

Araştırma Makalesi/Research Article (Original Paper)

Süt ve Süt Ürünleri Tüketiminde Tüketici Tercihlerini Etkileyen Faktörler: Erzincan İli Örneği

Kadir ÇEBİ^{1*}, Selçuk ÖZYÜREK², Doğan TÜRKYILMAZ²

¹Erzincan Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Erzincan, Türkiye

²Atatürk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Zootekni Bölümü, Erzurum, Türkiye

*e-posta: kcebi@erzincan.edu.tr

Özet: Bu çalışmanın amacı, ilçeleri dâhil olmak üzere Erzincan ilinde ailelerin süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıklarını belirlemek ve bu tüketimi etkileyen demografik ve sosyo-ekonomik faktörler ile tüketicilerin süt ile ilgili ön yargılarını saptamaktır. Ayrıca, Erzincan Tulum Peynirinin ilde ne derece tercih edildiğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Süt, peynir ve yoğurt tüketimi sırası ile %91,3, %76,9 ve %89,7 oranlarında en fazla sığır türünde tercih edilmiştir. Eğitim durumunun tüketilen peynir türü üzerinde istatistiki olarak önemli etkisi tespit edilmiştir. Tüketicilerin koyun sütünden yapılan ürünleri tercih etmeme nedenlerinin başında %57 ile koku problemi gelmektedir. Çalışmada tüketicilerin %40'ı beyaz peynir, %28'i Erzincan Tulum Peyniri, %16'sı çökelek ve %12'si kaşar peyniri, tercih etmiştir. Satın alınan çiğ sütün %69,9'u sokak satıcıları-doğrudan üretici ve %30,1'i ise pastörize-UHT süt olarak alınmaktadır. Bu durum süt üretimi ve tüketiminin kayıt altına alınmasını zorlaştırmaktadır. Tarımsal üretimde endüstrileşmenin sağlanması ile bu problemin çözüleceği ümit edilmektedir.

Anahtar kelimeler: Erzincan, Erzincan Tulum Peyniri, Koyun sütü, Süt ve süt ürünleri

The Factors Affecting Consumer Choices in Dairy Products: The Case of Erzincan

Abstract: The aim of this study is to determine the consumption habits of milk and dairy products in Erzincan province and to determine the demographic and socio-economic factors that affect this consumption and the milk prejudices of the consumers. It is also aimed to determine the degree of preference of Erzincan Tulum Cheese in the cheese varieties. Milk, cheese and yoghurt consumption were the highest in cattle type with 91,3%, 76,9% and 89,7% respectively. A statistically significant effect ($p < 0,05$) was found on the type of cheese consumed in the educational status. The reason for not choosing the products made from the sheep milk is the odour problem with 57%. In the study, white cheese, kashar cheese, cokelek and Erzincan Tulum cheese were preferred 40%, 12%, 16% and 28% respectively. Only 30,1% of the purchased raw milk consist of pasteurized-UHT milk. This situation makes it difficult to record milk production and consumption. It is hoped that this problem will be solved with the provision of industrialization in agriculture.

Keywords: Erzincan, Erzincan Tulum Cheese, Milk and dairy products, Sheep's milk

Giriş

Beslenme fizyolojisi açısından önemli bir besin kaynağı olan süt, makro ve mikro birçok besin maddesini içermektedir. Süt ve özellikle süt ürünleri tüketiminin teşvik edilmesi sağlık uzmanları tarafından tavsiye edilmektedir (Tönük ve ark. 1987; Christopher ve Nordin 1997; Heaney ve ark. 1999). Süt ve süt ürünleri kalsiyum ve fosfor başta olmak üzere önemli mineraller ve başta riboflavin olmak üzere B grubu vitaminlerin kaynağını oluşturmaktadır. Süt proteinlerinin ise vücuttaki büyüme ve gelişmedeki önemi, kalsiyum emilimi ve bağıışıklık üzerine olumlu etkilerinin olduğu, kanser riski ve kan basıncını azalttığı, vücut ağırlığını koruma yönünde etkili olduğu ve diş çürüklerine karşı koruyucu etkisi olduğu bilinmektedir (Black ve ark. 2002; Ünal ve Besler 2008).

Süt yağı sütün en önemli ve ekonomik bileşeni olması yanında sütün görünümünü, tat ve dayanıklılığını etkilemektedir. Süt yağında trigliseritler, fosfolidler, serbest steroller, serbest yağ asitleri yağda eriyen vitaminler ve 400'den fazla yağ asidi bulunmaktadır (Gehardt ve ark. 2006). Süt yağının yaklaşık %60-70'ini doymuş yağ asitleri oluşturmasına rağmen, fonksiyonel özellikleri bilinen konjuge linoleik asit, sifingomiyelin, bütirik asit, miristik asit gibi özel bileşenleri de içermektedir (Ünal ve Besler 2008). Konjuge linoleik asit (CLA)

sadece ruminant hayvanlarda bulunan önemli bir yağ asididir. Birçok hayvan türünde yapılan çalışmalar CLA'nın deri, mide, kolon, meme, karaciğer kanserlerini azalttığını ortaya koymuştur (Bhattacharya ve ark. 2006; Kelley ve ark. 2007; Lee ve ark. 2005).

