



**BAZI HAYVANSAL ÜRÜNLERE YAPILAN
HARCAMALARI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN
EKONOMETRİK ANALİZİ: ÇOK TERİMLİ
TOBİT MODELİ YAKLAŞIMI**

Faruk URAK

**Yüksek Lisans Tezi
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı
Tarım İşletmeciliği Bilim Dalı
Prof. Dr. Vedat DAĞDEMİR
2016**

Her hakkı saklıdır

**ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**BAZI HAYVANSAL ÜRÜNLERE YAPILAN HARCAMALARI
ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN EKONOMETRİK ANALİZİ: ÇOK
TERİMLİ TOBİT MODELİ YAKLAŞIMI**

Faruk URAK

**TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI
Tarım İşletmeciliği Bilim Dalı**

**ERZURUM
2016**

Her Hakkı Saklıdır



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
Fen Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü
TEZ ONAY FORMU



**BAZI HAYVANSAL ÜRÜNLERE YAPILAN HARCAMALARI ETKİLEYEN
FAKTÖRLERİN EKONOMETRİK ANALİZİ: ÇOK TERİMLİ TOBİT MODELİ
YAKLAŞIMI**

Prof. Dr. Vedat DAĞDEMİR danışmanlığında, Faruk URAK tarafından hazırlanan bu çalışma, 17/06/2016 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Tarım İşletmeciliği Bilim Dalı'nda Yüksek Lisans tezi olarak **oybirliği / oy çokluğu (.../...)** ile kabul edilmiştir.

Başkan: Prof. Dr. Vedat DAĞDEMİR

Üye : Prof. Dr. Abdulbaki BİLGİÇ

Üye : Doç. Dr.Orhan GÜNDÜZ

İmza :

İmza :

İmza :

Yukarıdaki sonuç;

Enstitü Yönetim Kurulu'nun **23.06/2016** tarih ve ...**26**.../...**24**..... nolu kararı ile onaylanmıştır.

Prof. Dr. Ertan YILDIRIM
Enstitü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaklardan yapılan bildiriş, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak olarak kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

BAZI HAYVANSAL ÜRÜNLERE YAPILAN HARCAMALARI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN EKONOMETRİK ANALİZİ: ÇOK TERİMLİ TOBİT MODELİ YAKLAŞIMI

Faruk URAK

Atatürk Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı
Tarım İşletmeciliği Bilim Dalı

Danışmanı: Prof. Dr. Vedat DAĞDEMİR

Bu çalışmada, hanelerin ve hane reisinin sosyo-demografik ve ekonomik faktörlerinin hane halkı süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcama tutarına olan etkileri çok terimli Tobit modeli kullanılarak elde edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda araştırma ile ilgili temel veriler Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2014 dönemi boyunca toplam 10122 hane halkına uygulanan hane halkı bütçe anketlerinden elde edilmiştir. Örnek büyüklüğü kayıp ve aykırı gözlemler atıldıktan sonra 9271 hane olarak hesaplanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre iki bağımlı değişken arasındaki ikili çapraz korelasyonların hepsinin pozitif ve istatistiki açıdan sıfırdan farklı bulunması çok terimli Tobit modelin geçerliliğini doğrulamaktadır. Hane reisi erkek olanların hane reisi bayan olanlara göre aylık 1.512 TL daha az tereyağı tüketim harcaması yaptıkları tespit edilmiştir. Ailelerin 6-14 yaş grubu çocuk sayısı arttıkça ailelerin yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarlarının sırasıyla 0.803 ve 0.313 TL daha fazla olacağı hesaplanmıştır. Ailenin aylık toplam gelirinin 1000 TL artması durumunda ailenin aylık süt, peynir, yumurta ve tereyağı tüketim harcama tutarlarının sırasıyla 0.159, 0.411, 0.154 ve 0.332 TL artacağı tespit edilmiştir. Araştırma bulgularına göre hane halkı ve hane reisinin sahip olduğu özelliklerden dolayı hanelerin süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcama tutarlarını önemli ölçüde etkilediği çalışmada elde edilen bulgular tarafından desteklenmiştir. Dolayısıyla ailelerin ve aile reisinin sahip olduğu sosyo-demografik ve ekonomik faktörler dikkate alınarak bunların gruplandırılmaları ve bu gruplara yönelik genel politikalar yerine ayrı ayrı politikaların geliştirilmesi ve izlenmesi büyük önem arz etmektedir.

