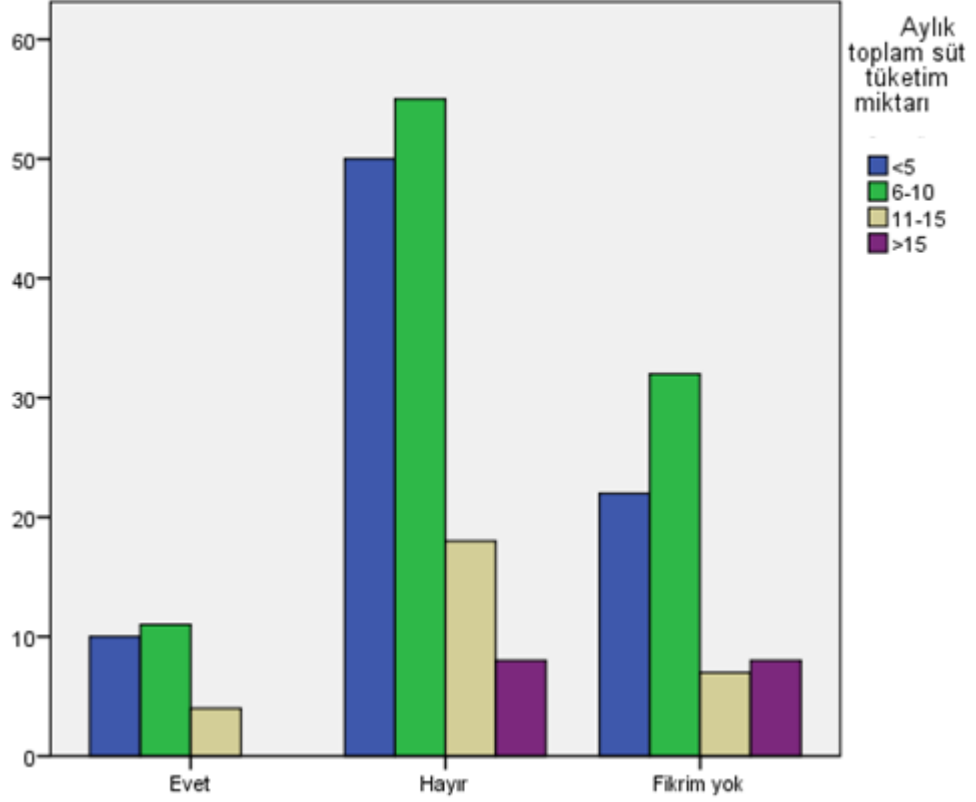
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Sağlıklı Bulup Bulmama	Gözlenen	Beklenen
Evet	26	77,7
Hayır	136	77,7
Fikrim yok	71	77,7
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	78,755**	

Katılımcıların ithal gelen sütleri sağlıklı bulup bulmadıkları ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların ithal gelen sütleri sağlıklı bulup bulmadıklarına göre dağılımları Çizelge 54'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcıların ithal olarak gelen sütlerin sağlıklı bulunup bulunmadığı durumları ile aylık toplam süt tüketimde değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir. Katılımcıların ithal olarak gelen sütlerin sağlıklı bulunup bulunmadığı süt tüketim gruplarına göre dağılımı ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 49'da verilmiştir.

Yaptığımız çalışmada tüketicilerin yaklaşık 2/3'lük bir bölümünün yurt dışından ithal edilen sütlerin sağlıklı olmadığına inandığı görülmüştür. Ancak %31'lik kısmı ise konu hakkında bilgisinin olmadığını ifade etmiştir. Buna göre yurt dışından ithal edilen süt ve süt ürünlerine güvenin çok düşük miktarda olduğu söylenebilir.

Çizelge 54. Katılımcıların İthal Olarak Gelen Sütleri Sağlıklı Bulup Bulmadığı Durumlarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

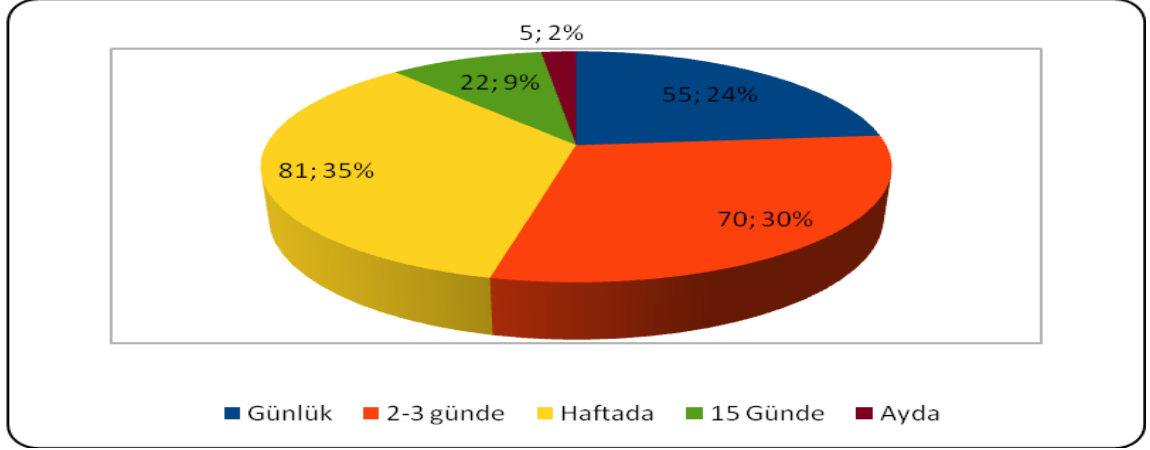
		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı (Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
İthal Olarak Gelen Ürünlerin Sağlıklı Bulunup Bulunmadığı	Evet	10	11	4	0	25
	Hayır	50	55	18	8	131
	Fikrim yok	22	32	7	8	69
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		5,367				



Şekil 49 . Yurt Dışından İthal Edilen Sütlerin Sağlıklı Bulunup Bulunmadığı Durumlarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.27.İçme Sütünü Satın Alma Sıklığına Göre Dağılım

Katılımcıların içme sütünü satın alma sıklığına konusunda verdikleri cevapların dağılımı şekil 50'de verilmiştir. Şekil oransal olarak incelendiğinde içme sütünü satın alma sıklığı konusunda katılımcıların %35'lik kısmı haftada derken, %30'luk kısmı 2-3 günde, %24'lük kısmı günlük, %9'luk kısmı 15 günde ve %2'lik kısmı ayda olarak belirtmişlerdir.



Şekil 50. Katılımcıların İçme Sütünü Satın Alma Sıklıklarına Göre Dağılımları

Katılımcıların içme sütü satın alma sıklığı konusunda verdikleri cevaplar arasındaki farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 55'de verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 88,781 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların içme sütü satın alma sıklığı konusunda verilen cevaplar bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 55. Katılımcıların İçme Sütünü Satın Alma Sıklıklarına Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

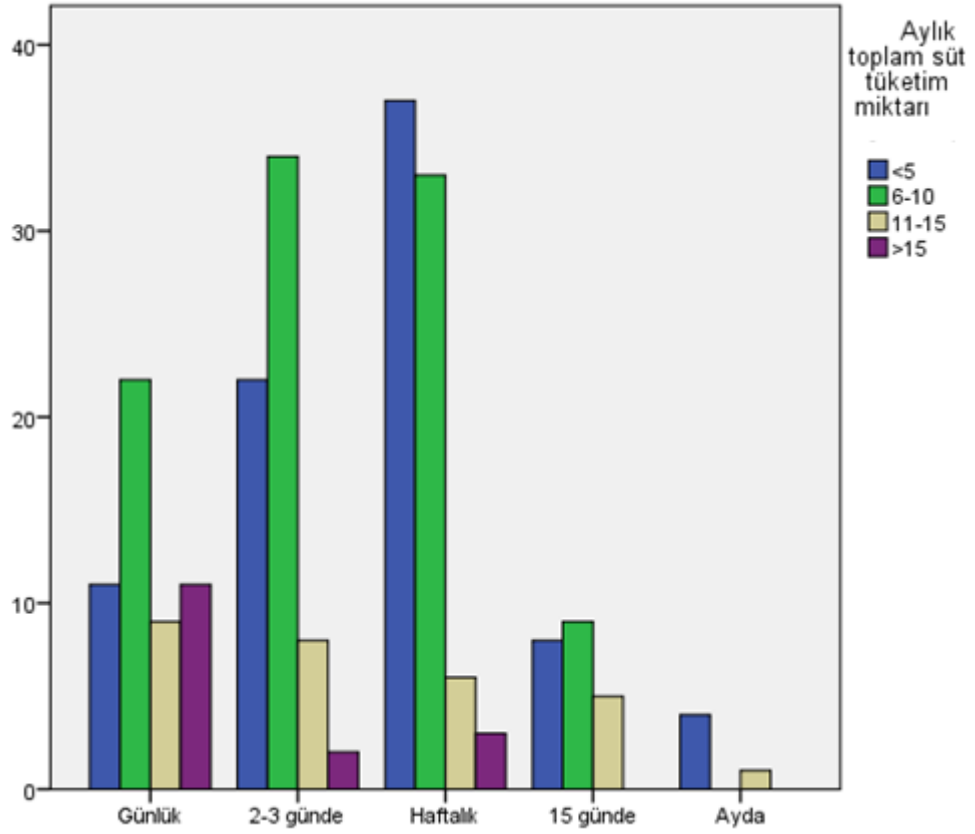
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
İçme Sütü Satın Alma Süreleri	Gözlenen	Beklenen
Günlük	55	46,6
2-3 günde	70	46,6
Haftada	81	46,6
15 günde	22	46,6
Ayda	5	46,6
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	88,781**	

Katılımcıların içme sütünü satın alma sıklıkları ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların içme sütünü satın alma sıklıklarına göre dağılımları Çizelge 56'da verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcıların içme sütünü satın alma sıklığı ile aylık toplam süt tüketimde değişiminin istatistiksel olarak önemli olduğu görülmektedir.

Çizelge 56. Katılımcıların İçme Sütünü Satın Alma Sıklıkları Durumlarına Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı(Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
İçme Sütünü Satın Alma Sıklığı	Günlük	11	22	9	11	53
	2-3 günde	22	34	8	2	66
	Haftalık	37	33	6	3	79
	15 günde	8	9	5	0	22
	Ayda	4	0	1	0	5
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		34,825**				

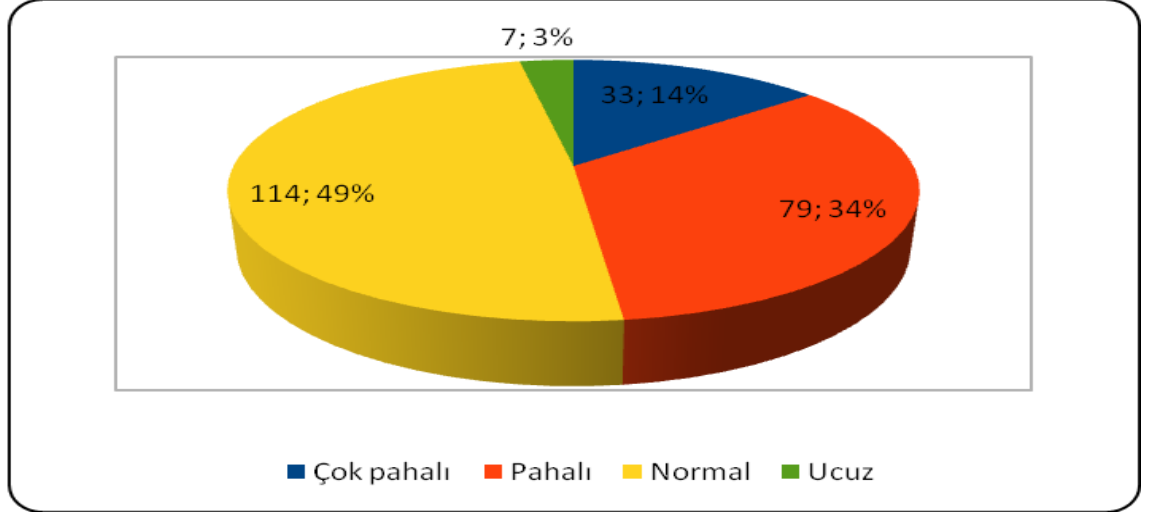
Klesges ve ark. (1999) yaptıkları çalışmada tüketicilerin %51.7'sinin her gün, %17.9'unun ise günde üç bardak süt içtiklerini belirtmişlerdir Yapılan çalışmada tüketicilerin %24'ünün günlük olarak süt tükettiklerini ifade etmeleri her dört kişiden birinin günlük süt aldığı anlamını taşımaktadır. %30'luk kısım ise haftada bir kaç kez süt almakta ve tüketmektedir. Haftada bir kez alanların oranı ise %35 olmuştur. Buna göre tüketicilerin %89'luk kısmı hafta içi mutlaka süt tüketmiştir. Buna göre çalışma alanı süt tüketimi konusunda iyi durumdadır denilebilir. Katılımcıların İçme sütünü satın alma sıklığının süt tüketim gruplarına göre dağılımı ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 51'de verilmiştir.