Çizelge 1'de TÜİK verilerine göre 2013-2016 arası süt ve süt ürünleri üretim istatistikleri verilmiştir. 2013 yılında 7 938 510 ton olan inek sütü üretimi 2016 yılında 9 213 522 tona çıkmıştır (TÜİK 2017). Üretilen çiğ sütün yaklaşık %16'sı içme sütü olarak tüketilirken geri kalan kısmı tereyağı, peynir, yoğurt ve ayran olarak tüketilmektedir. Türkiye'de süt tüketiminde çiğ sütün zıyade süt ürünleri tüketimi daha fazladır. Üretilen peynirin %95,7'si inek sütünden, %4,3'ü ise koyun, keçi, manda veya karışık sütlerden üretilmektedir.

Çizelge 1. Türkiye'de süt ve süt ürünleri üretim istatistikleri (ton) (TÜİK 2017)

	2013	2014	2015	2016
Toplanan inek sütü	7 938 510	8 625 743	8 937 141	9 213 522
Çiftliklerden toplanan krema	4 472	8 779	12 067	14 337
İçme sütü	1 298 059	1 310 534	1 378 600	1 444 980
Kaymak	29 291	31 290	32 098	31 854
Koyulaştırılmış süt	4 741	4 705	5 663	2 598
Tam yağlı, yarım yağlı süt tozu, kaymak	38 926	51 268	46 351	45 966
Yağsız süt tozu	39 951	59 811	66 159	78 231
Tereyağı	41 515	45 817	51 830	57 609
İnek peyniri	574 138	603 547	637 643	638 406
Koyun, keçi, manda veya karışık sütlerden elde edilen peynirler	26 128	29 303	28 298	22 580
Yoğurt	1 081 409	1 101 263	1 123 017	1 173 579
Ayran	560 101	598 877	626 831	684 526

Erzincan, Doğu Anadolu Bölgesinin Kuzey Batı bölümünde yukarı Fırat havzasında bulunan, iklim yapısı nedeniyle bölgenin diğer illerinden ayrılan gerek bitkisel gerekse hayvansal üretimin yoğun bir faaliyet olarak yapıldığı bir ildir. Erzincan'da süt koyuncululuğu önemli bir yer tutmaktadır. Süt üretimine dayalı olarak coğrafi işaret belgesine sahip Erzincan Tulum Peyniri üretilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, ilçeleri dâhil olmak üzere Erzincan ilinde ailelerin süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıklarını belirlemek ve bu tüketimi etkileyen demografik ve sosyo-ekonomik faktörler ile tüketicilerin süt ile ilgili ön yargılarını saptamaktır. Ayrıca Erzincan Tulum Peynirinin ilde ne derece tercih edildiğinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Materyal ve Yöntem

Araştırmanın ana materyalini Erzincan il merkezinden 95 ve ilçelerinden 104 olmak üzere tesadüfe bağlı olarak seçilen 199 kişi ile yüz yüze yapılan anket çalışmasından elde edilen veriler oluşturmaktadır. Çalışma 2017 yılı Haziran ve Temmuz aylarında yapılmıştır. Araştırmada sorulan sorular literatürden yararlanılarak geliştirilmiştir. Çalışmada popülasyondan çekilecek örnek hacmini belirlemek için tesadüfe bağlı olarak seçilen 40 kişi ile anket yapılmıştır (Selçuk ve ark. 2003). Yapılan bu pilot anketle olasılık belirlenmiştir. Örnek hacmi "Anakitle Oranlarına Dayalı kümelendirilmemiş Tek Aşamalı Basit Tesadüfi Olasılık Örnekleme" yöntemi ile belirlenmiştir. Örnekleme formülü aşağıdaki gibidir.

$$n = \frac{(t)^2 [1 + (0,02)(b - 1)] P \cdot Q}{(E)^2}$$

t= %95 önem düzeyine karşılık gelen t tablo değeri,

b= Örnekleme aşaması,

P= Söz konusu olayın olma olasılığı (Düzenli süt içme alışkanlığı olanların oranı),

Q= söz konusu olayın olmama olasılığı (Düzenli süt içme alışkanlığı olmayanların oranı),

E= Örneklemede kabul edilen hatayı göstermektedir (%5).

Formülde b=1 olacak ve formül aşağıdaki gibi oluşacaktır (Selçuk ve ark. 2003).

$n = t^2(P \cdot Q) / E^2$ (Şahin ve ark. 2001; Andıç ve ark. 2002; Selçuk ve ark. 2003)

Pilot çalışmada düzenli süt içme alışkanlığı olanların oranı %15, düzenli süt içme alışkanlığı olmayanların oranı ise %85 olarak bulunmuştur. Elde edilen bu oranlar formül üzerinden hesaplanmış ve örnek hacmi 195 olarak bulunmuştur.

Çalışmada sokak sütü satıcıları, sütü üreticiden alıp aracı olarak tüketiciye pazarlayan, doğrudan üreticiden temin ise tüketicilerin doğrudan üretici ile kendi bağlantısı sonucu sütün teminini ifade etmektedir. Elde edilen veriler için uygun tablo ve grafikler oluşturulmuştur. Eğitim durumu, aylık gelir, yaş ve yaşadığı yerin çeşitli özelliklere istatistiksel olarak etkili olup olmadığının belirlenmesi için SPSS 17.0 paket programıyla ki-kare analizi yapılmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Ankete katılan tüketicilerin genel özellikleri Çizelge 2’de verilmiştir. Katılımcıların %45,7’si üniversite mezunu olup %7,0’si yüksekokul mezunlarından oluşmuştur. Aylık gelir 600-999 TL arasında olanlar %10,1 ile en düşük paya, 1000-1999 TL arasında olanlar ise %37,2 ile en yüksek paya sahip olmuşlardır. Katılımcıların yaşlarına göre dağılımı irdelendiğinde; 26-35 yaş grubu %41,2 ile en yüksek orana sahip olup il merkezi ve ilçe-köyde yaşayanlar arasında ise oransal bir denge oluşmuştur.

Çizelge 2. Katılımcıların demografik özellikleri

Faktör	Alt grup	N	%
Öğrenim Durumu	İlköğretim	42	21,1
	Lise	52	26,1
	Yüksekokul	14	7,0
	Üniversite	91	45,7
Aylık Gelir	600-999	20	10,1
	1000-1999	74	37,2
	2000-2999	68	34,2
	>3000	37	18,6
Yaş	18-25	42	21,1
	26-35	82	41,2
	36-45	46	23,1
	46 ve üzeri	29	14,6
Yaşadığı Yer	İl merkezi	95	47,7
	İlçe-köy	104	52,3

Yapılan çalışmada farklı hayvan türlerine göre süt, peynir ve yoğurt tüketim tercihlerinin eğitim, gelir, yaş ve yaşadığı yer faktörlerine göre analiz sonuçları Çizelge 3’de verilmiştir. Süt, peynir ve yoğurt tüketimi sırası ile %91,3, %76,9 ve %89,7 oranlarında en fazla sığır türünde tercih edilmiştir. Ocak ve Önder (2014) yaptıkları çalışmada bu çalışmaya benzer olarak en fazla sığır türüne ait süt ürünlerinin tüketildiğini belirlemişlerdir. Ayrıca süt ve süt ürünlerinin hayvan türüne ait tüketim dağılımı TÜİK verileri ile de örtüşmektedir.

Tüketicilerin keçi sütü, peyniri ve yoğurdunu tercih etme oranları sırası ile %1,5, %8,2 ve %3,1 olarak belirlenmiştir. Engindeniz ve ark. (2017) Balıkesir, Çanakkale ve İzmir illerinde yaptıkları çalışmada keçi sütü, peyniri ve yoğurdunu tercih etme oranları sırası ile %19, %33,2 ve %10; Savran ve ark. (2016) ise Çanakkale ilinde yine sırası ile %19,9, %36,1 ve %3 olarak bildirmişlerdir. Keçi sütü ve ürünleri tüketimi için bulunan sonuçlar Engindeniz ve ark. (2017) ve Savran ve ark. (2016)’nın bildirişlerinin altındadır. Bu durumun kaynağının Erzincan ili ile Balıkesir, Çanakkale ve İzmir illerinin hayvansal üretim tercihlerindeki farklılığın doğal bir sonucu olduğu düşünülmektedir.

Çalışmada tüketicilerin koyun sütü, peyniri ve yoğurdunu tercih etme oranları sırası ile %7,2, %14,9 ve %7,2 olarak belirlenmiştir. Koyun türünde süt ve yoğurda nazaran peynirin daha fazla tercih edilmesinin nedeni, ilde yoğun bir faaliyet olarak yapılan Erzincan Tulum Peyniri üretiminin tüketiciye yansımaları olarak yorumlanabilir.

Eğitim durumunun tüketilen peynir türü üzerinde istatistiki olarak önemli etkisi ($p<0,05$) tespit edilmiştir. En fazla koyun peyniri tüketimi ilköğretim mezunlarında (%35,0) gözlemlenirken, en az ise lise mezunlarında (%5,8) gözlemlenmiştir. Gelir durumuna göre ise istatistiki olarak önemli olmasa dahi koyun sütü ürünleri genel olarak düşük gelirli aileler tarafından daha çok tercih edilmiştir. Ocak ve Önder (2014) ise en düşük ve en yüksek gelirli ailelerin koyun sütü ürünlerini daha fazla tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Yaşla birlikte koyun ve keçi ürünlerine talep artmaktadır. Bu çalışmanın aksine Engindeniz ve ark. (2017) ise bireyin yaş düzeyinin artması

ile keçi sütü tüketme olasılığının azaldığını bildirmişlerdir. Sığır türüne ait ürünlerin diğer hayvan türlerine oranla genç yaş grubunda en yüksek tüketim oranına sahip olduğu gözlemlenmiştir. Keçi yoğurdu hariç diğer koyun ve keçi ürünlerinde ilçe ve köyde oturanlar il merkezinde oturanlara göre bu ürünleri oransal olarak daha fazla tüketmektedirler. Koyun ve keçi sütü il merkezlerinde sırası ile %5,4 ve %1,1 oranlarında tercih edilmişken, ilçe ve köylerde bu oran yine sırası ile %9,0 ve %2'dir. Yine koyun ve keçi peyniri il merkezlerinde sırası ile %12,0 ve %6,5 oranlarında tercih edilmişken, ilçe ve köylerde bu oran yine sırası ile %18,0 ve %10,0'dur.

Çizelge 3. Ankete katılan tüketicilerin bazı faktörlere göre tüketim alışkanlıkları (%)

	Koyun sütü	Keçi sütü	İnek sütü	Koyun peyniri	Keçi peyniri	İnek peyniri	Koyun yoğurdu	Keçi yoğurdu	İnek yoğurdu
Eğitim durumu			*						
İlköğretim	14,6	2,4	82,9	35,0 ^c	10,0	55,0	15,0	7,5	77,5
Lise	3,8	1,9	94,3	5,8 ^a	5,8	88,5	5,8	3,8	90,4
Yüksekokul	15,4	0,0	84,6	15,4 ^b	0,0	84,6	7,7	0,0	92,3
Üniversite	4,6	1,1	94,3	10,1 ^{ab}	9,0	80,9	4,4	1,1	94,4
Aylık gelir (TL)									
600-999	15,8	0,0	84,2	21,1	10,5	68,4	21,1	0,0	78,9
1000-1999	8,3	2,8	88,9	18,6	8,6	72,9	7,1	7,1	85,7
2000-2999	6,3	1,6	92,1	9,2	6,2	84,6	6,2	1,5	92,3
>3000	2,9	0,0	97,1	14,7	8,8	76,5	2,9	0,0	97,1
Yaş									
18-25	5,0	2,5	92,5	7,7	5,1	87,2	2,4	0,0	97,6
26-35	6,4	0,0	93,6	11,3	7,5	81,3	5,1	2,5	92,4
36-45	8,7	2,2	89,1	24,4	6,7	68,9	10,9	4,3	84,8
46 ve üzeri	10,3	3,4	86,2	20,7	17,2	62,1	14,3	7,1	78,6
Yaşadığı yer									
İl merkezi	5,4	1,1	93,5	12,0	6,5	81,5	6,6	3,3	90,1
İlçe-köy	9,0	2,0	89,0	18,0	10,0	72,0	7,8	2,9	89,2
Genel Ortalama	7,2	1,5	91,3	14,9	8,2	76,9	7,2	3,1	89,7

*: Önemli (p<0.05)

Çalışmada düzenli süt içme alışkanlığına, içme sütü alırken ürünün markasına göre tercihlerin yönlendirilmesine, son tüketim tarihine dikkat etme alışkanlığı ve süt alırken sütteki yağ oranına dikkat etme alışkanlığına eğitim durumu, aylık gelir, yaş ve katılımcının yaşadığı yer faktörlerinin etkisi istatistiki olarak incelenmiş, fakat anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (Çizelge 4). Katılımcıların sadece %14,4'ü düzenli süt içme alışkanlığına sahiptir. Karagözlü ve ark. (2005) Manisa ilinde yaptıkları çalışmada bayanların %67,85'inin erkeklerin ise %72,34'ünün süt tükettiklerini bildirmiştir. Ayrıca düzenli süt tüketme alışkanlığını Uzunöz ve Gülsen (2007) Gaziosmanpaşa Üniversitesi öğrencileri için %28,67 ve Çetinkaya (2010) Kafkas Üniversitesi öğrencileri için %33 olarak bildirmiştir. Çalışmamızda düzenli süt tüketim alışkanlığı için elde edilen oranlar literatür bildirişlerinin altındadır.

İçme sütü alırken marka tercihinin önem verenlerin oranı %79,7 olarak bulunmuştur. Bulunan bu sonuç Çelik ve ark. (2005)'in %56,2 ve Özel (2008)'in %22 olarak bildirdiği oranlardan yüksektir. Bu durum tüketicilerin bilinmeyen markalara mesafeli yaklaştığını göstermektedir. Tüketicilerin sadece %6,8'i son kullanma tarihine dikkat etmezken, %27,2'si sütteki yağ oranına dikkat etmemektedir. Yaptıkları çalışmalarda tüketicilerin son kullanma tarihine bakmama oranlarını Gün ve Orhan (2011) %2,6, Sloan (2003) %10, Şimşek ve ark. (2005) %17 ve Özgen (2004) %21,6 olarak bildirmişlerdir. Özgül ve Aksulu (2009) ambalajlı gıda ürünlerinde tüketicilerin etiket hassasiyetlerindeki değişimleri araştırdıkları çalışmada etiket bilgisine bakmayan tüketicilerin verilerin güvenilirliğine inanmadıkları için bakmadıklarını bildirmiştir. Bu çalışmanın aksine Karapazar (1993), Aksulu (1996) ve Gün ve Orhan (2011) ürünün son kullanma tarihine dikkat etme ile eğitim seviyesi arasında anlamlı ilişki olduğunu bildirmişlerdir. Ayrıca Şimşek ve ark. (2005) düzenli süt içme alışkanlığını %23,1; içme sütü alırken ürünün markasına göre tercih etme durumunu %84,6 ve son kullanma tarihine dikkat etme durumunu ise %100 ile en fazla yüksekokul mezunlarında gözlemlendiğini bildirmişlerdir. İstatistiki olarak önemli olmasa dahi düzenli süt tüketme alışkanlığı 18-25 yaş grubunda %7,3 iken 46 ve üzeri yaş grubunda ise %20,7 olarak belirlenmiştir.

Kalıtımcıların koyun sütünden yapılan ürünleri tercih etmeme nedenlerinin başında %57 ile koku problemi ve %17 ile koyun sütünün her mevsim bulunamaması gelmektedir. Koyun sütünün kendine has kokusu ve bölgede

elle sağımdan kaynaklı genel koku probleminin bu duruma neden olduğu düşünülmektedir. Koyun sütünden elde edilen ürünlerin fiyatının daha fazla olması bu ürünlerinin tüketimini ciddi oranlarda etkilemediği belirlenmiştir (Şekil 1.) Tüketicilerin süt içmeme nedenlerinin başında %84 ile alışkanlık olmaması belirlenmiştir. Türkiye’de sütün içme sütü olarak değil de süt ürünleri ile tüketiminin yaygın olmasından kaynaklı içme sütüne talep azlığı söz konusudur.

Çizelge 4. İçme sütü tüketim tercihlerinin demografik ve sosyo-ekonomik faktörlere göre dağılımı

	Düzenli süt içme alışkanlığı		İçme sütü alırken marka tercihi		Son kullanma tarihine dikkat etme alışkanlığı		Sütteki oranına dikkat etme alışkanlığı	
	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Evet	Hayır
Eğitim durumu								
İlköğretim	19,5	80,5	78,4	21,6	94,9	5,1	84,2	15,8
Lise	15,1	84,9	76,5	23,5	86,5	13,5	69,8	30,2
Yüksekokul	23,1	76,9	84,6	15,4	100,0	0,0	53,8	46,2
Üniversite	8,9	91,1	80,7	19,3	95,5	4,5	70,8	29,2
Aylık gelir (TL)								
600-999	26,3	73,7	78,9	21,1	89,5	10,5	84,2	15,8
1000-1999	12,5	87,5	80,3	19,7	91,3	8,7	75,7	24,3
2000-2999	10,8	89,2	81,3	18,8	95,3	4,7	66,7	33,3
>3000	14,3	85,7	76,5	23,5	97,1	2,9	68,6	31,4
Yaş								
18-25	7,3	92,7	85,4	14,6	95,1	4,9	72,5	27,5
26-35	16,3	83,8	81,0	19,0	92,4	7,6	69,6	30,4
36-45	13,0	87,0	71,4	28,6	95,6	4,4	71,7	28,3
46 ve üzeri	20,7	79,3	80,8	19,2	92,6	7,4	81,5	18,5
Yaşadığı yer								
İl merkezi	17,2	82,8	80,9	19,1	92,3	7,7	77,2	22,8
İlçe-köy	11,8	88,2	78,6	21,4	94,0	6,0	68,7	31,3
Ortalama	14,4	85,6	79,7	20,3	93,2	6,8	72,8	27,2

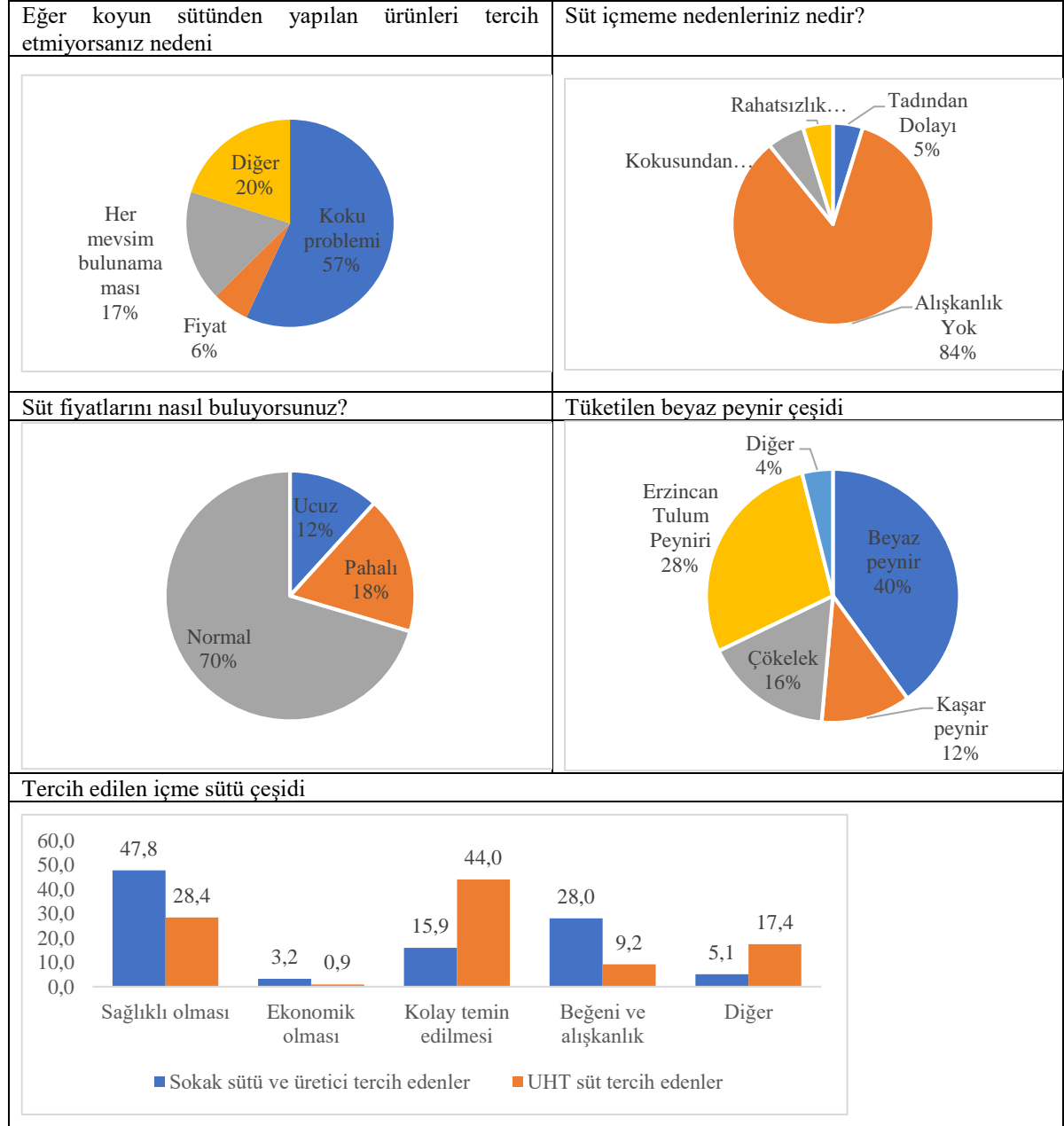
İçme sütüne yönelik talep azlığından kaynaklı olarak katılımcıların %70’i süt fiyatlarını normal karşılarken, sadece %18’i süt fiyatlarını pahalı bulmaktadır. Yapılan çalışmalarda tüketicilerin süt fiyatlarını normal bulma oranlarını, Şahin ve ark. (2001) %54,6, Uzunöz ve Gülşen (2007) %80, Karakaya ve Akbar (2014) %63.0 ve Karagözlü ve ark. (2005) %53 olarak bildirmişlerdir.

Sokak sütü ve doğrudan üreticiden çiğ süt temin edenlerin %47,8’i sağlıklı buldukları için, %28,0’i ise beğeni ve alışkanlıktan dolayı sokak sütü veya doğrudan üreticiyi tercih etmektedir. Pastörize-UHT sütü tercih edenlerin ise %44,0’ü ise kolay temin edildiği, %28,4’ü ise sağlıklı olduğu için Pastörize-UHT sütü tercih etmektedir. Erdal ve Tokgöz (2011) Erzincan ilinde ailelerin %24,8’i beğeni ve alışkanlık, %22,3’ü kolay temin edilmesi ve %19,8’i sağlıklı olmasından dolayı; Çiftçi ve ark. (2010) ise Hakkari ilinde tüketicilerin % 57’si kolay bulunması, % 21.5 güvenilir olması ve % 15.2 sağlıklı olmasından dolayı Pastorize-UHT sütü tercih edildiğini bildirmişlerdir.

Çalışmada katılımcıların %40’ı beyaz peynir, %28’i Erzincan tulum peyniri, %16’sı çökelek ve %12’si kaşar peynirini tercih etmişlerdir. Bitlis Eren Üniversitesi Sağlık Yüksekokulu Öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada (Yalçın ve Argun 2017) öğrencilerin % 62.5’i beyaz peynir, % 15’i tulum peynir, % 9.2’si kaşar peynir, % 6.7’si örgü peyniri, % 6.7’si otlu peynir tükettikleri bildirilmiştir. Ülke genelinde olduğu gibi Erzincan genelinde de en fazla tercih edilen peynir, beyaz peynirdir. Yöresel bir peynir olan Erzincan Tulum Peyniri ise en fazla tüketilen ikinci peynirdir. Fakat çalışma Erzincan’da yapılmasına rağmen, Erzincan Tulum Peynirinin tercih edilme oranının çok düşük (%28) olduğu söylenebilir. Nitekim Şahin ve ark. (2001) Van ilinde yaptıkları çalışmada tüketicilerin %85’inin otlu peyniri tükettiğini belirtmişlerdir. Erzincan Tulum Peyniri fiyatının beyaz peynire oranla çok fazla olması ve kok probleminin bu sonucu doğurmuş olabileceği düşünülmektedir. Tüketicilerin yaşı Erzincan Tulum Peyniri tüketimi üzerinde istatistiki bir etkiye sahip olmamıştır (Çizelge 5.). Fakat Erzincan Tulum Peyniri en fazla 26-35 yaş arasındaki tüketiciler tarafından tercih edilmiştir. Adanacıoğlu ve Albayram (2012) İzmir ilinde yaptıkları çalışmada eğitim düzeyi yüksek grupta Tulum peynirini en fazla 25-34 yaş grubunun tercih ettiğini bildirmiştir.

Çizelge 5. Erzincan Tulum Peyniri tüketiminin yaşlara göre dağılımı

Yaş	Evet		Hayır	
	n	%	n	%
18-25	11	14,3	30	25,2
26-35	33	42,9	47	39,5
36-45	21	27,3	25	21,0
46 ve üzeri	12	15,6	17	14,3



Şekil 1. Süt ve süt ürünlerine ait bazı tüketici tercihleri.

Satın alınan çiğ sütün %69,9'u sokak satıcıları-doğrudan üretici ve %30,1'i ise pastörize-UHT süt olarak alınmaktadır. Tüketicilerin yaşadığı yer ile çiğ sütün alındığı yer arasında istatistiki olarak anlamlı fark belirlenmiştir ($p < 0.001$). Çizelge 6'de görüldüğü üzere il merkezinde oturanların %43'ü ile ilçe ve köyde oturanların ise %18,1'i pastörize-UHT süt tercih ederken; il merkezinde oturanların %57'si ile ilçe ve köyde oturanların ise %81,9'u içme sütünü sokak satıcıları-doğrudan üreticiden temin etmektedir. İlçe ve köylerde doğrudan üreticiye ulaşma kolaylığının bu duruma neden olduğu düşünülmektedir. Yapılan çalışmalarda tüketicilerin sokak satıcısı-doğrudan üreticiden çiğ süt alma oranlarını Niyaz ve İnan (2016) Çanakkale ve Balıkesir illerinde %43,4; Ocak ve Önder (2014) Adana ilinde %4,2; Şimşek ve ark. (2005) İstanbul ilinde %11

ve Oğuz ve Küçükçongar (2002) Konya ili Selçuklu ilçesinde %66,25 olarak bildirmişlerdir. İller arasındaki bu farklılığın kentleşme yapılarındaki farklılığın doğal bir sonucu olduğu düşünülmektedir.

Çizelge 6. Satın alınan çiğ süt çeşidinin katılımcıların yaşadığı yere göre dağılımı (%)

	Pastörize-UHT	Sokak sütü - Doğrudan üretici
	***	***
İl merkezi	43,0	57,0
İlçe-köy	18,1	81,9
Ortalama	30,1	69,9

***: Önemli ($p < 0.001$).

Sonuç

Süt, peynir ve yoğurt tüketimi sırası ile %91,3, %76,9 ve %89,7 oranlarında en fazla sığır türünde tercih edilmiştir. Sığır türüne ait ürünlerin diğer hayvan türlerine oranla genç yaş grubunda en yüksek tüketim oranına sahip olduğu gözlemlenmiştir. Eğitim durumunun tüketilen peynir türü üzerinde istatistiki olarak önemli etkisi ($p < 0,05$) tespit edilmiştir. En fazla koyun peyniri tüketimi ilköğretim mezunlarında (%35,0) gözlemlenirken, en az ise lise mezunlarında (%5,8) gözlemlenmiştir. Katılımcıların koyun sütünden yapılan ürünleri tercih etmeme nedenlerinin başında %57 ile koku problemi gelmektedir. Tat ve koku farklılığından kaynaklanan koyun-keçi sütü ve ürünlerine genç yaş grubunun talebinin az olduğu sonucuna varılmıştır.

Katılımcıların %84'ü alışkanlık haline getirmedikleri için süt içmediklerini belirtmişlerdir. Çalışmada katılımcıların %40'ı beyaz peynir, %12'si kaşar peynir, %16'sı çökelek ve %28'i Erzincan Tulum Peynirini en fazla tercih etmektedirler. Erzincan ilinin ismi ile anılan bir peynirin ilde tüketiminin düşük olduğu düşünülmektedir. Beyaz peynir lehinde zamanla oluşan damak tadının koyun ve keçi sütünden üretilen geleneksel peynirler üzerinde tüketimi baskılayıcı etkisinin oluşması söz konusudur. Koyun ve keçi sütü ve ürünlerine talebin artırılması için bu ürünlerin fonksiyonel özellikleri noktasında tüketici bilinçlendirilmelidir. Katılımcıların sadece %14,4'ü düzenli süt içme alışkanlığına sahiptir. Son dönemde piyasaya sürülen proteini artırılmış ve laktozsuz sütün süt tüketimi üzerinde olumlu etkisi olacağı düşünülmektedir.

Satın alınan çiğ sütün %69,9'u sokak satıcıları-doğrudan üretici ve %30,1'i ise pastörize-UHT süt olarak alınmaktadır. Bu durum süt üretimi ve tüketiminin kayıt altına alınmasını zorlaştırmaktadır. Tarımsal üretimde endüstrileşmenin sağlanması ile bu problemin çözüleceği ümit edilmektedir. Pastörize-UHT sütün tercih edilmesinde en önemli etken kolay temin edilmesi olarak belirlenmiştir. İllerin kentleşme oranının artması hazır süt tüketimini arttıracaktır.

Kaynaklar

- Adanacıoğlu H, Albayram ZA (2012). Conjoint analysis of consumer preferences for traditional cheeses in Turkey: A case study on tulum cheese. *Korean Journal for Food Science of Animal Resources*, Vol. 32 (4), 458-466.
- Aksulu İ (1996). Ambalajlı gıda ürünlerinde etiketin önemi ve tüketici duyarlılığı. *Pazarlama Dünyası Dergisi*. 57, 2-9.
- Andiç S, Şahin K, Koç Ş (2002). Süt tüketim yapısı: Van ili kentsel alan örneği. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 13(1): 15-21.
- Black RE, Williams SM, Jones IE, Goulding A (2002). Children who avoid drinking cow milk have low dietary calcium intakes and poor bone health. *American Journal of Clinical Nutrition*. 76: 675-80.
- Bhattacharya A, Banu J, Rahman M, Causey J, Fernandes G (2006). Biological effects of conjugated linoleic acids in health and disease. *The Journal of Nutritional Biochemistry* 17, 789-810.
- Christopher BE, Nordin N (1997). Calcium and Osteoporosis. *Nutrition*; 13: 718.
- Çelik Y, Karlı B, Bilgiç A, Çelik Ş (2005). Sanlıurfa ili kentsel alanda tüketicilerin süt tüketim düzeyleri ve süt tüketim alışkanlıkları. *Tarım Ekonomisi Dergisi* 11: 5-12.
- Çetinkaya A (2010). Kafkas üniversitesi öğrencilerinin içme sütü ve süt ürünlerini tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *Atatürk Üniversitesi Veteriner Bilimleri Dergisi*. 5 (2), 73-84.
- Erdal G, Tokgöz K (2011). Tüketicilerin ambalajlı ve açık süt tüketim tercihlerini etkileyen faktörler: Erzincan ili örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 13 (20): 111-115
- Gehardt SE, Thomas RG (2006). Nutritive value of foods. United States Department of Agriculture (USDA). Agricultural Research Service. Home and Garden Bulletin. Number 72.

- Heaney P, McCarron D, Dawson-Huges B (1999). Dietary changes in favourably affect bone remodeling in older adults. *Journal of the American Dietetic Association*. 99: 1128-1133.
- Karagözlü N, Karagözlü C, Karaca S, Eren S (2005). Üniversite öğrencilerinde süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıkları ve beslenme bilinçleri üzerine bir araştırma: Celal Bayar Üniversitesi Mühendislik Fakültesi örneği. *Celal Bayar Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi* 1(2):101-108
- Karakaya E, Akbay C (2014). İstanbul ili kentsel alanda tüketicilerin açık ve paket süt tüketim alışkanlıkları. *Turkish Journal of Agricultural Economics*, 20(1).
- Karapazar Y (1993). Cinsiyet farklılıklarının tüketicilerin yaşam biçimlerine etkisi. *Pazarlama Dünyası Dergisi*, 39: 28-30.
- Kelley NS, Hubbard NE, Erickson KL (2007). Conjugated linoleic acid isomers and cancer. *The Journal of Nutrition* 137, 2599–2607.
- Koşum N, Taşkın T, Kesenkaş H, Gökmen M, Uzmay A, Çınar, G (2017). İzmir, Çanakkale ve Balıkesir illerinde keçi sütü ve ürünleri tüketiminin analizi üzerine bir araştırma. *Ege Üniv. Ziraat Fak. Derg.*, 2017, 54 (4):385-395
- Lee KW, Lee HJ, Cho HY, Kim YJ (2005). Role of the conjugated linoleic acid in the prevention of cancer. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition* 45, 135–144.
- Niyaz ÖC, İnan İH. (2016). TR22 Güney Marmara Bölgesindeki tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketim düzeylerinin belirlenmesi. *ÇOMÜ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 4 (2): 7–13
- Ocak S, Önder H (2014). Süt ürünlerinde tüketici tercihini etkileyen faktörler ve gıda güvenliği bilinci. *Hayvansal Üretim* 55(2): 9-15.
- Oğuz C, Küçükçongar M (2002). Konya ili Selçuklu ilçesi hane halkının süt ve süt ürünleri tüketim ve satın alma davranışları. *Türkiye V. Tarım Ekonomisi Kongresi*, 18-20 Eylül, Erzurum, s. 217-224.
- Orhan İ, Gün H (2011) Süt ve ürünleri tüketicilerinin etiket bilgi düzeylerinin incelenmesi. *Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 1.1.
- Özel AGG (2008). Tüketicilerin süt tercihinde etkili olan faktörlerin incelenmesine yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3).
- Özgen L (2004). Tüketicilerin besin etiketi okuma alışkanlıkları, beslenme etiketi ve ambalaj tercihleri ile ilişkili faktörler. *Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü (Doktora Tezi)*, Ankara.
- Özgül E, Aksulu I (2006). Ambalajlı gıda ürünlerinde tüketicilerin etiket duyarlılığındaki değişimler. *Ege Academic Review*, 6(1), 1-10.
- Savran F, Köksal Ö, Aktürk D, Gün, S. Kaya G (2016). Assessment of awareness levels on goat milk and products: the case of Çanakkale. *Assessment, Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development Vol. 16, Issue 2*
- Selçuk Ş, Tarakçı Z, Şahin K, Coşkun H (2003). Yüzüncü Yıl Üniversitesi lisans öğrencilerinin süt ürünleri tüketim alışkanlıkları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Bilimleri Dergisi (J. Agric. Sci.)*, 2003, 13(1): 23-31
- Sloan AE (2003). What consumers want and dont want –on food and beverage labels. *Food Technology*. 57 (11), 2634.
- Şahin K, Andiç S, Koç Ş (2001). Van ili kentsel alanda ailelerin otlu peynir ve süt ürünleri alım ve tüketim davranışları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Bilimleri Dergisi*.
- Şimşek O, Çetin C, Bilgin B (2005). İstanbul ilinde içme sütü tüketim alışkanlıkları ve bu alışkanlıkları etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi* 2: 23-35.
- Tönük B, Gültük H, Güneşli U, Arıkan R (1987). Gıda tüketimi ve beslenme araştırması. *Tarım Orman ve Köy İşleri Bakanlığı/UNICEF*, Ankara.
- TÜİK (2017). TÜİK <http://www.tuik.gov.tr/> Erişim Tarihi 17.10.2017.
- Uzunöz M, Gülşen M (2007). Üniversite öğrencilerinin süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, (3) 15-21.
- Ünal RN, Besler HT (2008). Beslenmede sütün önemi. *Sağlık Bakanlığı Yayın No: 727. Klasmat Matbaacılık*, ISBN: 978-975-590-243-2.
- Yalçın M, Argun MŞ (2017). Bitlis Eren Üniversitesi Sağlık Yüksekokulu öğrencilerinin süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıklarının ve etkileyen faktörlerin belirlenmesi. *Bitlis Eren Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 6(1), 51-60.