2016, 51 sayfa

Anathar Kelimeler: Tarım İşletmeciliği, Süt, Peynir, Tereyağı, Yoğurt ve Yumurta Tüketimi, Çok Terimli Tobit Modeli

ABSTRACT

Master Thesis

ECONOMETRIC ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING HOUSEHOLD SPENDING ON SOME ANIMAL PRODUCTS: MULTIVARIATE TOBIT MODEL APPROACH

Faruk URAK

Atatürk University
Graduate School of Natural and Applied Science
Department of Agricultural Economy
Department of Farm Management

Supervisor: Prof. Dr. Vedat DAĞDEMİR

In this study, the effects of household and household head-related socio-demographic and economic factors on spending of household milk and egg consumption, including milk products are obtained by using multivariate Tobit model. Data about this research is obtained from 10122 household budget survey that conducted by Turkish Statistical Institute (TSI) to households over the period of 2014. Sample size has been calculated as 9271 households after excluding outliers and missing observations of some key variables. According to the results all positive and statistically different from zero the cross-correlation coefficients between the two expenditure equations confirm the validity of the multivariate Tobit model against the individual Tobit model. Results show that the male household head is most likely to spend 1.512 TL less than female household head. Households with kids within 6-14 age group tend to spend 0.803 TL and 0.313 TL more on yoghurt and eggs products. A 1000 TL per month increase in income the family expenditures on milk, cheese, egg and butter consumption will increase by 0.159, 0.411, 0.154 and 0.332 TL respectively. Results also indicate that the properties owned by the household and the households head significantly affected the spending on milk and milk products with egg consumption. Therefore, household and household head-related socio-demographic and economic factors significantly affect monthly dairy expenditures in Turkey and differ significantly in terms of their magnitudes. Relevant policy implications can be drawn and implemented by policy makers and entrepreneurs in related fields.

2016, 51 pages

Keywords: Agribusiness, Milk, Cheese, Butter, Yoghurt and Egg Consumption, Multivariate Tobit model

TEŞEKKÜR

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum bu çalışma sürecinde göstermiş olduğu yakın ilgiden dolayı danıŐman hocam Sayın Prof. Dr. Vedat DAĞDEMİR'e ve çalışmanın her aŐamasında ve özellikle yapılan analizlerde ilgi ve yardımlarından dolayı Sayın Prof. Dr. Abdalbaki BİLGİÇ'e teşekkür ederim.

Faruk URAK

Nisan, 2016

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
KISALTMALAR DİZİNİ.....	v
ÇİZELGELER DİZİNİ	vi
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Önemi	1
1.2. Araştırmanın Kapsamı.....	5
1.3. Araştırmanın Amacı	5
2. KAYNAK ÖZETLERİ	6
3. MATERYAL ve METOT	15
3.1. Materyal.....	15
3.2. Metot	15
4. BULGULAR ve TARTIŞMA	23
4.1. Bağımlı Değişkenlerin Betimleyici İstatistik Sonuçları	23
4.2. Bağımsız Değişkenlerin Betimleyici İstatistik Sonuçları.....	25
4.3. Bağımlı Değişkenler Arasındaki Korelasyon Katsayısı Parametrelerinin Analiz Sonuçları	31
4.4. Modelin Birim (Marjinal) Etkileri.....	33
5. SONUÇ ve ÖNERİLER.....	44
KAYNAKLAR	49
ÖZGEÇMİŞ	52

KISALTMALAR DİZİNİ

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Bileşik Devletleri
Cal	Kalori
EUROSTAT	Avrupa İstatistik Ofisi
Gr	Gram
HACCP	Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesi
ISO 9001	Kalite Yönetim Sistemi
Kg	Kilogram
OECD	İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
OLS	En Küçük Kareler
SAS	İstatistiksel Veri Analiz Programı
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
YUM-BİR	Yumurta Üreticileri Merkezi Birliği

ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 4.1. Bağımlı Değişkenlere Ait Betimleyici İstatistik Tablosu.....	23
Çizelge 4.2. Bağımsız Değişkenlere Ait Betimleyici İstatistik Tablosu.....	24
Çizelge 4.3. Süt ve Süt Ürünleriyle Yumurta İçin Çok Terimli Tobit Modelinin En Yüksek Olabilirlik Tahminçileri.....	28
Çizelge 4.4. Bağımlı değişkenler arasındaki korelasyon katsayısı parametreleri.....	30
Çizelge 4.5. Açıklayıcı Değişkenlerin Marjinal Etkileri	32



1. GİRİŞ

1.1. Araştırmanın Önemi

İnsanların ihtiyaç veya isteklerini gidermek amacıyla mal ve hizmetleri satın alıp kullanmalarına tüketim denir (Ertek 2009). Dağdemir (2015)'e göre ise; "İstek veya ihtiyaçları karşılamak amacıyla ekonomik olarak faydalı mal ve hizmetlerin kullanılmasıdır". Faydalı mal ve hizmetleri kullanmak üzere talep edenlere ise tüketici denir. Tüketiciler kendi ihtiyaçları, istekleri, değerleri ve alışkanlıkları doğrultusunda ürünleri değerlendirerek satın alırlar.

Tüketici davranışları ise kişisel ihtiyaçları için mal ve hizmetleri kullanan ve satın alan son tüketicilerin bunu yapmadan önce ve sonra zihinsel ve sosyal süreçteki kişisel davranışlardır (Dağdemir 2015). Kotler ve Armstrong (1999), tüketici davranışlarını hangi mal ve hizmetlerin nereden, nasıl, ne kadara, ne zaman satın alınacağı ve satın alınıp alınmayacağına yönelik kararları içeren bir süreç olarak ifade etmektedir. Bearden vd (1995) ve Wilkie'ye (1994) göre tüketici davranışları; "insanların ürün seçimi, satın alımı ve kullanımı sürecinde, onların zihinsel, fiziksel ve sosyal özelliklerinden etkilenen ve bu etkilerle şekillenen ve satın alıma dayalı olan ekonomik davranışlar bütünü"dür. Dolayısıyla renkler, markalar, ürün fiyatı, ürünün üretildiği ülke, kültür, moda, ürün çeşitliliği ve kişisel özellikler gibi her türlü tutum, inanç, beklenti, eylem ve karar tüketici profiline göre değişiklik göstermekle birlikte tüketici davranışlarını etkilemektedir. Bu durum yaşanan bölge itibariyle de ortaya çıkmaktadır ki, Terin vd (2014) kırsal ve kentsel alanlarda yaşayan hanelerin sosyo-demografik ve ekonomik özellikleri süt ve süt ürünleri tüketim harcamalarını farklı oranlarda etkilediklerini belirlemişlerdir.

Dünyada en çok tüketilen gıdaların başında hayvansal olanlar gelmektedir. Hayvansal gıdaların içerdiği besin maddelerinin insanların sağlıklı bir yaşam sürmelerinde önemli katkıları vardır. Hayvansal gıdaların temelini et, süt ve yumurta oluşturmaktadır.

İnsanların dengeli beslenebilmesi için gerekli olan proteinin en az %50'si ve gerekli kalori miktarının %25'ninin hayvansal gıdalardan sağlanması gerekir (Gürlük ve Turan 2008). Hayvansal gıdaların içerisinde özellikle süt ve süt ürünlerinin tüketimi sağlıklı ve dengeli beslenme açısından oldukça önemlidir. Süt ve süt ürünleri insanların büyümesi ve gelişmesi için tüketilmesi gereken besinlerdir. Kalsiyum ve fosforun kaynağı olan süt, özellikle kemik ve dişlerin oluşumu, gelişmesi, sağlıklı yapısının korunması, kalp, sinir ve kas hücreleri içinde gereklidir. Süt doğal bağırsak florasının oluşmasında ve korunmasında rol oynayabilir ve kan şekeri düzeyinin hızlı yükselmesini önleyebilir (Atasever 2003).

Mükemmel bir besin kaynağı olan süt doğrudan tüketildiği gibi türevi alınarak peynir, yoğurt ve tereyağı şeklinde de tüketilmektedir. Fakat sütün çeşitli biçimlerde mamul maddelere işlenmesi ve dayanıklı hale getirilmesi sırasında bileşimindeki bazı besin elementlerinde kayıplardan dolayı süttten faydalanmanın en iyi şekli yalın olarak tüketilmesidir (Özcan ve Kural 1998).

Kişi başına düşen gelir artıkça gıda maddelerine yapılan harcamalar oransal olarak azalırken, mutlak olarak artmaktadır. Çin, Rusya, Avrupa Birliği (AB), Japonya, Yeni Zelanda, Kanada ve ABD gibi gelişmiş ülkelerde kişi başına düşen gelir sırasıyla 7 589, 12 926, 34 148, 36 332, 43 837, 50 398 ve 54 597 \$'dır. Bu ülkelerde gıdaya yapılan harcama oranları ise sırasıyla %31.80, %31.00, %15.82, %18.60, %14.90, %11.10 ve %8.51'dir. Gelişmekte olan Güney Afrika, Kolombiya, Türkiye, Meksika, Şili ve Güney Kore ülkelerinde kişi başına düşen gelir sırasıyla 6 483, 8 076, 10 482, 10 715, 14 477 ve 28 101 \$ iken bu ülkelerde gıdaya yapılan harcama oranları ise sırasıyla %18.20, %20.10, %19.70, %18.70, %19.10 ve %13.90'dır (EUROSTAT 2014; OECD 2014; World Bank 2014; Anonim 2014b; TÜİK 2015a). 1975 yılında Güney Kore'de gıdanın bütçedeki payı %33 iken 2014 yılında %13.90'dır (TÜİK 2014). Türkiye'de gıda harcamalarının toplam harcama içindeki payı gelişmiş ülkelerin oldukça üstündedir. Türkiye'de ortalama her vatandaş bütçesinin 4'te birini gıdaya harcamaktadır. Bütçeleri içerisinde gıdaya en az payı ABD ayırmaktadır (OECD 2014).

Kişi başına düşen süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketimi toplumlar arasında genellikle bir gelişmişlik ölçüsü sayılmaktadır. Gelişmiş toplumlarda genellikle süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketimi yüksektir. Gelişmekte olan ülkelerle az gelişmiş ülkelerde hayvansal gıdaların tüketiminde doyuma ulaşılmamasından dolayı kişi başına düşen gelirden meydana gelebilecek bir artışta öncelikle doyuma ulaşılmayan hayvansal gıdaların tüketiminde bir artışa yol açacaktır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin içme sütü tüketim miktarı karşılaştırıldığında gelişmekte olan ülkelerde yıllık içme sütü tüketim miktarı gelişmiş ülkelere göre oldukça düşüktür. Çin, Japonya, Rusya, AB, ABD, Kanada ve Yeni Zelanda gibi gelişmiş ülkelerde kişi başına tüketilen yıllık içme sütü miktarı sırasıyla 17.8, 30.8, 34.9, 62.4, 71.6, 76.4 ve 108.5 kg iken Türkiye, Şili, Güney Afrika, Meksika, Güney Kore ve Kolombiya gibi gelişmekte olan ülkelerde sırasıyla 17.3, 24.6, 27.2, 29.9, 32.5 ve 53.9 kg'dır (Anonim 2015). Türkiye'de kişi başına tüketilen yıllık içme sütü miktarı 2013 yılında 17.4 kg iken 2014 yılında 17.3 kg'a düşmüştür. Türkiye'de süt tüketimi gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. 2014 yılında dünyada kişi başına yıllık en yüksek içme sütünü tüketen ülke 128 kg ile Finlandiya olmuştur (Anonim 2015).

Süt ürünleri içinde önemli bir yeri olan peynirin kişi başına yıllık tüketim miktarına bakıldığında Çin, Japonya, Rusya, Yeni Zelanda, Kanada, ABD ve AB gibi gelişmiş ekonomilerde sırasıyla 0.1, 2.2, 5.8, 8.6, 12.1, 15.5 ve 17.9 kg iken gelişmekte olan ülkeler Kolombiya, Güney Afrika, Güney Kore, Meksika, Türkiye ve Şili'de sırasıyla 0.9, 1.8, 2.3, 3.7, 7.8 ve 9.0 kg'dır (Anonim 2015). Türkiye'de yıllık kişi başına tüketilen peynir miktarı 2013 yılında 7.6 kg iken 2014 yılında 7.8 kg'a yükselmiştir. Türkiye'de kişi başına yıllık peynir tüketim miktarının birçok gelişmiş ülkeye göre düşük olduğu görülmektedir. 2014 yılında dünyada kişi başına yıllık en fazla peynir tüketen ülke 26.7 kg ile Fransa olmuştur (Anonim 2015).

Bir diğer önemli süt ürünü olan tereyağın kişi başına yıllık tüketim miktarı incelendiğinde gelişmiş ülkeler olan Çin, Japonya, