



Burdur İlindeki 65 Yaş ve Üzeri Tüketicilerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları^A

Deniz SAY ŞAHİN^{1*}, Zeliha Fulden SARAÇ²

Öz: Bu çalışma Burdur ili ve ilçelerinde ikamet eden 65 yaş ve üzerindeki tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıklarını belirlemek amacı ile yapılmıştır. Gelir düzeyi düştükçe yaşlıların pastörize ve UHT süt tüketimleri ve süt ve süt ürünlerine yaptıkları harcamanın düştüğü ve gruplar arasındaki farkın istatistiksel olarak da anlamlı olduğu saptandı ($p<0.001$). Gelir gruplarına göre süt satın alınan yerlerin sıralaması yapıldığında da tercih edilen yerlerin farklılık gösterdiği ve bu farkın istatistiksel olarak da anlamlı olduğu ($p<0.005$) saptandı. Araştırmamıza katılan bireylerin tercihen en çok (%35.2) sütü sabah saatlerinde ve sonbahar ayında (%26.75) tükettikleri ve sütü en çok (%50.5) içme sütü olarak kullandıkları saptanmıştır. Tüketicilerin açık süt alırken en çok fiyatına (%27.02), sterilize süt alırken ise en çok son kullanma tarihine (%41.45) dikkat ettikleri görülmüştür. Tüm sonuçlar değerlendirildiğinde 65 yaş ve üzeri tüketicilerde gelir düzeyi düştükçe, fiyatı daha ucuz olan açık ürünlerin daha çok tercih edildiğini ve ürünün tadının da satın alırken fiyatı kadar etkili olduğunu saptadık. Bu yaş grubu tüketiciler için aroması ve besin içeriği daha özelleştirilmiş olan ürünlerin ve hatta 65 yaş ve üzerindeki bireylerin süt tüketimini artırmak için yapılacak özel indirimlerin tüketim alışkanlıklarını ve miktarlarını değiştirebileceği değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: 65 yaş ve üzeri, süt ve süt ürünleri, tüketim alışkanlıkları.

^A Bu yayın Deniz SAY ŞAHİN'in Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı, Ulusal Tez Veri Tabanında 431913 tez numarası ile kayıtlı Doktora Tezinden üretilmiştir.

* **Sorumlu yazar/Corresponding Author:** ¹ Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü Burdur/TÜRKİYE saysahind@mehmetakif.edu.tr, **OrcID:** 0000-0001-8171-9743

² Ege Üniversitesi Tıp Fakültesi İç Hastalıkları AD., İzmir/TÜRKİYE fuldensarac@yahoo.com, **OrcID:** 0000-0001-9281-2492

Milk and Milk Products Consumption Patterns of Elderly Consumers in Burdur Province

Abstract: The aim of this study was to determine the 65 aged and over consumers' milk and milk products consumption who living in Burdur province and district. Pasteurized and UHT milk consumption and their spending on milk and milk products were decreased of the elderly people who have the lower income and the difference between groups were found to be statistically significant ($p < 0.001$). The places where the milk was purchased, were different among income groups and the difference between groups were found to be statistically significant ($p < 0.005$). The people who joined our research, they were mostly prefer using milk (35.2%) during the hours morning and fall months (26.75%) and they consume milk mostly (50.5%) drinking milk. The most consumers were found to be careful the price of fresh milk (27.02%), while buying sterilized milk, they were pay attention the expiration date (41.45%). All results are evaluated over the 65 years and older consumers, the lower income level of people preferred cheaper and outdoor products and the taste of product as effective as the price while purchased it. According to us the production of aroma and nutrient content more customized products will increase the consumption and we believe that the consumption habits and quantity will increase when the special discount for the milk and milk products for this age group.

Keywords: 65 age and over, dairy products, consumption habits.

Giriş

Süt ve süt ürünleri hem sağlıklı bir yaşam için, hem de yeterli ve dengeli beslenme açısından önemli tüm esansiyel amino asitleri içermesi nedeni ile tüketilmesi gereken gıda maddelerinin başında gelmektedir. İnsanoğlu için önemli bir hayvansal protein kaynağı olan süt, sağlığın sürdürülmesi, yeterli beslenme için gerekli olan elzem maddeleri içermesinin yanında vücut fonksiyonlarının düzenlenmesi, büyüme ve gelişmenin sağlanması, kemik ve diş dokusunun oluşması için de gereken birçok antioksidan ve minerali içinde barındırır (Şimşek ve ark., 2005; Usta, 2013). Bu nedenlerden dolayı, insan hayatının her evresinde süt ve süt ürünleri tüketimi önemli yer tutmaktadır. Sütün kendi doğal bileşimi bir canlının ihtiyacı olan ve gereksinimlerini karşılayabilecek besin maddelerinin hemen hemen tamamını içeriğinde barındırmaktadır (Akbay ve Tiryaki, 2007). Yapılan araştırmalar göstermiştir ki günlük ortalama 1 litre (lt) süt tüketimi yetişkin bir bireyin günlük fosfor, kalsiyum, B2 ve B12 vitamin ihtiyacını tamamını; günlük protein ihtiyacının ise yaklaşık olarak yarısını karşılamaktadır. Özellikle içeriğinde bulunan kalsiyumun yeterli tüketilmesi, tüm yaş grubundaki bireyler için önemlidir (Erdal ve Tokgöz, 2011). Türkiye genelinde birçok tüketici, “ambalajlı uzun ömürlü sütleri uygulanan ısıtılardan dolayı ölü süt” olarak değerlendirmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı, 2011). Yine bazı tüketiciler ambalajlı uzun ömürlü süte işleme esnasında dayanıklılığı sağlamak amacıyla antibiyotik ve antiseptik maddelerin katıldığına ve kullanılan ambalaj malzemelerinin kanser yapıcı olduğuna inanmaktadırlar. Diğer

tarafından tüketicilerin büyük bir çoğunluğu tarafından sokak sütü “en saf”, “en doğal” ve “en taze süt” olarak görülmektedir (Akbaş ve Tiryaki, 2007). Türkiye'nin insan beslenmesinde önemli bir yer tutan sütün tüketiminde gelişmiş ülkeler seviyesine ulaşabilmesi için, tüketicilerin süt tüketim yapılarını belirleyen çalışmaların sürekli yenilenmesi önem arz etmektedir. Özellikle bu çalışmaların il bazında ayrı ayrı değerlendirilerek tüketici bilinçlenmesine katkı sağlayacağı ve daha sağlıklı nesiller yetiştirilmesine de yardımcı olacağı düşünülmektedir (Akbaş ve Tiryaki, 2007). Yapılan araştırmalar kalsiyumun kas ve kemik gelişimi için süt ve süt ürünlerinin önemini gözler önüne sermekle birlikte bireylerin günlük alması gereken kalsiyum miktarının da yaş ile birlikte artması gerektiğini göstermektedir (Baysal, 1997; Sınır, 2014). “Özellikle 60 yaşından sonra vücuda alınan minerallerin emilimi yaklaşık %25 oranında azalmakta ve bu nedenle bu yaştan sonraki hem kadın hem de erkekler tarafından günde en az 1100 -1300 mg. arasında kalsiyum takviyesi alınması önerilmektedir” (Aksoydan, 2004; Rakıcıoğlu, 2006). T.C. Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Kurumu yayınlamış olduğu beslenme rehberinde (TÜBER, 2015) “bireylerin alması gereken kalsiyum miktarlarının 0-6 ay arasındaki bebekler için 400 mg/gün, 7-12 arasında 600 mg/gün, 1-9 yaş arasındaki çocuklar için 800 mg/gün, 10-18 yaş arası gençler için 1300 mg/gün, 19-50 yaş arasındaki yetişkinler için 1000 mg/gün, 51-65 yaş arasındaki yetişkinler için 1200 mg/gün, 65 yaş ve üzeri için ortalama 1200 mg/gün olması gerektiğini” belirtmiştir. Kemiklerden kalsiyum kaybının artması sonucunda kemikler kolaylıkla kırılabilir duruma gelmekte ve yaşlı bireylerde oluşan kırıklar ölüm riskinin artmasına neden olmaktadır (Ünal ve Besler, 2008). Özellikle yaşlı bireyler için önemli bir sağlık sorunu olan osteoporozun önlenmesi, çocuklu ve gençlik döneminde de büyüme ve gelişmenin sağlanabilmesi için süt ve süt ürünlerinin tüketimi her yaş grubunda desteklenmelidir (Sınır, 2014; Ünal ve Besler, 2008). Bu çalışmanın amacı, 65 yaş ve üstü bireylerin süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıkları ve satın alma davranışlarını ortaya koymaktır.

Materyal ve Yöntem

Araştırma Evreninin ve Anket Uygulanan Yerlere Göre Örnek Hacminin Belirlenmesi

Araştırma Burdur il merkezi ve ilçelerinde yapılmış olup, araştırmanın verileri 01.01.2015 – 30.03.2015 tarihleri arasında yüz yüze görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Çalışmamızda araştırmanın örnek hacmi, ana kütle oranlarına dayalı kümelendirilmiş tek aşamalı tesadüfi olasılık örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir.

$$n = t.2. [1 + (0.02) . (b-1)] . (p.q) / e.2$$

n: örnek hacmi

t: %95 önem derecesine karşılık gelen tablo değeri

b: örnekleme aşaması (bu aşama tek aşamalı olduğu için 1 alınmıştır)

p: incelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı %50 olarak alınmıştır.

q: incelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı (1-p)

e: kabul edilen hata payını (bu çalışmada %5 olarak alınmıştır) ifade etmektedir.

b=1 alındığında denklem; $n = t.2. (p. q) / e$ bu şekli almaktadır, değerler yerine koyulduğunda;

$n = (1.96)^2. (0.5. 0.5) / (0.05)^2$, $n=384$ olarak bulunmuştur ve ankette kayıp değerler olacağı dikkate alınarak 400'e tamamlanmıştır. Buna göre çalışma alanı olarak Burdur il merkezi ve tüm ilçeleri (Bucak, Ağlasun,

Çeltikçi, Kemer, Karamanlı, Tefenni, Çavdır, Gölhisar, Altınyayla, Yeşilova) seçilmiş olup ve anket sayıları nüfus yoğunluğuna göre orantısal olarak eşit sayıda ilçelere dağıtılmıştır.

Veri Toplama Aracı

Yaşlılara sosyodemografik özellikleri ve süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıklarını inceleyen anket formu uygulanmış, “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “fikrim yok”, “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” gibi verdikleri cevaplar analiz edilmiştir. Süt ve süt ürünleri tüketimindeki faktörler incelenirken bu faktörlerin ne derecede önemli oldukları da kategorilere ayrılarak değerlendirilmiştir.

İstatistiksel Analiz

Çalışmada sosyodemografik özellikler ve ürün tercihindeki dağılımlar sayı ve yüzde olarak hesaplanmış, ikili grup karşılaştırmalarında Ki kare ve ANOVA testleri kullanılmış, gruplar arasındaki farkların nereden kaynaklandığının saptanması için Post HocTukey analizi yapılmıştır.

Bulgular

Araştırmaya katılan yaşlıların demografik özellikleri incelendiğinde katılımcıların %50.5’inin erkek; %74.8’inin 65-74 yaş aralığında; %34’ünün ilkokul düzeyinde bir eğitim düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %35.7’sinin ev hanımlarından oluştuğu ve %43.3’ünün de 1600-1999 TL gelir düzeyine sahip olduğu saptanmıştır (Çizelge 1).

Çizelge 1. Araştırmaya Katılan Yaşlıların Tanımlayıcı Özellikleri

Değişkenler		Sayı	%
Cinsiyet	Kadın	198	49.5
	Erkek	202	50.5
Yaş	65-74	299	74.8
	75-84	91	22.7
	≥ 85	10	2.5
Eğitim Durumu	Okur yazar değil	53	13.3
	Okur yazar	61	15.3
	İlkokul	136	34.0
	Ortaokul	59	14.7
	Lise	57	14.3
	Üniversite	34	8.5
Meslek	Ev Hanımı	143	35.7
	Çiftçi	48	12.0
	Emekli işçi	47	11.7
	Emekli memur	59	14.7
	Serbest meslek	31	7.8
	Esnaf	29	7.3
	Diğer	43	10.8
Gelir Durumu	1: ≤ 1000 TL	145	36.3
	2: 1001-2000 TL	173	43.3
	3: ≥ 2001 TL	82	20.4
Toplam		400	100

Birey ya da aile olsun gıda harcamalarının en büyük belirleyicisi gelir düzeyidir (Aksoydan, 2004). Gelir düzeyi yükseldikçe satın alım gücü artacağından gıda alışverişlerine ayrılan miktar ve dolayısı ile süt ve süt ürünlerine ayrılan miktar da buna göre artış gösterecektir. Satın alım gücünün artması ile birlikte de daha çok çeşitli ve farklı ürünlerin bulunabileceği yerlerden alışveriş yapma imkan ve isteği de artacaktır. Araştırmaya katılan bireylerin gelir dağılımlarına göre süt ve süt ürünlerini satın alırken en çok tercih ettikleri yerleri incelendiğinde, gelir düzeylerine göre süt ve süt ürünleri satın alınan yerlerin birbirinden farklılık gösterdiği ve bu farklılığın ise istatistiksel olarak da anlamlı olduğu saptanmıştır ($p<0.01$), (Çizelge 2, Çizelge 3).

Çalışmada 65 yaş ve üzeri bireylerin satın aldıkları sütü en fazla hangi şekilde kullandıkları incelenmiş ve katılımcıların %50.4'ünün sütü en çok içme sütü olarak kullandığı saptanmıştır. Bunun yanında katılımcıların %2.3'ünün bebek ve evcil hayvan beslenmesi gibi diğer şekillerde kullandıkları görülmüş, sütü en çok kış mevsiminde ve sabah tüketmeyi tercih ettikleri ve süt fiyatlarını pahalı buldukları saptanmıştır (Çizelge 4).

Çizelge 2. Gelir Grubu Dağılımlarına Göre Süt Satın Alırken En Çok Tercih Edilen Yerler

En çok tercih edilen yerler	Gelir grupları*			Toplam	Ki Kare (P değeri)
	1	2	3		
Bakkal	29	32	11	125	
Köy ve akrabalar	39	35	4	86	
Market ve Süpermarket	19	40	47	97	
Sokak sütçüsü	33	39	1	30	0.0008
Diğer	12	14	4	30	(P<0.001)
Şarküteri ve Mandıra	13	13	14	32	
TOPLAM	145	173	82	400	

*1: Düşük gelir grubu (0-1000 TL). 2:Orta gelir grubu (1001-2000 TL). 3:Yüksek gelir grubu (2001 TL ve üzeri)

Çizelge 3. Gelir grubu dağılımlarına göre süt ürünleri satın alırken en çok tercih edilen yerler

En çok tercih edilen yerler	Gelir grupları*			Toplam	Ki Kare (P değeri)
	1	2	3		
Market ve Süpermarket	43	72	44	129	
Köy	65	39	10	117	
Bakkal	25	39	15	79	0.0009
Mandıra ve Şarküteri	13	26	11	49	(P<0.001)
Semt pazarı	10	13	3	26	
TOPLAM	145	173	82	400	

*1:Düşük gelir grubu (0-1000 TL). 2:Orta gelir grubu (1001-2000 TL). 3:Yüksek gelir grubu (2001 TL ve üzeri)

Çalışmada 65 yaş ve üzeri katılımcılarımızdan süt ve süt ürünlerini satın alırken neye göre karar verdiklerini ve bunların önem sıralamalarını, 1: önemli değil, 2: biraz önemli, 3: orta derecede önemli, 4: oldukça önemli, 5: çok önemli şeklinde puanlayarak sıralamaları istenmiştir. Araştırmamız sonucunda katılımcılarımızın süt ve süt ürünlerini satın alırken nelere ne oranda dikkat ettikleri ve bu faktörlerin önem dereceleri Çizelge 5'de belirtilmiştir. Katılımcıların süt tüketimine yönelik bazı değer yargılarının örneğin; sağlık açısından ailelerinden gördükleri ya da sonradan öğrendikleri süt ve süt ürünleri ile ilgili uygulamaların ne derece etkili oldukları da saptanmış ve Çizelge 6'da belirtilmiştir.

Çizelge 4. Tüketicilerin sütü kullanım şekli, süt tüketimi tercihleri ve fiyat hakkındaki düşünceleri

Değişkenler	Sayı	%	
Sütü kullanım şekli	İçme sütü	202	50.4
	Yoğurt yapımı	154	38.5
	Pasta sütle vb.	18	4.5
	Kefir yapımı	17	4.3
	Diğer *	9	2.3
Mevsimplere göre süt tüketimi	İlkbahar	107	26.7
	Yaz	109	27.3
	Sonbahar	65	16.3
	Kış	119	29.7
Öğüne göre süt tüketimi	Sabah	141	35.3
	Akşam	87	21.7
	Yatmadan önce	85	21.3
	Öğle	53	13.3
	Öğün arası	34	8.4
Fiyat hakkındaki düşünce	Çok Pahalı	122	30.5
	Pahalı	130	32.5
	Normal	80	20.0
	Ucuz	68	17.0
Toplam	400	100	

*Bebek veya evcil hayvan beslenmesi

Çizelge 5. Araştırmamıza Katılan Bireylerin Süt ve Süt Ürünlerini Satın Alırken Dikkat Edilen Faktörler ve Önem Dereceleri

Faktörler	Oranlar (%)*					Toplam	Ortalama± Standart hata
	1	2	3	4	5		
Ürünün fiyatı	13.5	19.5	25.8	22.8	18.4	100	3.13±1.29
Ürünün markası	6.5	15.0	22.5	27.5	28.5	100	3.56±1.22
Ürünün alındığı kişi veya satış mağazası	6.5	10.5	21.5	29.0	32.5	100	3.70±1.20
Ürünün tadı	3.7	9.0	12.5	29.5	45.3	100	4.03±1.13
Ürünün az yağlı olması	10.0	16.0	27.0	24.3	22.7	100	3.33±1.26
Ürünün yağlı olması	15.5	17.0	28.5	18.7	20.3	100	3.11±1.33
Ürünün aromalı olması	26.0	17.3	25.0	15.3	16.4	100	2.09±1.01
Ürünün ambalajı ve albenisi	17.4	19.3	21.3	22.7	19.3	100	3.07±1.37
Ürünün besin içeriği	7.0	10.3	23.3	29.4	30.0	100	3.65±1.20
Ürünün ulusal markalı olması	14.8	15.3	19.7	23.7	26.5	100	3.20±1.39
Ürünün etiketlendirilmiş olması	10.8	13.0	21.8	22.7	31.7	100	3.51±1.33
Ürünün tazeliği	3.4	5.7	11.3	23.3	56.3	100	4.23±1.08
Ürünün son kullanma tarihi	3.3	5.8	14.0	20.1	56.8	100	4.21±1.09
Ürünün gramajı	12.0	14.0	25.8	21.4	26.8	100	3.37±1.33
Ürünün promosyonunun olması	23.3	17.3	18.4	19.5	21.5	100	2.01±1.01
Ürünün sağlıklı olduğuna dair garanti	6.0	8.8	17.0	25.3	43.0	100	3.90±1.21
Ürünün uzmanlar tarafından önerilmesi	14.3	13.3	19.7	22.4	30.3	100	3.41±1.40
Ürünün reklamlarının etkisi	29.0	16.8	20.4	15.8	18.0	100	2.10±1.06

*: 1: Önemli değil. 2: Biraz önemli. 3: Kararsız. 4: Oldukça önemli. 5: Çok önemli.

Çizelge 6. Sağlık Açısından Tüketicilerin Süt ve Süt Ürünleri ile İlgili Farklı Uygulamaların Etkililik Derecesi Hakkındaki Faktörler

Faktörler	Oranlar (%)*					Toplam	Ortalama± Standart hata
	1	2	3	4	5		
Sütü kaynatarak içmek	2.8	7.5	14.0	23.3	52.3	100	4.14±1.11
Süt ve süt ürünlerini buzdolabında saklamak	3.3	5.0	15.0	29.0	47.5	100	4.11±1.07
Açık süt tüketmemek	18.5	18.0	21.3	18.8	23.3	100	3.09±1.43
Pastorize ve sterilize sütü tüketmemek	19.3	15.8	30.0	17.5	17.3	100	2.97±1.34
Süt ve süt ürünlerini ambalajına göre satın almak	24.5	12.5	24.0	19.0	19.8	100	2.96±1.45
Süt ve süt ürünlerinin son kullanım tarihine dikkat etmek	2.5	5.5	13.8	21.8	56.3	100	4.23±1.06
Süt ve süt ürünlerini tanıdık kişilerden satın almak	6.8	7.0	14.5	23.3	48.3	100	4.08±1.24

*: 1: Hiç etkili değil. 2: Biraz etkili. 3: Kararsız. 4: Oldukça etkili. 5: Çok etkili.

Bireylerin alışveriş ve tüketim alışkanlıklarını en çok etkileyen faktör gelir düzeyleri yani ekonomik imkanlarıdır. Sağlıktan gıdaya, konfeksiyondan giyime, akaryakıttan ısınma ihtiyacına kadar tüm tüketim malzemelerinin genel belirleyicisi bireylerin ekonomik refah düzeyleridir ve ekonomik olarak refah düzeyi arttıkça tüketim miktarının aynı orantıda artacağı yadsınamaz gerçeklerdendir. Araştırmamızda gelir gruplarını incelerken gelir gruplarının süt ve süt ürünleri tüketiminde ne derece etkili olduklarını, süt ve süt ürünleri tüketiminde farklı gelir seviyelerindeki insanların bu ürünleri aylık hangi oranlarda satın aldıklarını ve tükettiklerini (Çizelge 7); aylık ortalama süt ve süt ürünleri için yaptıkları harcama miktarlarının gelir gruplarına göre dağılımları da belirlenmiştir (Çizelge 8).

Tartışma

Yaşlanma ile birlikte organizmada birçok değişiklik olmaktadır. Yaşlanmayla birlikte gelişim gösteren fizyolojik değişimler, sosyoekonomik nedenler, fiziki özellikler ve kapasite yitimi, psikolojik etmeler, yaşlının sahip olduğu kronik hastalıklar ve sürekli kullanmak zorunda olduğu ilaçlar ve bunlarla birlikte gelişebilecek ilaç-besin etkileşimi gibi durumlar yaşlının beslenmesini ve besin tüketimini etkilemektedir (Rakıcıoğlu, 2006). Yaş ilerledikçe kronik hastalıkların da daha çok görülür olması besin öğelerinin alımını azaltmakta bu yüzden karbonhidratlara oranla; süt ve süt ürünleri, yeşil sebze ve meyveler, posalı yiyecekler gibi fonksiyonel besin gruplarının yaşlı birey tarafından daha fazla tüketilmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Karakaya ve Akbay, 2013).

Çizelge 7. 65 Yaş ve Üzeri Katılımcıların Gelir Gruplarına Göre Aylık Ortalama Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Miktarlarının Karşılaştırılması

Süt ve süt ürünleri	Gelir gruplarına göre tüketim (kg/ay)*				Anlamlılık düzeyi (P<0.05)	Post Hoc Analiz (Tukey)
	1 (n=145)	2 (n=173)	3 (n=82)	Toplam (n=400)		
Açık süt	7.21±0.69	6.27±0.54	5.56±0.82	6.46±0.38	0.271	1-2 (P>0.05) 2-3 (P>0.05) 1-3 (P>0.05)
Pastörize süt	0.65±0.12	1.65±0.24	2.86±0.45	1.54±0.15	0.001	1-2 (P=0.001) 2-3 (P=0.009) 1-3 (P=0.001)
UHT süt	0.46±0.10	0.94±0.14	1.79±0.52	0.86±0.13	0.001	1-2 (P=0.001) 2-3 (P=0.008) 1-3 (P=0.001)
Peynir	1.93±0.13	2.05±0.14	2.26±0.17	2.05±0.08	0.370	1-2 (P>0.05) 2-3 (P>0.05) 1-3 (P>0.05)
Lor	0.47±0.07	0.52±0.05	0.65±0.10	0.53±0.04	0.268	1-2 (P>0.05) 2-3 (P>0.05) 1-3 (P>0.05)
Kefir	0.06±0.02	0.47±0.29	0.15±0.05	0.26±0.12	0.328	1-2 (P>0.05) 2-3 (P>0.05) 1-3 (P>0.05)
Tereyağı	1.28±0.23	1.58±0.25	1.57±0.19	1.47±0.14	0.612	1-2 (P>0.05) 2-3 (P>0.05) 1-3 (P>0.05)
Yoğurt	4.57±0.47	4.43±0.36	5.13±0.59	4.63±0.26	0.608	1-2 (P>0.05) 2-3 (P>0.05) 1-3 (P>0.05)
Ayran	1.68±0.32	2.08±0.45	2.28±0.52	1.98±0.25	0.659	1-2 (P>0.05) 2-3 (P>0.05) 1-3 (P>0.05)
Dondurma	0.33±0.09	1.03±0.21	1.75±0.17	1.02±0.19	0.035	1-2 (P=0.02) 2-3 (P=0.03) 1-3 (P=0.01)
Kaymak	0.52±0.34	0.41±0.07	1.01±0.22	0.51±0.13	0.043	1-2 (P>0.05) 2-3 (P=0.04) 1-3 (P=0.01)

*1: Düşük gelir grubu (0-1000 TL). 2:Orta gelir grubu (1001-2000 TL). 3: Yüksek gelir grubu (2001 TL ve üzeri). Veriler ortalama ± standart hata olarak sunulmuştur.

Süt ve süt ürünleri beslenmemizde önemli yer tutması gereken fonksiyonel besinlerdendir. Ülkemizdeki süt tüketim oranlarına bakıldığında Avrupa ve diğer gelişmiş ülkelere kıyasla tüketimin çok düşük olduğu bilinmektedir. Ülkemizde süt tüketimi ağırlıklı olarak peynir ve yoğurt gibi ürünler özelinde yoğunlaşırken, içme sütü tüketimimiz nispeten daha düşüktür. Kişi başı içme sütü tüketimi Kuzey Avrupa ülkelerinde 100 kg'ın üzerinde iken Avrupa Birliği ortalaması 59.4 kg, Kanada'da 71 kg, ABD'de 69 kg'dır. Ülkemizde ise bu oranın

34 kg olduğu tahmin edilmektedir (Ulusal Süt Konseyi, 2014; Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2011; Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü Müdürlüğü, 2014). Beslenme önerilerine uyma, özellikle süt ve süt ürünleri gibi yüksek protein ve kalsiyum içeren gıdaların tüketilmesindeki en büyük etkenlerin başındakilerin sosyoekonomik düzeyleri ve eğitim seviyeleri gelmektedir.

Çizelge 8. 65 Yaş ve Üzeri Tüketicilerin Aylık Ortalama Süt ve Süt Ürünleri İçin Yaptıkları Harcama Miktarlarının Gelir Gruplarına Göre Dağılımları

Süt ve süt ürünleri	Gelir gruplarına göre yapılan harcama (TL/ay)*				Anlamlılık düzeyi (p<0.05)	Post Hoc Analiz (Tukey)
	1 (n=145)	2 (n=173)	3 (n=82)	Toplam (n=400)		
Açık süt	12.66±1.42	9.55±0.90	9.57±1.68	10.32±0.73	0.001	1-2 (P=0.001) 2-3 (P>0.05) 1-3 (P=0.001)
Pastörize süt	1.79±0.40	4.48±0.80	6.45±1.16	3,91±0.45	0.001	1-2 (P=0.001) 2-3 (P=0.001) 1-3 (P=0.001)
UHT süt	1.26±0.28	1.79±0.35	4.43±1.22	2.14±0.31	0.001	1-2 (P=0.001) 2-3 (P=0.005) 1-3 (P=0.001)
Peynir	24.78±1.75	28.73±1.90	37.10±3.49	29.02±1.27	0.002	1-2 (P=0.001) 2-3 (P=0.037) 1-3 (P=0.001)
Lor	3.73±0.65	3.73±0.39	5.02±0.86	4.00±0.34	0.312	1-2 (P>0.05) 2-3 (P>0.05) 1-3 (P>0.05)
Kefir	0.42±0.02	1.02±0.24	1.23±0.42	0.85±0.15	0.112	1-2 (P>0.05) 2-3 (P>0.05) 1-3 (P>0.05)
Tereyağı	15.68±1.16	21.62±2.06	22.53±3.17	19.65±1.25	0.057	1-2 (P>0.05) 2-3 (P>0.05) 1-3 (P>0.05)
Yoğurt	11.29±1.21	13.32±1.37	17.84±3.80	13.51±1.07	0.088	1-2 (P>0.05) 2-3 (P>0.05) 1-3 (P>0.05)
Ayran	2.55±0.54	3.19±0.49	3.70±0.86	3.06±0.33	0.447	1-2 (P>0.05) 2-3 (P>0.05) 1-3 (P>0.05)
Dondurma	2.72±0.72	3.04±0.59	6.30±1.59	3.51±0.49	0.016	1-2 (P=0.024) 2-3 (P=0.024) 1-3 (P=0.024)
Kaymak	2.41±0.57	4.92±0.93	5.86±1.19	4.20±0.51	0.026	1-2 (P=0.042) 2-3 (P=0.042) 1-3 (P=0.042)

*1: Düşük gelir grubu (0-1000 TL). 2:Orta gelir grubu (1001-2000 TL). 3: Yüksek gelir grubu (2001 TL ve üzeri). Veriler ortalama±standart hata olarak sunulmuştur.

Şimşek ve arkadaşlarının (2005) yapmış olduğu farklı sosyoekonomik bölgeleri temsil eden 1000 kişinin katıldığı ve süt tüketim alışkanlıklarının karşılaştırıldığı çalışmada; “çalışmaya katılanların sadece üçte birinin her gün düzenli süt içme alışkanlığının olduğu ve bu oranın büyük çoğunluğunun yüksek sosyoekonomik düzeydeki kesimin (>2000 TL gelir/ay) oluşturduğunu, süt içmeyenlerin büyük çoğunluğunu ise alt düzey sosyoekonomik grubun oluşturduğunu” saptamışlardır. Çalışma sonuçlarına göre ise; “süt içmeyen bireylerin büyük çoğunluğunun belirli bir nedeni olmayıp sadece alışkanlıklarının olmamasından kaynaklı sütü tüketmedikleri, sonrasında ise rahatsızlık vermesi, tadını sevmemeleri, kokusundan hoşlanmamaları gibi nedenlerinin olduklarını” belirtmişlerdir. Andiç ve arkadaşlarının (2002) Van ilinde yaptıkları başka bir araştırmada ise; “yine gelir düzeyi arttıkça gıda harcamalarının bununla birlikte süt ve süt ürünleri harcamalarının ve tüketim miktarlarının arttığı bulunmuştur. Yine en çok süt ve süt ürünleri tüketim ve harcamasının yüksek gelir düzeyine sahip (>6000 TL gelir/ay) grupta yapıldığı bulunmuştur. Karakaya ve Akbay’ın (2013) İstanbul ilinde yaptığı başka bir araştırma sonucunda ise; “süt ve süt ürünleri tüketim ve harcamalarının eğitim seviyesi ve gelir düzeyi ile ilişkili olduğu en çok tüketim ve harcamanın yüksek gelir grubundaki (>3982.76 TL gelir/ay) bireylerde yapıldığı” bulunmuştur. Bizim de çalışmamızda 65 yaş ve üzerindeki bireylerin süt ve süt ürünleri tüketiminde gelir düzeyinin önemli bir faktör olduğunu, gelir düzeyi yükseldikçe yapılan gıda harcamalarının miktarının ve bu harcamalarda süt ve süt ürünlerine ayrılan payın ve buna bağlı olarak tüketilen süt ve süt ürünleri miktarlarının arttığı bulunmuştur.

Çocukluk ve adölesan dönemde süt ve süt ürünleri tüketimi hem çocukluk ve gençlik döneminde hem de yetişkinlik döneminde kemik sağlığının uzun ömürlü olmasına etki edebilmektedir (Kalkwarf, 2007). Bununla birlikte yaşlılık döneminde de kalsiyumdan zengin beslenmek kemik sağlığının korunması ve desteklenmesi için yine önemlidir (Elbon ve ark., 1998). Amerika’da 60 yaş ve üzeri bireylerde yapılan bir araştırmada; “katılımcıların adölesan dönemde (12-19 yaş) %30.8’ inin günde 3 ve ya daha fazla süt tükettiği, %18’ inin ise süt tüketimini nadiren ya da hiç olarak belirttiği bildirilmiştir” (Elbon ve ark., 1998). Ayar ve Demirulus (2000) ise süt ve süt ürünleri ile ilgili yaptıkları araştırmada; “katılımcıların çoğunun süt ve süt ürünlerini sevdiğini, süt ürünleri içerisinde erkeklerin en çok peyniri, kızların ise dondurmaya sevdiğini” saptamışlardır. Karakaya ve Akbay’ın (2013) yapmış olduğu süt ve süt ürünleri tüketimi araştırmasında ise; “katılımcıların yarısından çoğunun süt ve süt ürünlerini sevdiği ve %48,12’sinin sütü içme sütü olarak tükettiği, % 26,57’ sinin sütü çocuk beslenmesinde kullandığı, %11,3’ünün yoğurt yapımında, %13,53’ünün pasta yapımında ve %0,75’inin evcil hayvan beslenmesi vb. gibi şekillerde kullandığını” saptamıştır. Bununla birlikte en çok tüketilen ürünün ise sırası ile süt, yoğurt ve tereyağı olduğunu bulmuştur. Karagözlü ve arkadaşları (2005) ise; “katılımcıların üçte birinin tüm süt ürünlerini sevdiğini ve sonrasında sırası ile yoğurt ve peyniri tercih ettiklerini” saptamışlardır. Çetinkaya’ nın (2010) yapmış olduğu araştırma sonucuna göre ise; “katılımcıların süt yerine süt ürünlerinden olan peynir, yoğurt ve tereyağını daha çok tüketmeyi tercih ettiğini” bulmuştur. Andiç ve arkadaşlarının (2002) Van ilinde yapmış oldukları araştırma sonuçları da göstermiştir ki; “anket uygulanan bireylerin %27.9’ u sütü içme sütü olarak kullanırken, %25.2’ si yoğurt yapımında, %23.1’ i çocuk beslenmesinde, %22.4’ ü pasta, sütlaç, börek vb. yapımında, %1.4’ü ise sütü peynir yapımında kullandıklarını” bildirmişlerdir. Bizim çalışmamızda katılımcılarımızın sütü en çok içme sütü olarak tükettiklerini sonra da sırası ile yoğurt yapımı,

pasta, sütlac vb. yapımı, kefir yapımı ve son olarak da bebek ve ya evcil hayvan beslenmesinde kullanmak gibi diğer şekillerde kullandıkları bulunmuştur.

Süt ve süt ürünlerinin tüketiminde gelir seviyesi ve bu ürünlerin fiyatlarının da tüketimde önemli etken olduğunu söylemiştik. Tüketicilerin süt ve süt ürünlerinin fiyatları konusundaki düşüncelerini gösteren birçok çalışma da mevcuttur. Örneğin Özcan (2011) yapmış olduğu araştırmasında; “süt ve süt ürünlerinin fiyatlarını tüketicilerin %57.7’ sinin uygun, %35.6’ sının pahalı, %6.7’sinin ise ucuz bulduğunu” belirtmiştir. Elbon ve arkadaşlarının (1998) 60 yaş ve üzeri bireylerde yaptıkları araştırma ise; “tüketicilerin sadece %13.3’ü süt ve süt ürünlerini çok pahalı bulurken, %43.5’ inin bu ürünleri çok pahalı bulmadıkları” saptanmıştır. Bus ve Worsley (2003) çalışmalarında “tüketicilerin özellikle taze sütü pahalı bulduklarını ve bunun özellikle düşük gelirli toplumlarda süt tüketimini engelleyebileceğini” söylemişlerdir. Karakaya ve Akbay’da (2011) yapmış olduğu çalışmada; “tüketicilerin %3.8’ inin süt ürünlerini çok pahalı bulduğunu, %31.4’ünün pahalı bulduğunu, %63.0’ının fiyatları normal bulduğunu ve %1.8’ inin fiyatları ucuz bulduğunu” bildirmiştir. Yaman’ın (2012) Bursa ilindeki sağlık çalışanlarının süt tüketimlerini incelediği çalışmasında “sağlık çalışanlarının %45.4’ü süt fiyatlarını pahalı, %39’u uygun, %2.2’si ucuz bulduğunu” saptamıştır. Bizim çalışmamızda ise 65 yaş ve üzeri tüketicilerimiz yüksek oranla sütü pahalı bulduklarını belirtmişlerdir.

Süt ve süt ürünleri fiyatlarının yüksek olduğu düşünülen yerlerde yaşayan bireylerin genel olarak açık süt satın almaya yöneleceğini gösteren çalışmalar yapılmıştır. Türkiye’de Sarıözkan ve arkadaşlarının yaptığı çalışma da bu yargıyı destekler niteliktedir. Sarıözkan ve arkadaşları (2007) yüksek süt fiyatlarının araştırma grubundaki katılımcıların bir kısmını açık süt almaya yönelttiğini bildirmişlerdir. Glanz ve arkadaşları (1998); “tüketicilerin süt ve süt ürünlerinde tattan sonra ücretin üreticiyi en çok etkileyen ve gıda seçiminde etkili olan etmen olduğunu” saptamışlar, ayrıca çalışmalarında katılımcıların daha ucuz olsaydı daha fazla tüketebileceklerini söylediklerini bildirmişlerdir. Bizim çalışmamızda da anketimize katılan 65 yaş ve üzeri katılımcılarımız açık süt tüketimine etki eden en önemli faktörün ürünün fiyatı olduğunu söylemiş ve önem derecesini ise çok önemli olarak tanımlamışlardır.

Tüketilen sütün niteliği, satış koşulları, hijyenik özellikleri, ve kaynağı da beslenme açısından önem taşımaktadır. Açık ve ambalajlı süt tüketiminde fiyatın dışında başka etmenlerin de tüketicinin tercihlerini etkilediği gözlenmiştir. Andiç ve arkadaşlarının (2002) yaptığı çalışma sonucunda; “Van ilinde ailelerin %64’ünün açık süt, %36’sının pastörize ve ya sterilize süt tükettiği bulunmuş, pastörize ya da sterilize süt tercih eden ailelerin ise bu ürünleri marketlerden geri kalanların ise bakkallardan aldığı” bildirilmiştir. Açık süt tüketen aileler ise sütü temin ettikleri yerlerin sırası ile sokak sütçüleri, bakkallar, köyler ve şarküteriler olduğunu söylemişlerdir. Erdal ve Tokgöz’ de (2011) araştırmalarının sonucunda açık sütü tercih eden katılımcıların oranının ambalajlı süt tercih edenlere göre daha yüksek olduğunu bildirmişlerdir. Bunların dışında Şimşek ve arkadaşlarının (2005) İstanbul ilinde süt tüketim alışkanlıkları ve etkileyen faktörleri belirlemek amacı ile yapmış oldukları çalışmada, önceki çalışmaların aksine “tüketicilerin sadece %11’ inin sokak sütünü tercih ettikleri, %49’unun pastörize, %40’nının uzun ömürlü sütü tercih ettiklerini” saptamışlardır. Uzunöz ve Gülşen (2007) ise araştırmalarında; “süt ve süt ürünlerinin alındığı yerleri sorgulamış ve bu ürünlerin en çok marketlerden satın alındığını sonrasında ise bunu sırası ile bakkal, pazar yerleri ve diğer yerlerin takip ettiğini”

saptamışlardır. Yaman'ın (2012) çalışmasında da sağlık çalışanlarının içtikleri sütü büyük oranda marketlerden (%83.6) aldıkları gösterilmiştir. Bizde araştırmamızda açık sütün günlük satın alınma oranlarını sterilize ve pastörize süte oranla daha yüksek olduğunu saptadık. Bununla birlikte 65 yaş ve üzeri bireylerin süt satın alınırken en çok tercih ettikleri yerlerin gelir gruplarına göre değiştiğini, yüksek gelir grubundaki bireylerin sütü ve süt ürünlerini daha çok market ve süpermarketlerden satın almayı tercih ettiklerini, düşük ve orta gelir grubundaki bireylerin ise sütü daha çok köy ve akrabalarından ikinci olarak da sokak sütçüsünden temin ettiklerini saptadık. Süt ve süt ürünleri tüketimi ile ilgili yapılan başka bir çalışmada; “öğrencilerin sütü satın alırken %13.7 oranında açık süt satın aldıkları ve sokak sütçülerini tercih ettikleri saptanmış ve bunun süt sektöründeki pazarlama hatası ile ilişkisi vurgulanmış, öğrencilerin açık süt almalarındaki etkenin hijyen ve ya kaliteden çok fiyat olduğu da vurgulanarak ambalajlı olarak satılan sütlerin fiyatlarının daha aşağıya çekilmesinin sokak sütçüsüne olan talebi azaltacağı” belirtilmiştir (Sarıözkan ve ark., 2007).

Süt ve süt yağının da diyetle ve kalori alımında çok önemlidir. Hammarlund (2002) bir çalışmada; “süt tüketicilerinin büyük bir kısmının yağsız sütü tercih ettiğini, sonra sırası ile %2yağlı sütü, %1 yağlı sütü ve son olarak tam yağlı sütü tercih ettiklerini” göstermiştir. Cashel ve arkadaşlarının (2003) yapmış oldukları başka bir süt tüketim araştırması ise göstermiştir ki; “yaşlı kadınlar genç kadınlara oranla daha fazla yağsız ya da az yağlı süt tercih etmektedirler”. Van Rossum ve arkadaşlarının (2000) çalışması ise, “yüksek gelir düzeyine sahip bireylerin düşük yağlı süt ve süt ürünü tercih etme oranları düşük gelir düzeyine sahip bireylere göre daha yüksektir”. Amerika’da 60 yaş üzerindeki katılımcıların süt ve süt ürünleri tüketimlerinin incelendiği bir çalışmada; “yaşlıların büyük çoğunluğunun yağ alımına ve kolesterolden zengin yiyeceklerin alımına çok dikkat ettikleri, yaşlıların çoğunun %2 yağlı süt tüketimini tercih ettikleri” bildirilmiştir (Elbon ve ark., 1998). Karakaya ve Akbay (2014) ise çalışmalarında sütün light ya da tam yağlı olmasının tüketici açısından biraz önemli olduğunu bulmuştur. Biz 65 yaş ve üzeri tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketimini incelediğimiz çalışmamızda ürünün az yağlı ya da yağlı olmasının katılımcılarımız açısından orta derecede önemli olduğunu saptamıştır.

Sonuç ve Öneriler

Ülkemizde diğer 1. Dünya ülkelerine kıyasla süt içme alışkanlığı ne yazık ki yaygın değildir. Yapılan araştırmalar da göstermiştir ki beslenmemizde önemli yeri olması gereken süt ve süt ürünleri tüketimi ülkemizde ne yazık ki istenen ve önerilen düzeylerin altındadır. Özellikle osteoporoz, obezite ve kronik hastalıklar gibi rahatsızlıkların daha yüksek oranlarda görüldüğü yaşlı bireylerde süt tüketimi bilhassa desteklenmelidir. Kalsiyum alımı ile osteoporoz, hipertansiyon ve obezite ilişkisinin ters orantılı olduğunu gösteren birçok çalışma da yaşlı bireylerin süt ve süt ürünleri konusunda desteklenmesi ve bu ürünlerin tüketiminin artırılması gerektiğini vurgulamaktadır.

Yapılan araştırmalar göstermiştir ki süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıkları çocukluk çağında kazandırılan özelliklerdendir. Bu nedenle geleceğin yaşlı bireyleri olacak olan gençler ve çocuklara bu alışkanlığı

kazandırmak, süt ve süt ürünleri konusunda bilgilenmelerini sağlamak amacı ile okullarda eğitim programları ve okul sütü gibi projeler başlatılmalıdır.

Tüketilen süt ve süt ürünlerinin ne kadar tüketildiğinin yanında içeriği ve niteliği de oldukça önemlidir. Bu nedenle özellikle fiyatından dolayı açık süt tüketmeyi tercih eden tüketicilerin de sağlığının korunması ve süt ile bulaşabilecek hastalıkların önlenmesi açısından piyasada satışa sunulan sütlerin bir denetimden geçirilmesi ve bu denetim çalışmalarının muhakkak yaygınlaştırılması gerekmektedir. Özellikle sokaklarda açık olarak satılan çiğ sütlerin hijyenik koşullarda saklanmamasından, sütün mikropların üremesi için de çok uygun bir ortam olmasından, sütün kaynağı olan hayvanın da sağlık durumu hakkında bilgi sahibi olunamamasından ve satış esnasında da birçok hileye maruz kalabilme riski olduğundan dolayı tüketicilerin ısıtılardan geçmiş olan UHT ve ya pastörize sütleri tercih etmeleri konusunda kamu spotu ya da reklamlar aracılığı ile bilgilendirme yapılmalıdır.

Teşekkür

Çalışmam boyunca desteklerini eksik etmeyen Ege Üniversitesi Tıp Fakültesi İç Hastalıkları Anabilim Dalı Başkanı sayın Prof. Dr. Fehmi Akçiçek ve tüm anabilim dalı çalışanlarına teşekkür ederim.

Kaynakça

- Akbay, C., ve Yıldız Tiryaki, G. 2007. Tüketicilerin Ambalajlı ve Açık Süt Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi Kahramanmaraş Örneği. *KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi*, 10 (1): 89-96.
- Aksoydan, E. 2004. *Yaşlılık ve Beslenme*. Hacettepe Üniversitesi Geriatrik Bilimler Araştırma Merkezi Yayını, Ankara, TR (2004), 88s.
- Andiç, S., Şahin, K., ve Koç, Ş. 2002. Süt Tüketim Yapısı: Van İli Kentsel Alan Örneği. *Yüzyüncü Yıl Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 12 (2): 33-38.
- Ayar, A., ve Demirulus, H. 2000. Eğitim Çağındaki Gençlerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Gıda*, 25(5): 371-376.
- Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı. 2016. *Süt ve Süt Ürünleri Sektör Raporu*. BAKA Yayını, Antalya, TR (2016), 22-35s.
- Baysal, A. 1997. *Yaşlılık ve Beslenme*. Türkiye Diyetisyenler Derneği Yayını, Ankara, TR (1997), 67s.
- Bus, A.E., and Worsley, A. 2003. Consumers' Sensory and Nutritional Perceptions of Three Types of Milk. *Public Health Nutrition*, 6 (2): 201-208.
- Cashel, K.M., Crawford, D., and Deakin, V. 2000. Milk Choices Made by Women: What Influences Them, and does It Impact on Calcium Intake?. *Public Health Nutrition*, 3(4): 403-410.

- Çetinkaya, A. 2010. Kafkas Üniversitesi Öğrencilerinin İçme Sütü ve Süt Ürünlerini Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. *Atatürk Üniversitesi Veteriner Bilimleri Dergisi*, 5(2): 73-84.
- Elbon, S.M., Johnson, M.A., and Fischer, J.G. 1998. Milk Consumption in Older Americans. *American Journal of Public Health*, 88(8): 1221-1224.
- Erdal, G., ve Tokgöz, K. 2011. Tüketicilerin Ambalajlı ve Açık Süt Tüketim Tercihlerini Etkileyen Faktörler: Erzincan İli Örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13 (20): 111-115.
- Glanz, K., Basil, M., Maibach, E., Goldberg, J., and Snyder, D. 1998. Why Americans Eat What They Do: Taste, Nutrition, Cost, Convenience, and Weight Control Concerns As Influences on Food Consumption. *Journal of the American Dietetic Association*, 98 (10): 1118-1126.
- Hammarlund, R. 2002. A Study of Marketing Issues with Organic Milk. Unpublished Master Thesis, Kansas State University Journal, Dept. of Agricultural Economics.
- Kalkwarf, H.J. 2007. Childhood and Adolescent Milk Intake and Adult Bone Health. *International Congress Series*, 1297: 39-49.
- Karagözlü, N., Karagözlü, C., Karaca, S., ve Eren, S. 2005. Üniversite Öğrencilerinde Süt ve Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları ve Beslenme Bilinçleri Üzerine Bir Araştırma; Celal Bayar Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Örneği. *Celal Bayar Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 1(2): 101-108.
- Karakaya, E., ve Akbay, C. 2013. İstanbul İlinde Tüketicilerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 27(1), 65-77.
- Karakaya, E., ve Akbay, C. 2014. İstanbul İli Kentsel Alanda Tüketicilerin Açık ve Paket Süt Tüketim Alışkanlıkları. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 20(1), 17-27.
- Özcan, D. 2011. Süt ve Süt Ürünlerinde Tüketici Talebi ve Satın Alma Kararına Etki Eden Faktörler Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Örneği. Yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı.
- Rakıcıoğlu, N. 2006. Türkiye'ye Özgü Beslenme Rehberi. T.C. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Gıda Güvenliği Daire Başkanlığı Yayını, Ankara, TR. (2006), 50s.
- Sarıözkan, S., Cevger, Y., Demir, P., ve Aral Y. 2007. Erciyes Üniversitesi Veteriner Fakültesi Öğrencilerinin Hayvansal Ürün Tüketim Yapısı ve Alışkanlıkları. *Sağlık Bilimleri Dergisi*, 16(3): 171-179.
- Sinir, G.Ö., İncedayi, B., Çopur, Ö.U., Kaplan, E., ve Bekaroğlu, M. 2014. Uludağ Üniversitesi'nde Eğitim Gören Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıklarının Araştırılması. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28(2): 37-47.
- Şimşek, O., Çetin, C., ve Bilgin B. 2005. İstanbul İlinde İçme Sütü Tüketim Alışkanlıkları ve Bu Alışkanlıkları Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 2(1): 12-18.
- Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü Müdürlüğü, 2014. Durum ve Tahmin Süt ve Süt Ürünleri. TEPGE Yayını, Ankara. <http://www.tepge.gov.tr/Dosyalar/Yayinlar/3f34ec3a492146c89a86d8ccec44f320.pdf> (Erişim 18.05.2018).

- Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı, 2011. Sağlık Çalışanlarında Obezite (Şişmanlık) ve Zayıflık Durumunun Belirlenmesi Araştırma Raporu, Ankara. <http://www.saglikcalisanisagligi.org/260-salk-calanlarinda-obezi-te-imanlk-ve-zayflk-durumunun-belirlenmesi-aratrm-as-raporu.html> (Erişim 05.05.2017).
- Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı, Türkiye Halk Sağlığı Kurumu, 2015. Türkiye Beslenme Rehberi (TÜBER 2015), Ankara. <https://dosyasb.saglik.gov.tr/Eklenti/10915,tuber-turkiye-beslenme-rehberipdf.pdf> (Erişim: 13.11.2019).
- Ulusal Süt Konseyi, 2014. Dünya ve Türkiye’de Süt Sektörü İstatistikleri. Ulusal Süt Konseyi Yayını, Ankara. http://www.ulusalsutkonseyi.org.tr/kaynaklar/arastirma_dosyalar/2014_05_22_905419.pdf (Erişim 06.06.2018).
- Usta, B., ve Yılmaz, E.L. 2013. Sütün Antioksidan Enzimleri ve Biyolojik Etkileri. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 27(2): 123-130.
- Uzunöz, M., ve Gülşen, M. 2007. Üniversite Öğrencilerinin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, C(3): 15-21.
- Ünal, R.N., ve Besler, T. 2008. Beslenmede Sütün Önemi. T.C. Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Beslenme ve Fiziksel Aktiviteler Daire Başkanlığı Yayını, Ankara, TR. (1990), 42s.
- Van Rossum, C.T., Van De Mheen, H., Witteman, J.C., Grobbee, E., and Mackenbach, J.P. 2000. Education and Nutrient Intake in Dutch Elderly People: The Rotterdam Study. *European Journal of Clinical Nutrition*, 54(2): 159-165.