Şekil 51 . Katılımcıların İçme Sütünü Satın Alma Sıklığı Durumuna Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.28.Süt Fiyatları Hakkındaki Düşüncelerine Göre Dağılım

Katılımcıların süt fiyatları hakkındaki düşüncelerine göre dağılımı şekil 52'de verilmiştir. Şekil oransal olarak incelendiğinde süt fiyatları hakkındaki düşünceleri konusunda katılımcıların %49'lık kısmı normal derken, %34'lük kısmı pahalı, %14'lük kısmı çok pahalı ve %3'lük kısmı ucuz bulunduğunu belirtmişlerdir.



Şekil 52. Katılımcıların Süt Fiyatları Hakkındaki Düşüncelerine Göre Dağılımları

Katılımcıların süt fiyatları hakkında verdikleri cevaplar arasındaki farklılığın önemlilik derecesinin test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 57'de verilmektedir. Buna göre ki kare değerinin 116,785 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların süt fiyatları hakkında vermiş oldukları cevaplar bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 57. Katılımcıların Süt Fiyatları Hakkındaki Düşüncelerine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

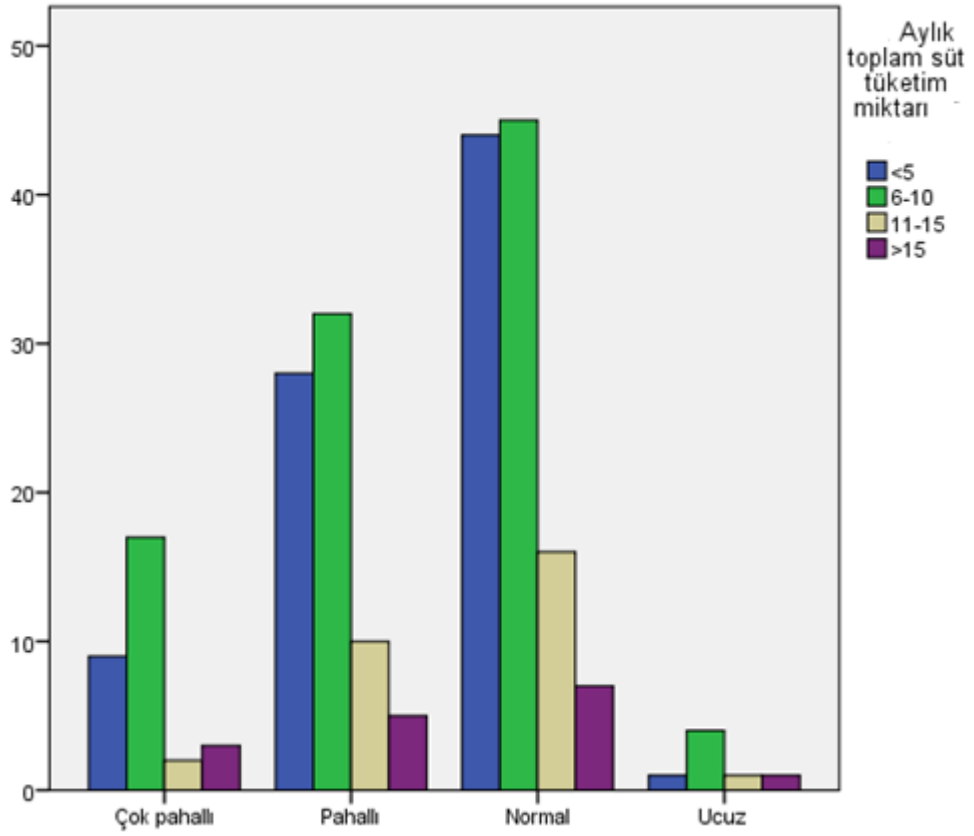
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Fiyat hakkındaki düşünceler	Gözlenen	Beklenen
Çok pahalı	33	58,3
Pahalı	79	58,3
Normal	114	58,3
Ucuz	7	58,3
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	116,785**	

Katılımcıların süt fiyatı hakkındaki düşünceleri ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların süt fiyatı hakkındaki düşüncelerine göre dağılımları Çizelge 58'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcıların içme sütünü satın alma sıklığı ile aylık toplam süt tüketimde değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir.

Çizelge 58. Katılımcıların Süt Fiyatları Hakkındaki Düşüncelerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Süt Ürünlerinin Fiyatını Nasıl Buldukları	Çok pahalı	9	17	2	3	31
	Pahalı	28	32	10	5	75
	Normal	44	45	16	7	112
	Ucuz	1	4	1	1	7
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		5,304				

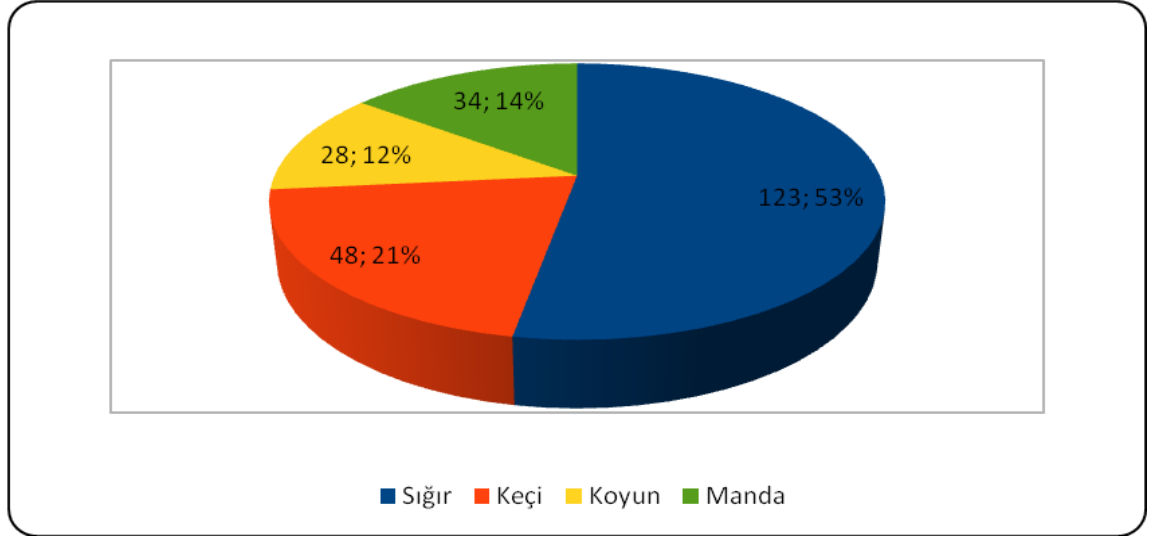
Özel (2008) yaptığı çalışmada satın alınan ürünlerde genel olarak fiyatın belirleyici olduğunu, yüksek fiyatın alım miktarını azaltmada etkili olduğunu belirtmiştir. Gündüz ve ark. (2013) yaptıkları çalışmada benzer şekilde fiyatın yükselmesinin alımı etkilediğini vurgulamışlardır. Yapılan çalışmada tüketiciler %49 oranında fiyatı normal bulurken, %34'ü pahalı ve %14'ü ise çok pahalı bulmuştur. Yani tüketicilerin yaklaşık yarısı süt fiyatlarını pahalı bulmaktadır. Katılımcıların süt fiyatları hakkındaki düşüncelerinin süt tüketim gruplarına göre dağılımı ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 53'de verilmiştir.



Şekil 53 . Katılımcıların Süt Fiyatları Hakkındaki Düşüncelerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.29.Süt Hayvanı Tercihlerine Göre Dağılımı

Katılımcıların süt hayvanı tercihinine göre dağılımları şekil 54'te verilmiştir. Şekil oransal olarak incelendiğinde katılımcıların %53'lük oranın sığır tercihinde bulunduğu, bunu sırasıyla %21 keçi, %14 manda ve %12 koyunun takip ettiği görülmektedir.



Şekil 54. Katılımcıların Süt Hayvanı Tercihlerine Göre Dağılımları

Katılımcıların süt hayvanı tercihleri konusunda verdikleri cevaplar arasındaki farklılığının önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 59'da verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 99,584 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların süt hayvanı tercihleri hakkında vermiş oldukları cevaplar bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 59. Katılımcıların Süt Hayvanı Tercihlerine Göre Ki Kare Analiz Sonuçları

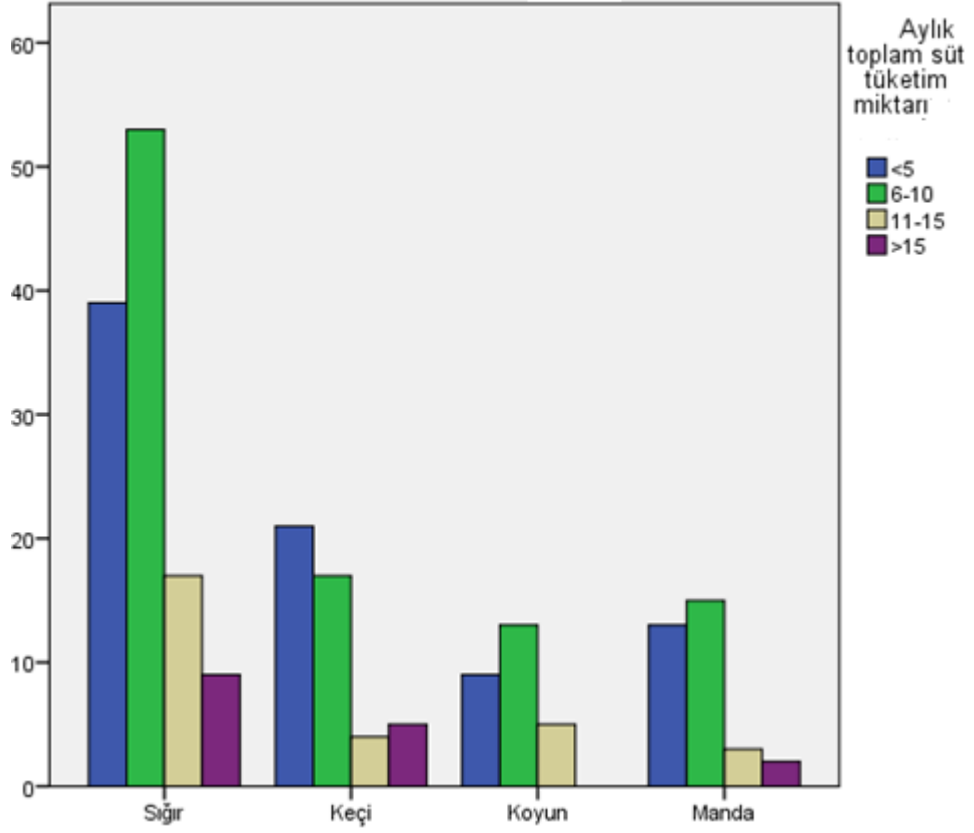
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Süt Hayvanları	Gözlenen	Beklenen
Sığır	123	58,3
Keçi	48	58,3
Koyun	28	58,3
Manda	34	58,3
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	99,584**	

Katılımcıların süt hayvanı tercihleri ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların süt hayvanı tercihlerinin dağılımları Çizelge 60'da verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcıların süt hayvanı tercihleri ile aylık toplam süt tüketimde değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir.

Çizelge 60. Katılımcıların Süt Hayvanı Tercihlerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı (Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Tercih Edilen Süt Hayvanı	Sığır	39	53	17	9	118
	Keçi	21	17	4	5	47
	Koyun	9	13	5	0	27
	Manda	13	15	3	2	33
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		6,976				

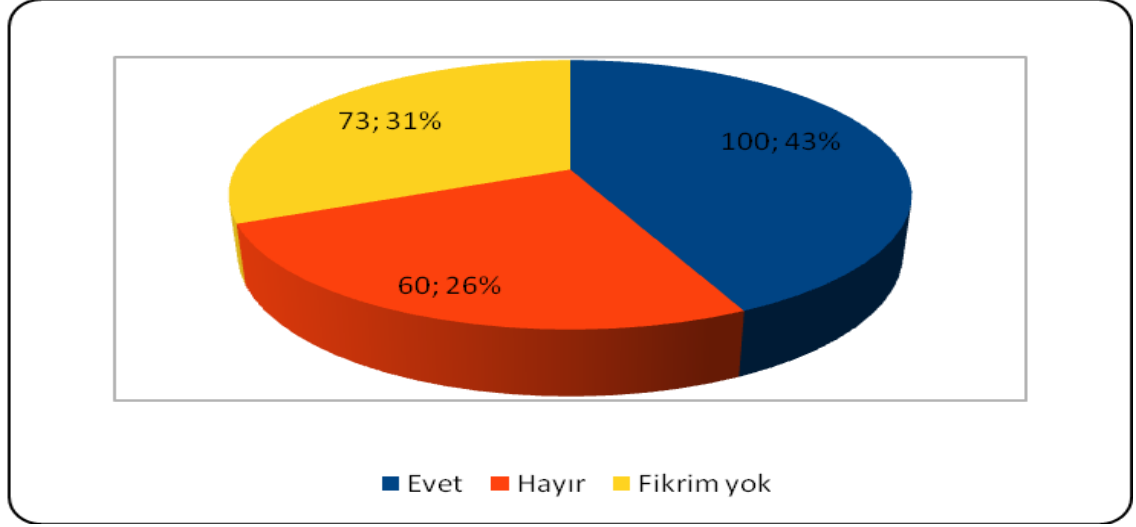
Şeker ve ark. (2012) %79'luk kısmın inek sütü tercih ettiğini belirtmişlerdir. Savran ve ark (2011) kentlerde yaşayan halkın %5'inin keçi sütü tercih ettiğini süt tüketim tercihini gelirin ve demografik yapının belirlediğini belirtmişlerdir. Yapılan çalışmada tüketicilerin %53'ü inek sütünü tercih etmiştir. Bunu %21 ile keçi sütü ve %14 ile koyun sütü izlemiştir. Bu sonuçlara göre inek sütünün genel bir kabul gördüğü söylenebilir. Katılımcıların süt hayvanı tercihlerinin süt tüketim gruplarına göre dağılımı ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 55'te verilmiştir.



Şekil 55 . Katılımcıların Süt Hayvanı Tercihlerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.30.Süt Tüketiminde Protein ve Yağ Oranına Önem Vermeleri Bakımından Dağılım

Katılımcıların süt tüketiminde protein ve yağ oranına önem vermeleri bakımından dağılımları şekil 56'da verilmiştir. Şekil oransal olarak incelendiğinde katılımcıların %43'lük oranın evet cevabını verirken, %26'lık kısmın hayır cevabını verdiği görülmektedir. Ayrıca bunu %31'lik kısım fikrim yok seçeneğinin geldiği görülecektir.



Şekil 56.Katılımcıların Süt Tüketiminde Protein ve Yağ Oranına Önem Vermeleri Bakımından Dağılımları

Katılımcıların süt tüketiminde protein ve yağ oranına önem vermeleri konusunda verdikleri cevaplar arasındaki farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 61'de verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 10,721 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların süt tüketiminde protein ve yağ oranına önem vermeleri konusunda vermiş oldukları cevaplar bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olmadığını göstermektedir.

Çizelge 61.Katılımcıların Süt Tüketiminde Protein ve Yağ Oranına Önem Vermeleri Bakımından Ki Kare Analiz Sonuçları

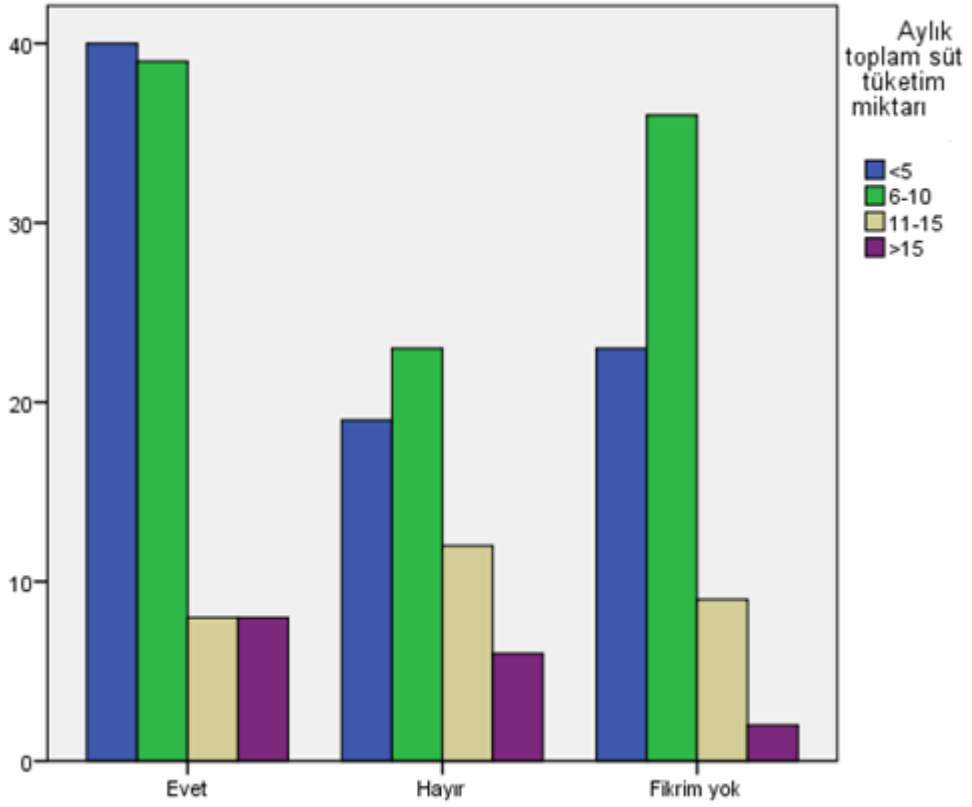
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Önem Verip Vermeme Durumu	Gözlenen	Beklenen
Evet	100	77,7
Hayır	60	77,7
Fikrim yok	73	77,7
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	10,721	

Katılımcıların süt tüketiminde protein ve yağ oranına önem vermeleri ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların süt tüketiminde protein ve yağ oranına önem verme dağılımları Çizelge 62'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcıların süt tüketiminde protein ve yağ oranına önem vermeleri ile aylık toplam süt tüketiminde değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir.

Çizelge 62. Katılımcıların Süt Tüketiminde Protein ve Yağ Oranına Önem Vermelerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı (Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Süt Tüketiminde Protein ve Yağ Oranına Önem Verip Vermeme Durumu	Evet	40	39	8	8	95
	Hayır	19	23	12	6	60
	Fikrim Yok	23	36	9	2	70
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		9,507				

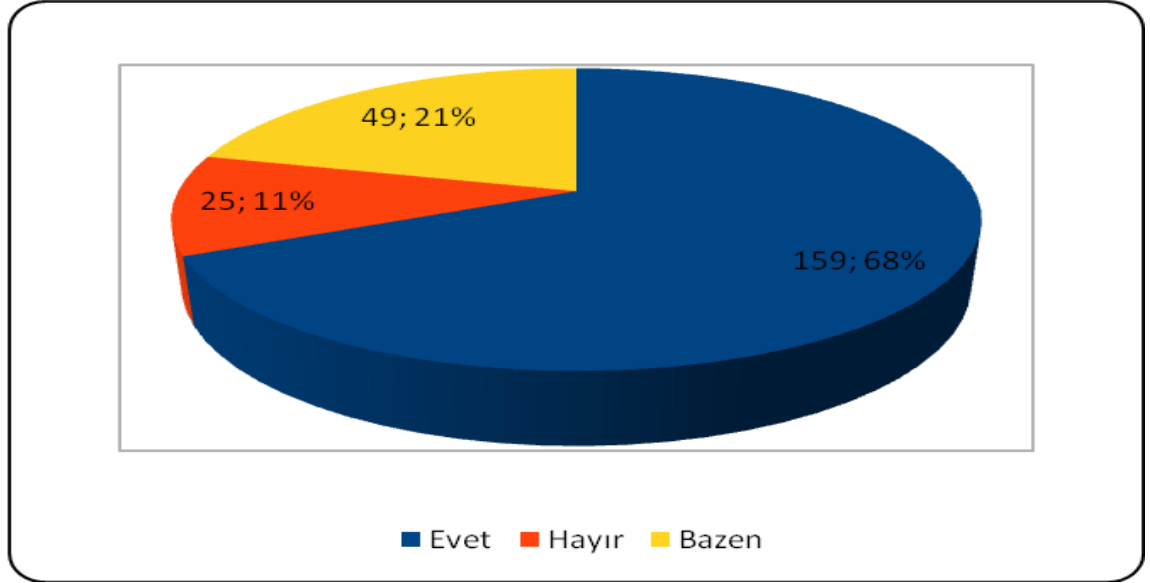
Önsüz ve ark. (2012) yaptıkları çalışmada tüketicilerin %93.6'sının sütteki kalsiyum için tükettiklerini tespit etmişlerdir. Sütteki yağ ve protein oranının pek bilinmediği görülmektedir. Şeker ve ark. (2012) yaptıkları çalışmada tüketicilerin %60.2 'sinin sütteki yağ miktarına özel önem vermişlerdir. Özel (2008) ise sütteki yağın tüketimde temel belirleyici olduğunu tespit etmiştir. Katılımcıların %43'lük kısmı önem verdiğini belirtirken %26'lık kısmı önem vermediğini ifade etmiştir. Ancak, %31'lik kısmın görüş belirtmemesi dikkat çekicidir. Bu kişilerin önem vermediği düşünüldüğünde, katılımcıların yarıdan fazlasının bu konuya önem vermediği görülmektedir. Katılımcıların süt tüketiminde protein ve yağ oranına önem vermeleri süt tüketim gruplarına göre dağılımı ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 57'de verilmiştir.



Şekil 57 . Katılımcıların Süt Tüketiminde Protein ve Yağ Oranına Önem Vermelerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.31.Süt Alırken Son Kullanma Tarihine Dikkat Edip Etmeme Konusu Bakımından Dağılım

Katılımcıların süt alırken son kullanma tarihine dikkat edip etmeme konusu bakımından dağılımları şekil 58'de verilmiştir. Şekil oransal olarak incelendiğinde katılımcıların %68'lik oranın evet cevabını verirken, %11'lik kısmın hayır cevabını verdiği görülmektedir. Ayrıca bunu %21'lik kısım bazen seçeneğinin geldiği görülecektir.



Şekil 58. Katılımcıların Süt Alırken Son Kullanma Tarihine Dikkat Edip Etmemesi Bakımından Dağılımları

Katılımcıların süt alırken son kullanma tarihine dikkat edip etmeme konusunda verdikleri cevaplar arasındaki farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 63'te verilmektedir. Buna göre ki kare değerinin 131,468 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların süt alırken son kullanma tarihine dikkat etmeleri konusunda vermiş oldukları cevaplar bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 63. Katılımcıların Süt Alırken Son Kullanma Tarihine Dikkat Edip Etmemesi Bakımından Ki Kare Analiz Sonuçları

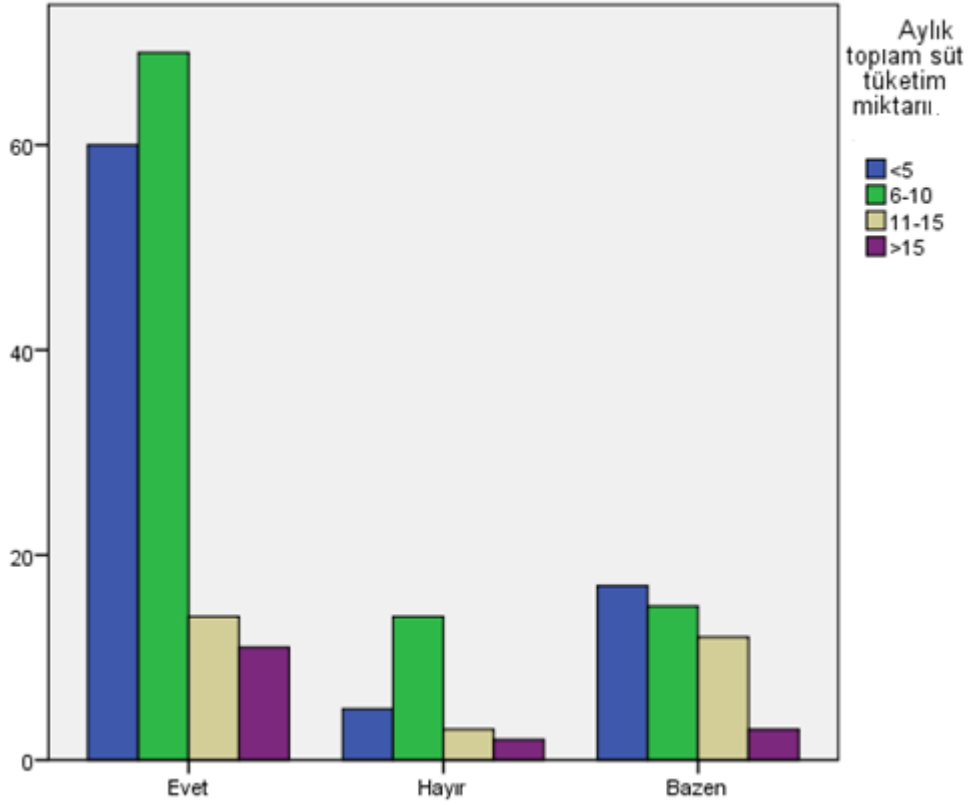
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Dikkat edip etmem	Gözlenen	Beklenen
Evet	159	77,7
Hayır	25	77,7
Bazen	49	77,7
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	131,468**	

Katılımcıların süt alırken son kullanma tarihine dikkat edip etmemeleri ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların süt alırken son kullanma tarihine dikkat edip etmeme durumları Çizelge 64'te verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcıların süt alırken son kullanma tarihine dikkat edip etmemeleri ile aylık toplam süt tüketimdeki değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir.

Çizelge 64. Katılımcıların Süt Tüketiminde Protein ve Yağ Oranına Önem Vermelerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı (Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Süt Ürünleri Alırken Son Kullanma Tarihine Dikkat Edip Etmeme Durumu	Evet	60	69	14	11	154
	Hayır	5	14	3	2	24
	Bazen	17	15	12	3	47
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		12,235				

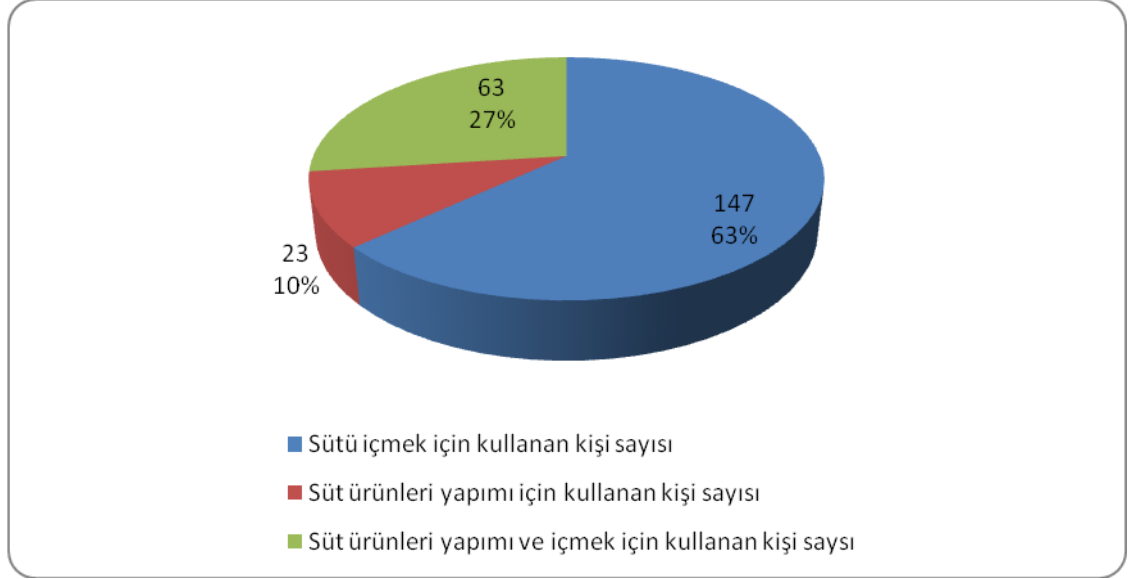
Uzunöz ve ark. (2008) Tokat ilinde yaptıkları çalışmada bilinç düzeyi arttıkça süt ve süt ürünlerinin etiketlerini incelediklerini tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Gün ve Orhan (2011), Dilber ve ark (2012) ve Güneş ve ark (2014) benzer sonuçları bulurken, tüketicilerin etiketlerdeki bilgilerin anlaşılır ve okunabilir olmasına dikkat ettiklerini ifade etmişlerdir. Yaptığımız çalışmada tüketicilerin %68'inin ürünü alırken son tüketim tarihinin bakıyor olması tüketiciler açısından belli bir bilinç düzeyinin oluştuğunu göstermektedir. Katılımcıların süt alırken son kullanma tarihine önem verip vermemelerinin süt tüketim gruplarına göre dağılımı ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 59'da verilmiştir.



Şekil 59 . Katılımcıların Süt Alırken Son Kullanma Tarihine Önem Verip Vermemelerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.32.Sütü Ne Şekilde Tükettikleri Konusu Bakımından Dağılım

Katılımcıların sütü ne şekilde tükettikleri konusunda dağılımları şekil 60'da verilmiştir. Şekil oransal olarak incelendiğinde katılımcıların %63'lük oranın sütü içmek için kullandığı, %27'lik oranın sütü süt ürünleri yapımında ve içmek için kullandığını belirtirken, %10'luk oranın sütü süt ürünleri yapımında kullandığını belirttiği görülecektir.



Şekil 60. Katılımcıların Sütü Ne Şekilde Tükettikleri Konusu Bakımından Dağılımları

Katılımcıların sütü ne şekilde tükettikleri konusunda verdikleri cevaplar arasındaki farklılığının önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 65'te verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 103,142 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların sütü ne şekilde tükettikleri konusunda vermiş oldukları cevaplar bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 65. Katılımcıların Sütü Ne Şekilde Tükettikleri Konusu Bakımından Ki Kare Analiz Sonuçları

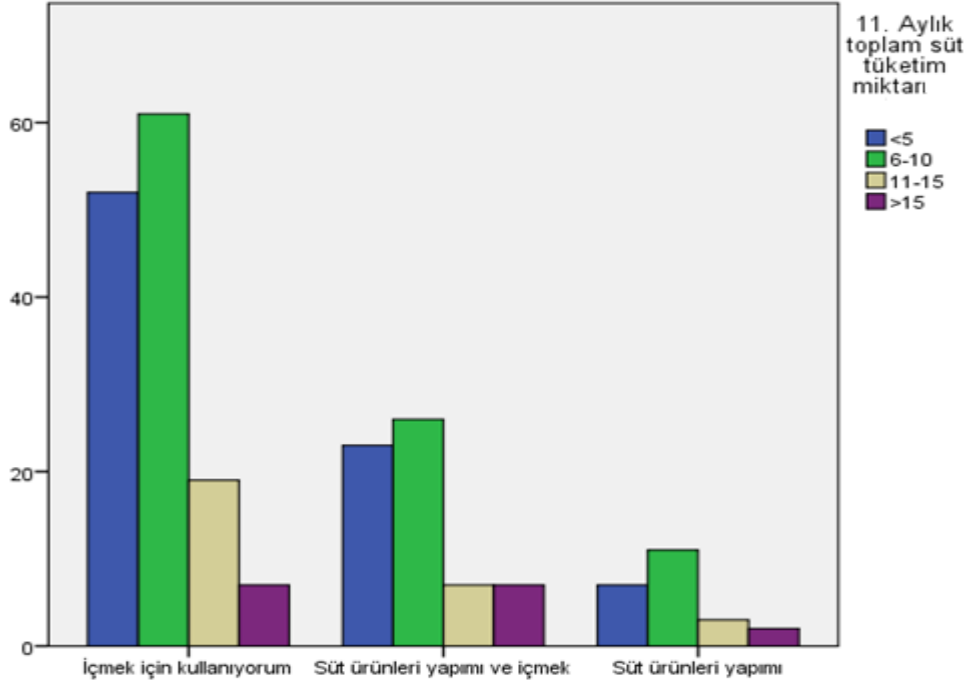
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Sütün Tüketim Şekli	Gözlenen	Beklenen
İçmek için kullanan	147	77,7
Süt ürünleri yapımı ve içmek	63	77,7
Süt ürünleri yapımı	23	77,7
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	103,142**	

Katılımcıların sütü ne şekilde tükettikleri konusu ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların sütü ne şekilde tükettikleri Çizelge 66'te verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcıların sütü ne şekilde tükettikleri konusu ile aylık toplam süt tüketimdeki değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir.

Çizelge 66. Katılımcıların Sütü Ne Şekilde Tükettiklerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		11. Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı (Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Sütü Ne Şekilde Tüketiyor	İçmek İçin Kullanıyorum	52	61	19	7	139
	Süt Ürünleri Yapımı Ve İçmek	23	26	7	7	63
	Süt Ürünleri Yapımı	7	11	3	2	23
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		3,000				

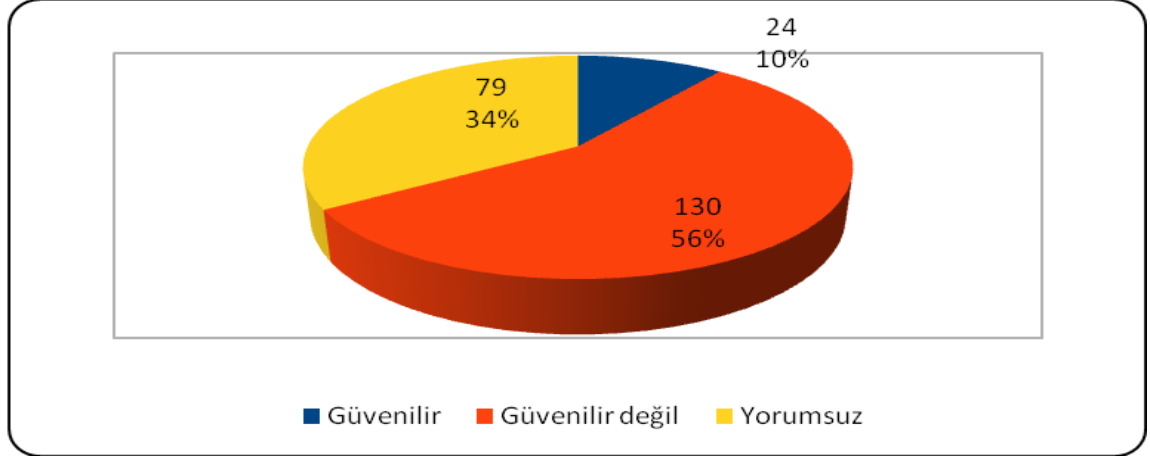
Katılımcıların sütü ne şekilde tükettikleri süt tüketim gruplarına göre dağılımı ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 61'de verilmiştir.



Şekil 61 . Katılımcıların Sütü Ne Şekilde Tükettiklerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.33.Sokak Sütü Hakkında Düşünceleri Bakımından Dağılım

Katılımcıların sokak sütü hakkındaki düşünceleri bakımından dağılımları şekil 62'de verilmiştir. Şekil oransal olarak incelendiğinde katılımcıların %56'lık oranın güvenilir olmadığını düşünürken, %34'lük orana sahip katılımcılar konu hakkında yorumsuz kalmışlardır ve bunu %10'luk güvenilir bulan katılımcılar izlemektedir.



Şekil 62. Katılımcıların Sokak Sütü Hakkındaki Düşünceleri Bakımından Dağılımları

Katılımcıların sokak sütü hakkında düşünceleri konusunda verdikleri cevaplar arasındaki farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 67'de verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 72,369 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların sokak sütü hakkında düşünceleri konusunda vermiş oldukları cevaplar bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 67. Katılımcıların Sokak Sütü Hakkındaki Düşünceleri Bakımından Ki Kare Analiz Sonuçları

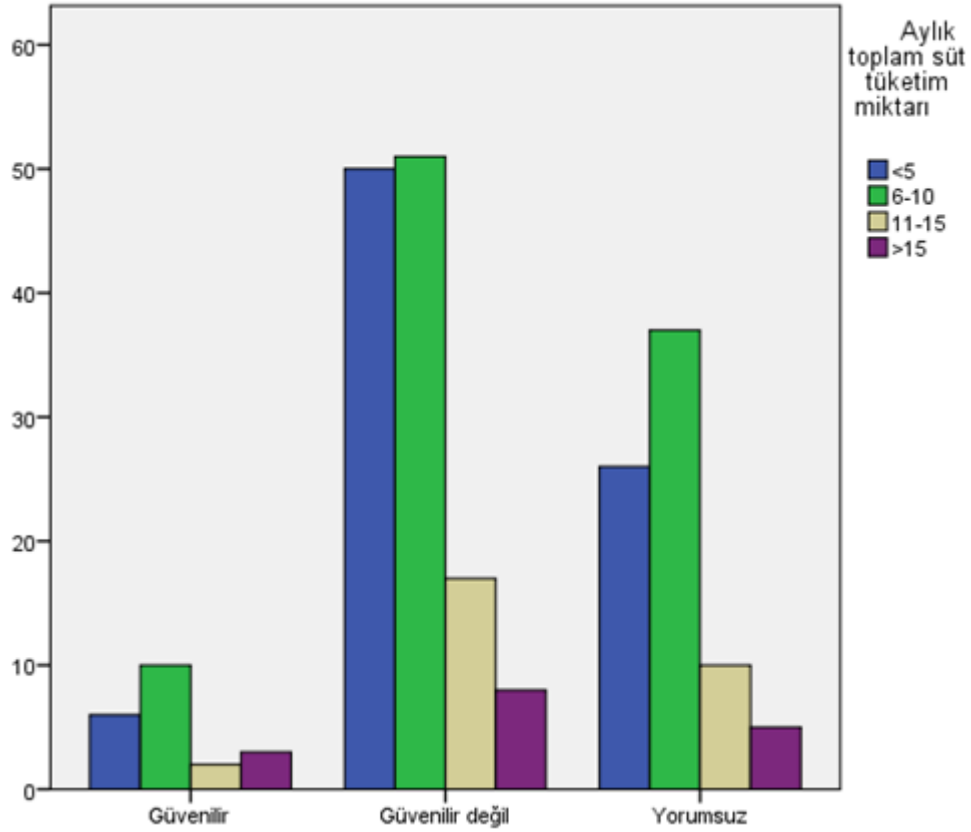
Ki Kare Analiz Sonuçları				
χ^2				
Sokak Sütü Hakkındaki Düşünceler	Gözlenen	Beklenen		
Güvenilir	24	77,7		
Güvenilir Değil	130	77,7		
Yorumsuz	79	77,7		
Toplam	233	233,0		
χ^2 Değeri	72,369**			

Katılımcıların sokak sütü hakkındaki düşünceleri ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların sokak sütü hakkındaki düşüncelerinin dağılımı Çizelge 68'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcıların sokak sütü hakkındaki düşünceleri ile aylık toplam süt tüketimdeki değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir.

Çizelge 68. Katılımcıların Sokak Sütü Hakkındaki Düşüncelerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Sokak Sütleri Hakkındaki Düşünceleri	Güvenilir	6	10	2	3	21
	Güvenilir Değil	50	51	17	8	126
	Yorumsuz	26	37	10	5	78
Toplam		82	98	29	16	225
		3,448				

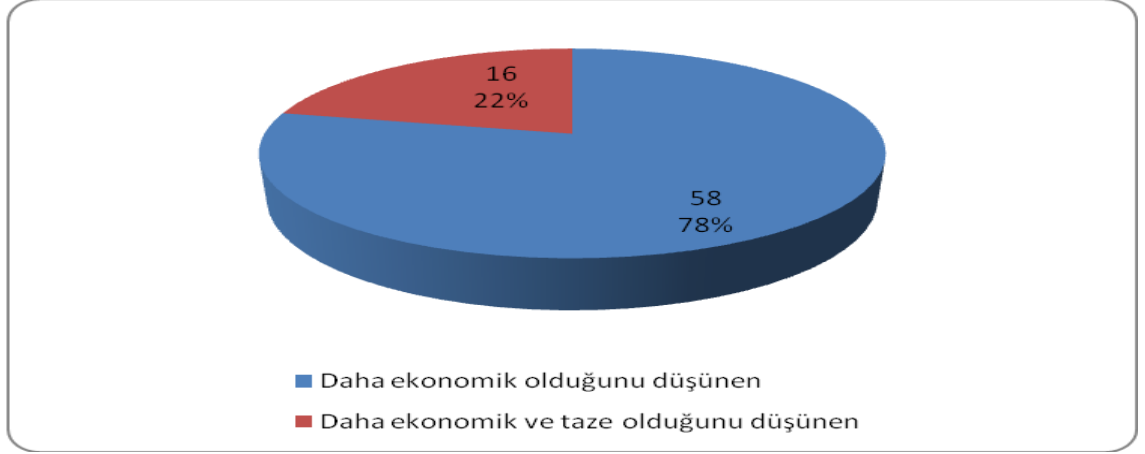
Akby ve Tiryaki (2007) yaptıkları çalışmada gelir ve eğitim seviyesinin artışına bağlı olarak sokak sütü tercihinin azaldığını tespit etmişlerdir. Önsüz ve ark (2012) yaptıkları çalışmada katılımcıların %77.1'i taze sağılmış inek sütü içmek istediğini, bunun için ise sokak sütü tercih edebileceklerini belirtmişlerdir. Yaptığımız çalışmada katılımcıların %56'sının sokak sütünü sağlıklı bulmadığı, sadece %10'unun güvenilir bulduğu görülmüştür. Buna göre sokak sütünün genel bir algı ile ve ticari firmaların reklam baskıları nedeniyle sağlıksız olduğu yönündeki inanışın hakim olduğu görülmektedir. Katılımcıların sokak sütü hakkındaki düşüncelerinin süt tüketim gruplarına göre dağılımı ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 63'te verilmiştir



Şekil 63 . Katılımcıların Sokak Sütü Hakkındaki Düşüncelerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.34.Sokak Sütü Alma Nedenleri Bakımından Dağılım

233 Katılımcımızdan 159'u sokak sütü almadığını belirtirken, 74 katılımcımızın sokak sütü alma nedenleri şekil 64'te gösterilmiştir. Şekli incelediğimizde bu katılımcılarımızın oransal olarak %78'inin sokak sütlerinin daha ekonomik olduğunu düşündüklerinden tercih ettiklerini, %22'sinin daha ekonomik ve taze oldukları için tercih ettiklerini belirttiklerini görürüz.



Şekil 64. Katılımcıların Sokak Sütü Alma Nedenleri Bakımından Dağılımları

Katılımcıların sokak sütü satın alma nedenleri konusunda verdikleri cevaplar arasındaki farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 69'da verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 23,838 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların sokak sütü satın alma nedenleri konusunda vermiş oldukları cevaplar bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 69. Katılımcıların Sokak Sütü Alma Nedenleri Bakımından Ki Kare Analiz Sonuçları

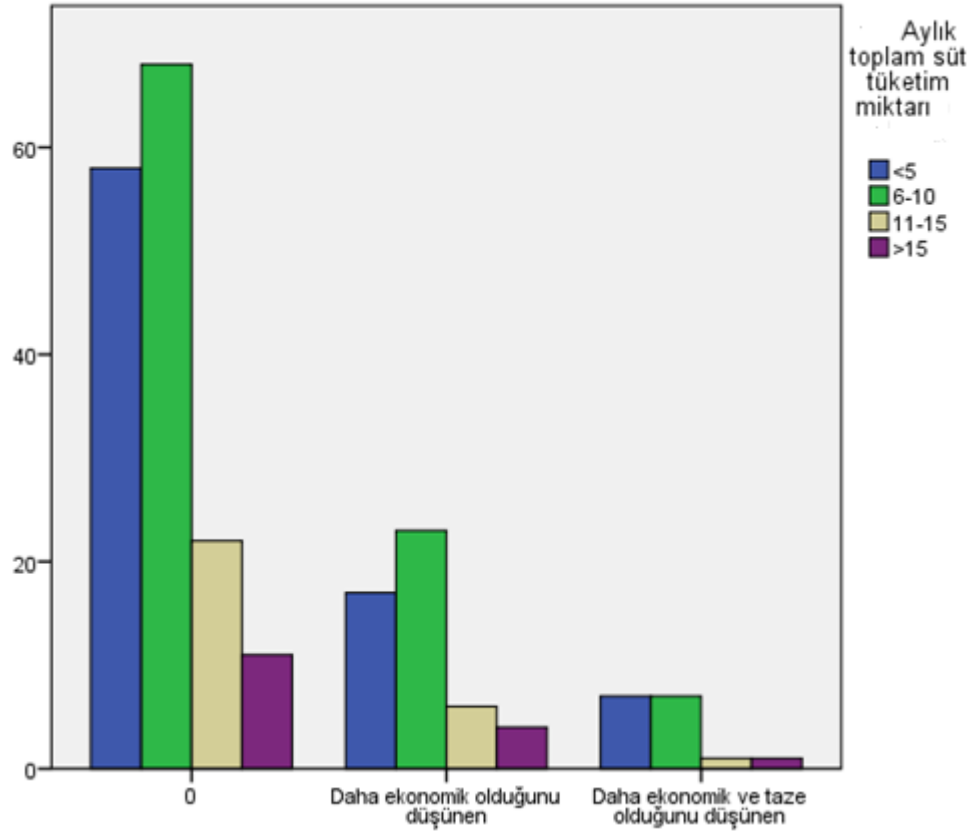
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Sokak Sütü Tercih Nedenleri	Gözlenen	Beklenen
Daha Ekonomik Olduğundan	58	37,0
Daha Ekonomik ve Taze Olduğundan	16	37,0
Toplam	74	74,0
χ^2 Değeri	23,838**	

Katılımcıların sokak sütü alma nedenleri ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların sokak sütü alma nedenlerinin dağılımı Çizelge 70'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcıların sokak sütü alma nedenleri ile aylık toplam süt tüketimindeki değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir.

Çizelge 70. Katılımcıların Sokak Sütü Alma Nedenlerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı(Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Sokak Sütü Alma Nedeni	0	58	68	22	11	159
	Daha Ekonomik Olduğunu Düşünen	17	23	6	4	50
	Daha Ekonomik Ve Taze Olduğunu Düşünen	7	7	1	1	16
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		1,177				

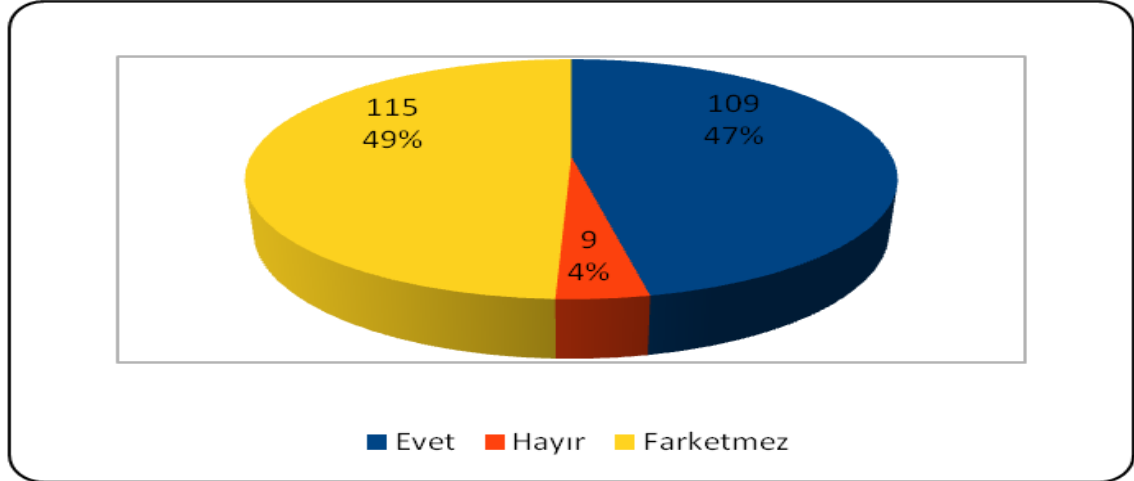
Katılımcıların yalnızca %10'unun sokak sütü aldığını düşündüğümüzde oldukça düşük bir sayıda olduğunu söyleyebiliriz. Bu sütü alanların ise %78'i ekonomik olduğu için aldığını söylerken, geri kalan kısmı ise daha taze olduğu için aldığını ifade etmiştir. Ekonomiklik olmasının daha ön plana çıktığı görülmektedir. Buna göre ekonomik yapının biraz iyileştirilmesi ile sokak sütü kullanımının daha da azalabileceğini söylemek mümkün gözükmektedir. Katılımcıların sokak sütü alma nedenlerinin süt tüketim gruplarına göre dağılımı ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 65'te verilmiştir



Şekil 65 . Katılımcıların Sokak Sütü Alma Nedenlerine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.35.Süt ve Süt Ürünü Alırken Ambalajın Önemliliği Bakımından Dağılım

Katılımcıların süt ve süt ürünleri alırken ambalajın önemliliği bakımından dağılımları şekil 66'da verilmiştir. Şekil oransal olarak incelendiğinde katılımcıların %49'luk oranının ambalajın önemini fark etmediğini belirtirken, %47'lik oranın ambalajın önemli olduğunu belirtmiş bunu % 9'luk oranla ambalajın önemli olmadığını görüşü takip etmiştir.



Şekil 66. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünü Satın Alırken Ambalajın Önemliliği Bakımından Dağılımları

Katılımcıların süt ve süt ürünleri alırken ambalajın önemliliği bakımından verdikleri cevaplar arasındaki farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 71'de verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 91,296 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların süt ve süt ürünleri alırken ambalajın önemliliğinin konusunda vermiş oldukları cevaplar bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 71. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünü Satın Alırken Ambalajın Önemliliği Bakımından Ki Kare Analiz Sonuçları

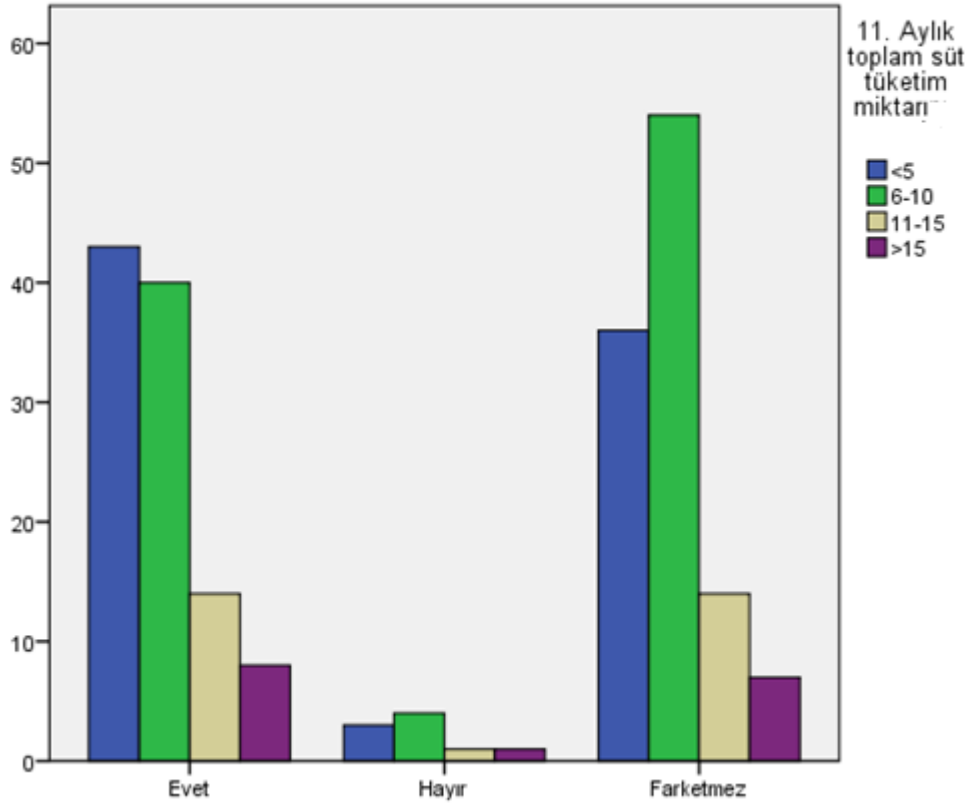
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Ambalaj önemli midir?	Gözlenen	Beklenen
Evet	109	77,7
Hayır	9	77,7
Fark etmez	115	77,7
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	91,296**	

Katılımcıların süt ve süt ürünü alırken ambalaja verdikleri önemlilik ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların süt ve süt ürünleri alırken ambalaja verdikleri önem dağılımları Çizelge 72'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcıların süt ve süt ürünleri alırken ambalaja verdikleri önem ile aylık toplam süt tüketimdeki değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir.

Çizelge 72. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Alırken Ambalajın Önemliliğine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Süt ve Süt Ürünü Alırken Ambalajın Önemliliği	Evet	43	40	14	8	105
	Hayır	3	4	1	1	9
	Farketmez	36	54	14	7	111
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		2,868				

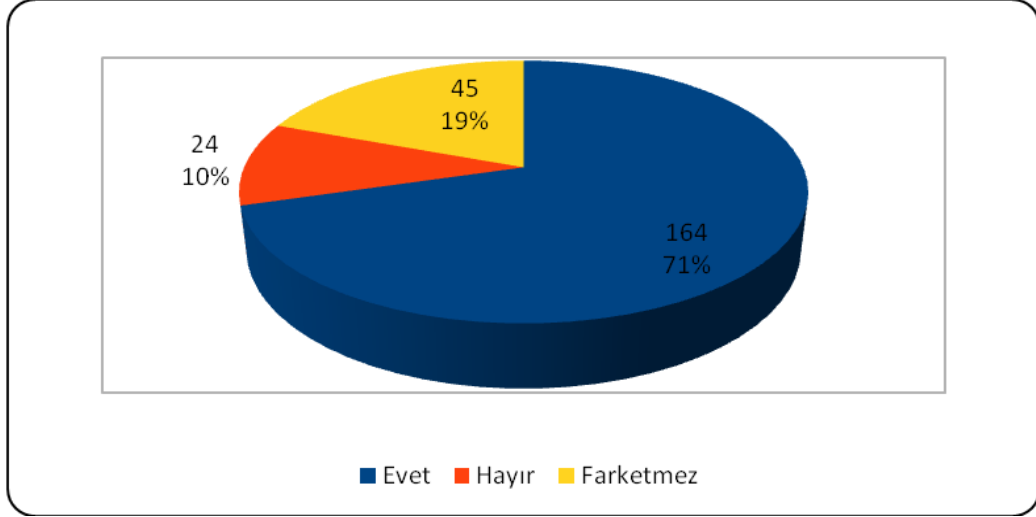
Ayginin (2001) Manisa ilinde yaptığı çalışmada katılımcıların %91.1'inin ambalajlı sütü tercih ettiklerini belirlemişlerdir. Örucü ve Tavşancı (2001) piyasada gıda ürünleri satışının en önemli belirleyicisinin ambalaj olduğunu belirtmişlerdir. Güncel Gıda Platformunun (2014) yaptığı çalışmada tüketicilerin %68'inin ambalajlı sütü tercih ettiklerini göstermiştir. Yapılan çalışmada tüketicilerin %47'sinin ambalajı önemsediklerini, ancak önemsemeyenlerin ise %4 olduğu görülmüştür. Buna göre tüketicilerin genel olarak ambalaja önem verdikleri söylenebilir. . Katılımcıların süt ve süt ürünü alırken ambalaja verdikleri önemlerin süt tüketim gruplarına göre dağılımı ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 67'te verilmiştir.



Şekil 67 . Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Alırken Ambalaja Verdikleri Öneme Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

4.36.Süt ve Süt Ürünü Alırken Fiyatın Önemliliği Bakımından Dağılım

Katılımcıların süt ve süt ürünleri alırken fiyatın önemliliği bakımından dağılımları şekil 68'de verilmiştir. Şekil oransal olarak incelendiğinde katılımcıların %71'lik oranın fiyatın önemli olduğu görüşünde birleşirken, katılımcıların %19' u süt ve süt ürünleri alırken fiyatın alıma bir etkisi olmadığı görüşünde birleşmişlerdir. Bunları katılımcıların %10'unu oluşturan kısmı ise fiyatın önemli olmadığını belirtmişlerdir.



Şekil 68. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünü Satın Alırken Fiyatın Önemliliği Bakımından Dağılımları

Katılımcıların süt ve süt ürünleri alırken fiyatın önemliliği bakımından verdikleri cevaplar arasındaki farklılığın önemlilik derecesi test edildiği Ki Kare homojenlik analiz sonuçları Çizelge 73'de verilmiştir. Buradan ki kare değerinin 146,790 olarak tespit edildiği görülmektedir. Bu değer ankete katılanların süt ve süt ürünleri alırken fiyatın önemliliğinin konusunda vermiş oldukları cevaplar bakımından farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 73. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünü Satın Alırken Fiyatın Önemliliği Bakımından Ki Kare Analiz Sonuçları

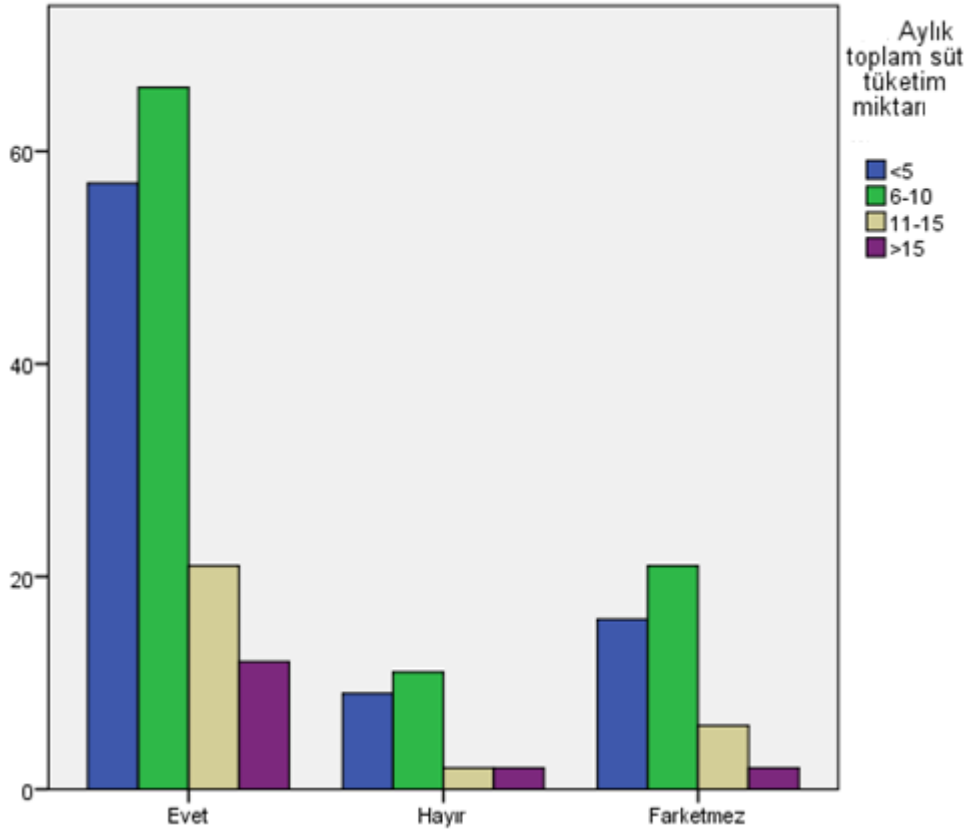
Ki Kare Analiz Sonuçları		
χ^2		
Ambalaj önemli midir?	Gözlenen	Beklenen
Evet	164	77,7
Hayır	24	77,7
Farketmez	45	77,7
Toplam	233	233,0
χ^2 Değeri	146,790**	

Katılımcıların süt ve süt ürünü alırken fiyata verdikleri önemlilik ile aylık toplam süt tüketim miktarı arasındaki ilişkinin önemli olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan Ki kare bağımsızlık testi sonuçları ve katılımcıların süt ve süt ürünleri alırken fiyata verdikleri önem dağılımları Çizelge 74'de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde katılımcıların süt ve süt ürünleri alırken fiyata verdikleri önem ile aylık toplam süt tüketimdeki değişiminin istatistiksel olarak önemli olmadığı görülmektedir.

Çizelge 74. Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Alırken Fiyatın Önemliliğine Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarları ve Ki Kare Analiz Sonucu

		Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı (Litre)				Toplam
		<5	6-10	11-15	>15	
Süt Alırken Fiyatın Önemli Olup Olmaması	Evet	57	66	21	12	156
	Hayır	9	11	2	2	24
	Farketmez	16	21	6	2	45
Toplam		82	98	29	16	225
χ^2 Değeri		1,209				

Durmaz ve ark. (2002)'nin Van ilinde yaptıkları çalışmada öğrencilerin yarısının sütü pahalı bulduklarını ve sütün fiyatının süt tüketimi üzerinde en etkili faktör olduğunu tespit etmişlerdir. Akbay ve Tiryaki (2007), bir toplumda süt ve süt ürünleri tüketiminde kalite, fiyat ve hijyenin tercih konusunda ilk sırada yer aldığını belirtmiştir. Yapılan çalışmada tüketicilerin %71'inin fiyata önem verdiği görülmüştür. Buna göre fiyatın temel belirleyiciler arasında olduğu söylenebilir. Katılımcıların süt ve süt ürünü alırken fiyata verdikleri önemlerin süt tüketim gruplarına göre dağılımı ve aylık toplam süt tüketimi grafiksel görünümü şekil 69'te verilmiştir



Şekil 69 . Katılımcıların Süt ve Süt Ürünleri Alırken Fiyata Verdikleri Öneme Göre Aylık Toplam Süt Tüketim Miktarı

5.SONUÇ ve ÖNERİLER

Tüketicilerin süt ve süt ürünlerini tüketim düzeylerinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu araştırmada elde edilen sonuçlar ve öneriler şöyle sıralanabilir:

- Tüketicilerin süt ve ürünleri tüketimi konusunda eğitim ve gelir seviyesi arttıkça tüketim miktarının da arttığı görülmüştür.
- Bilinç düzeyi ve bilgilenme ile süt ve ürünleri konusunda daha sağlıklı bilgilerin alınabileceği ve tüketicilerin halen daha bazı konularda ciddi olarak tedirginlik yaşadıkları görülmüştür. Bunun aşılabilmesi için bilgi kaynakları ve kanallarının açık olmasına dikkat edilmesi önemlidir.
- Tüketiciler ambalajlı ürüne önem vermektedirler. Özellikle ambalajın düzenli olması ve üzerindeki bilgilerin anlaşılır ve okunabilir olması önemlidir. Bu nedenle pazarlama çalışmalarında bu konuya önem verilmesi önemlidir.
- Tüketiciler sütün tazeliğine ve yağ oranına dikkat ederken diğer konularda bilgi ve ilgi eksikliklerinin olduğu görülmektedir. Bu nedenle tüketicilerin özellikle sütün besleyiciliği konusundaki bilgi eksikliklerinin güvenilir kaynaklardan tamamlanması gerekir.
- Cinsiyet ve eğitim düzeyi farklılıklarına göre süt ve ürünlerinin tercih miktarları değişmektedir. Bu nedenle cinsiyetin ve eğitimin özel olarak dikkate alınması önemli bir ayrıntı olabileceği görülmüştür.
- Tüketiciler genel olarak UHT sütün kaliteli olduğu yönünde bir inanişe sahiptir. Bizce doğru olmasa da bu inanışın yaygınlığı nedeni ile markette satılan ürünlerin daha çok tercih edildiği görülmektedir.
- Tüketicilerin özellikle ithal ürünler üzerinde ciddi olarak tedirginlikleri bulunmaktadır. Tedirginliklerin giderilebilmesi için çalışmaların yapılması gereklidir. En azından nereden ve hangi kanallar kullanılarak ithal edildiği bilgileri paylaşılmalıdır. Bu şekilde ön yargıların önüne geçilebilir.
- Ambalaj üzerinde var olabilecek ve tüketiciyi yanıltabilecek yanıltıcı veya abartılı bilgilerden kaçınılmalıdır.
- Tüketiciler sokak sütleri konusunda sağlıksız olduğu yönünde inanişe sahiptirler. Bunun asıl nedeninin sokak sütü olarak tanımlanan satıcıların üretim konusunda yeterli özeni göstermemelerinden kaynaklandığı tahmin edilmektedir. Bu konuda

bilinç düzeyinin artırılması ile daha kaliteli ve sağlıklı sütlerin üretilmesi ile sokak sütlerinin satışı artırılabilir.

Ülkemizde toplamda 1.323.942 ton olan içme sütü üretim miktarının 1.128.678 tonu (%85) UHT olarak piyasaya sunulurken, kalan miktar pastörize sütleri temsil etmektedir. Gelir artışı, kentleşme ve bireylerin beslenme konusunda daha bilinçli tercihler yapması sonucu artan talep modern tesislerde üretilen süt ve süt ürünleri miktarının artmasını sağlamıştır. Ülkemizde kayıtlı içme sütü üretim miktarları ve dış ticaret verileri ile entegre süt işletmeleri tarafından toplanan süt miktarı haricinde kalan sütün miktarı ele alındığında 2013 yılı kişi başi içme sütü tüketiminin yaklaşık 37,3 kg olduğu tahmin edilmektedir. şu anda piyasada yer alan ve piyasanın ancak %10'luk kısmını oluşturan süt pazarını eline geçirmek için gayret gösterilmektedir.

Sokak sütlerinin ambalajlı sütlere göre kesinlikle tercih edilmesi daha faydalı olacağı düşünülmektedir. Sokak sütü olarak ifade edilen sütlerin güvenirliği üzerinde çok sayıda görüş vardır. İyi diyenlerin olduğu gibi kötü diyenlerin de çok olması kafaları karıştırmaktadır. Ancak özellikle ışıl işleme maruz kalan sütlerin besin değerlerinin yok olması tehlikesinin yüksek olması nedeniyle sokak sütlerinin satışının iyi bir şekilde organize edilmesiyle başarılı ve sağlıklı süt üretimi ve satışı yapılabilir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken şey sütün üretim ve pazarlama aşamalarında izlemenin yapılması ve kalitede sürekliliğin sağlanmasıdır. Bunun sağlanabilmesi için yapılması gereken temel konu ise üreticilerin konu ile ilgili olarak bilinçlendirilmeleri ve sağlıklı rrn üretiminin aslında kendi sağlıkları açısından da önemli olduğu konusunda ikna edilmelidirler.

6.KAYNAKLAR:

- Akbay, C., Tiryaki, G.Y., **2007**. Tüketicilerin Ambalajlı ve Açık Süt Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi. Kahramanmaraş Örneği. KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi 10(1): 89-96.
- Ayginin, N., **2001**. Türkiye’de Süt Tüketimi ve Süt Tüketicisi. Tetra-Pak Seminer Notları, Ankara.
- Bus, A.EM., Worsley,A., **2003**. Consumers' health perceptions of three types of milk:a survey in Australia. Volume:40, Issue:2, February 2003, Pages: 93–100.
- Cevger, Y., Aral, Y., Demir, P., Sarıözkan, S., **2008**. Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi İntern Öğrencilerinde Hayvansal Ürünlerin Tüketim Durumu ve Tüketici Tercihleri. Ankara Üniv Vet Fak Derg, 55, 189-194.
- Chinnici, G., D'Amico, M., Pecorino, B., **2002**. A multivariate statistical analysis on the consumers of organic products. British Food Journal, Vol: 104, Iss: 3/4/5, pp:187 – 199.
- Cop, R., Türkoğlu, S., **2008**. Markalı Ürünlerle İlgili Tüketici Tutumları Üzerine Bir Araştırma. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:1, Yıl:9, Sayı:16, S:70-90.
- Couvreur, S., Hurtaud, C., Lopez, C., Delaby, L., Peyraud,J.L.**2006**. The Linear Relationship Between the Proportion of Fresh Grass in the Cow Diet, Milk Fatty Acid Composition, and Butter Properties. Journal of Dairy Science, Volume: 89, Issue:6, Pages 1956-1969.
- Çelik, M., **2002**. Batı Akdeniz Bölgesinde Süt ve Süt Ürünleri Sektörünün Stratejik Durum Analizi ve Gelişme Olanakları. Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, (4) 2002, 43-83.
- Çelik, Y., Karlı, B., Bilgiç, A., Çelik, Ş., **2005**. Şanlıurfa İli Kentsel Alanda Tüketicilerin Süt Tüketim Düzeyleri ve Süt Tüketim Alışkanlıkları. Tarım Ekonomisi Dergisi, 11, 1, ss. 5-12.

- Demir, P., Aral, S., **2009**. Kars İlinde Faaliyet Gösteren Süt Sığırcılık İşletmelerinin Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Vet Hekim Der Derg, 80(3), 17-22.
- Dilber, F., Dilber, A. ve Karakaya, M., **2012**. Gıdalarda Ambalajın Önemi ve Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarına Etkisi (Karaman İli Örneği). e-Gifder Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Sayı:3.
- Durmaz H., Sağun E., Tarakçı Z., **2002**. Yüksekokul Öğrencilerinin İçme Sütü Tüketim Alışkanlıkları. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi, 13, 1, ss. 69-73.
- Goff, H.D., Griffiths, M.W., **2006**. Major Advances in Fresh Milk and Milk Products: Fluid Milk Products and Frozen Desserts Journal of Dairy Science, Volume:89, Issue:4, Pages:1163–1173.
- Gülten, Ş., Yavuz, F. ve Yavuz, O., **1987**. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Ziraat İşletmesinde Üretilen Süt ve Süt Ürünlerinin Erzurum'da Pazarlama İmkanları. Atatürk Üniversitesi Zir. Fak. Derg., 18(1-4),27-33.
- Gün, İ., Orhan, H. **2011**. Süt ve Ürünleri Tüketicilerinin Etiket Bilgi Düzeylerinin İncelenmesi. Iğdır Üni. Fen Bilimleri Enst. Der,1(1): 45-51.
- Güncel Gıda Araştırmaları Platformu, **2014**. Tüketici Algı ve Tercih Araştırması. Dörtok İletişim&Era research Consultancy.
- 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, Cilt: 8, No: 1, s:36-43.
- Güneş, F. E., Aktaç, Ş., Korkmaz, B.İ.O., **2014**. Tüketicilerin Gıda Etiketlerine Yönelik Tutum ve Davranışları. Akademik Gıda 12(3) S:30-37.
- Güngör, M., Bulut, Y., **2008**. Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları, Fırat Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Matematik Bölümü, 23119. Ki-kare Testi Üzerine. Sayfa:84-90
- Horwath, C.C., Govan, C.H., Campbell, A.J., Busby, W., Scott, V., **1995**. Factors influencing milk and milk product consumption in young and elderly women with low calcium intakes. Nutrition Research, Volume:15, Issue:12, Pages:1735-1745.

- Hsu, J.L., Liu, G.S.M., **2000**. International Journal of Advertising: The Review of Marketing Communications Volume 19, Issue 4, Special Issue: Food Advertising: Current Issues Consumer perceptions of fluid milk advertising in Taiwan pages 471-486.
- Karakaya, E., Akbay, C., **2013**. İstanbul ilinde Tüketicilerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları. U.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt 27, Sayı 1,65-77.
- Klesges, R.C., Harman-Clayton, K., Ward, K.D., Kaufman, E.M., Haddock C.K., Talcott, G.W., Lando, H.A.**1999**. Predictors of Milk Consumption in a Population of 17- to 35-Year-Old Military Personnel. Journal of the American Dietetic Association, Volume: 99, Issue: 7, Pages: 821–826.
- Koyuncu, M., Uzmay, A., Çınar, G., **2014**. Gençlerin Organik Süt tüketme Olasılığı; Ege Üniversitesi Araştırması. Ege Üniv.Ziraat Fak.Derg, 51(3), 219-227.
- Nahcivan, N. Ö., **2006**. Bir İlköğretim Okulundaki Öğrencilerde Süt Tüketim Durumu. Sürekli Tıp Eğitim Dergisi, Cilt:15, Sayı:3, S:38-44.
- Önsüz, M.F., Demir, F., Zengin, Z., Bektaş, H. **2012**. Sakarya İlinde Bazı İlköğretim Okulu Öğrencilerinin Süt Tüketimi Alışkanlıkları. Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi, Cilt No:21, Sayı :3, S:94-202.
- Örücü, E. ve Tavşancı, S. **2001**. Gıda Ürünlerinde Tüketicinin Satın Alma Eğilimini Etkileyen Faktörler ve Ambalajlama. Muğla Üniversitesi SBE Dergisi, Sayı:3
- Özel G., **2008**. Tüketicilerin Süt Tercihinde Etkili Olan Faktörlerin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.13, S.3 s.227-240.
- Sarıkaya, N., **2007**. Organik Ürün Tüketimini Etkileyen Faktörler ve Tutumlar Üzerine Bir Saha Çalışması. [Kocaeli Üniversitesi Yayınları \(Kocaeli University Publications\)](#)Sosyal Bilimler Dergisi (KOSBED),Sayı: 14, S:110-125.
- Savran, F., Aktürk, D., Dellal, İ., Tatlıdil, F., Dellal, G., Pehlivan,E., **2011**. Türkiye’de Seçilmiş Bazı İllerde Keçi Sütü ve Ürünleri Tüketimine Etkili Faktörler. Kafkas Univ Vet Fak Derg, 17 (2): 251-256.

- Sütütemiz, N., Çiftiyıldız, S.S. ve Konuk, F.A., **2009**. Paketlenmiş Süt İçin Ambalaj Özelliklerinin Algılanan Önemi ve Satın Alma Davranışına Etkisi. İstanbul İli Örneği. Akademik Gıda, 7 (6), 18-28.
- Şahin, K. ve Gül, A.,**1997**. Adana İli Kentsel Alanda Ailelerin Süt ve Süt Mamulleri Alım ve Tüketim Davranışları. Çukurova Üniversitesi Zir. Fak. Derg., 12(4), 59-68.
- Şahin, K., Andiç, S., Koç, Ş., **2001**. Van İli Kentsel Alanda Ailelerin Otlı Peynir ve Süt Ürünleri Alım ve Tüketim Davranışları. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Bilimleri Dergisi (J. Agric. Sci.), 11(2),67-73.
- Şeker, İ., Şeker, P., Şahin, M., Özen, V. S., Akdeniz, A., Erkmen, O., Kışlalıoğlu, İ., Sargın, G., Doğu, G. B., **2012**. Elazığ İli Merkez İlçede Tüketicilerin Süt Tüketim Alışkanlıkları ve Bu Alışkanlıkları Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. F.Ü.Sağ.Bil.Vet.Derg, 26 (3): 131 – 143.
- Şeker, İ., Şeker, P., Şahin, M., Özen, V.S., Akdeniz, A., Erkmen,O., Kışlalıoğlu, İ., Sargın, G., Doğu, G.B., **2012**.Elazığ İli Merkez İlçede Tüketicilerin Süt Tüketim Alışkanlıkları ve Bu Alışkanlıkları Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi. Fırat Üniversitesi Sağlık Birimleri Veteriner Dergisi, Cilt 26, Sayı 3, S:131-143.
- Şimşek, B., Açıkgöz, İ., **2011**. Üniversite Öğrencilerinin Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi. Iğdır Üni. Fen Bilimleri Enst. Der. / Iğdır Univ. J. Inst. Sci. & Tech. 1(2): 57-62.
- 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, ss. 23-35.
- Ulusal Süt Konseyi, **2013**. Dünya ve Türkiye'de Süt Sektör İstatistikleri, Sayfa:13-45
- Uzunöz, M., Büyükbay, E.O., Bal,H.S.G., **2008**. Kırsal Kadınların Gıda Güvenliği Konusunda Bilinç Düzeyleri (Tokat İli Örneği), U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt 22, Sayı 2, 35-46.
- Uzunöz, M., Gülşen, M., **2007**. Üniversite Öğrencilerinin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi, (3) 15-21.

Yamane, Taro., **1967**. Statistics: An Introductory Analysis, 2nd Ed., New York: Harper and Row.

Yüzbaşı, N., Erkuş, A., ve Sezgin, E., **1999**. Keçiören Şefkat Mahallesiinde Çeşitli Gelir Gruplarındaki Ailelerde Süt ve Süt Ürünleri Tüketimi. Gıda Dergisi, Cilt No:24. Sayı: 1, s:59-67.

EK 1

Süt ve Süt Ürünleri Anket

1. Görüşülen kişinin cinsiyeti?

a) Erkek b) Kadın

2. Yaşınız kaç?

a)<25 b)25-45 c)>45

3. Mesleğiniz nedir?

a)Kamuda Memur b)Öğrenci c)Serbest Meslek

d)Ev Hanımı e)Özel Sektör f)Emekli

4. Eğitim durumunuz nedir?

a) İlkokul b) Ortaokul c) Lise d) Yüksekokul

5. Aylık geliriniz nedir? (TL)

a)500' den az b)501-1000 c)1001-1500 d)1501-2000 e)2000' den fazla

6. Ailedeki birey sayısı kaç kişi?

a)1-2 b)3-4 c)>4

7. Evde çalışan kişi sayısı kaç?

a)1 b)2 c)>2

8. Evde bulunan çocuk sayısı kaç kişi?

a)<2 b)2-5 c)>5

9. Süt ve süt ürünleri tüketiyor musunuz?

a) Evet b) Hayır

10.Evet ise, ne sıklıkla tüketiyorsunuz?

a) Her gün b)Haftada bir c)Günde birkaç kez

11. Aylık toplam süt tüketim miktarınız ne kadar?

a)<5 b)6-10 c)11-15 d)>15

12. Sütü nereden satın alıyorsunuz?

a)Bakkal b)Market c)Semt Pazarı d)Köy e)Kendim üretiyorum

13.Sütü satın aldığınız yeri neden tercih ediyorsunuz?

a)Ucuz b)Güvenli c)Hijyen ortamı d)Kolay bulabilme e)Hepsi

14.Süt ve süt ürünleri alırken dikkat edeceğiniz unsurlar nelerdir?

a)Tazelik b)Hijyen c)Fiyat d)Bulunabilme e)Çeşitlilik f)Markası

15. Ne tür süt satın almayı tercih edersiniz?

a) Sokak sütü b) Günlük süt c) Kutu süt (UHT)

16. Hangi süt ürünlerini tüketmeyi tercih edersiniz?

a) Sütlü tatlılar b) Ayran c) Peynir d) Yoğurt e) Kefir f) Hepsi

17. Neden bu ürünleri tercih ediyorsunuz?

a) Sağlıklı olduğundan b) Güvenilir olduğundan c) Besleyici olduğundan

d) Hoşuma gittiğinden e) Diğer

18. Peynir, yoğurt, kefir vb. süt ürünlerini kendiniz mi yaparsanız?

a) Evet b) Hayır

19. nceki yıllara göre süt tketiminizde artış meydana geldi midir?

a) Evet b) Hayır

20. Artış ya da azalış olduysa bunun sebebi sizce ne olabilir? Bir cümle ile açıklayınız.

21. Organik süt üretiminin olmasını tercih eder misiniz?

a) Evet b) Hayır

22. Evet ise neden, Hayır ise neden? Bir cümle ile açıklayınız.

23. Süt tüketiminin düşük olmasının temel nedeni sizce nelerdir?

a) Fiyat b) Sağlık c) Bilinçsizlik d) Devlet desteği e) Alışkanlık

24. Süt tüketiminin artışı sizce nasıl sağlanabilir?

a) Fiyatlar düşürülmeli

b) Süt hayvanlarının yetiştirilmesi konusunda devlet teşvikleri olmalı

c) Hijyen koşullarında üretim sağlanmalı

d) Süt ve süt ürünleri hijyeni konusunda eğitimler yapılmalı

e) Süt tüketimine ilişkin reklamlarda artış sağlanmalı

f) Diğer

25. Tüketim konusunda yurtdişından yapılan süt ithalatını destekliyor musunuz?

a) Evet b) Hayır c) Fikrim yok

26. İthal olarak gelen ürünlerin sağlıklı olduğuna inanıyor musunuz?

a) Evet b) Hayır c) Fikrim yok

27. İçme sütünü satın alma sıklığınız nedir?

a)Günlük b)2-3 günde c)Haftada d)15 Günde e)Ayda

28.Süt rnlerinin fiyatını nasıl buluyorsunuz?

a)ok pahalı b)Pahalı c)Normal d)Ucuz

29.Hangi süt hayvanını tercih edersiniz?

a)Sığır b)Keçi c)Koyun d)Manda

30.Süt tüketiminde protein ve yağ oranına önem veriyor musunuz?

a)Evet b)Hayır c)Fikrim yok

31.Süt rnleri alırken son kullanma tarihine dikkat ediyor musunuz?

a)Evet b)Hayır c)Bazen

32. Sütü ne Şekilde tüketiyorsunuz?

33. Sokak sütleri hakkında ne düŐünüyorsunuz?

a) Güvenilir b)Güvenilir değil c) Yorumsuz

34. Sokak sütü alıyorsanız nedeni nedir?

35. Süt ve süt ürünü alırken ambalaj sizin için önemlidir?

a) Evet b) Hayır c) Farketmez

36. Süt alırken fiyat sizin için önemli mi?

a) Evet b) Hayır c) Farketmez

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı, Soyadı: Mehmet Emin YAZICI

Uyruğu: T.C.

Doğum Tarihi ve Yeri: 16.05.1984-Ankara

e-mail: emn_0620@hotmail.com.tr

Eğitim

Lise: Etimesgut Lisesi-ANKARA

Lisans: Anadolu Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Bölümü

Yüksek Lisans: Ahi Evran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Zootečni Anabilim

Dalı

Yüksek Lisans: Kırşehir İlinde Süt ve Süt Ürünleri Tüketiminde Tüketici Algılarının Belirlenmesi

Yabancı Dil: İngilizce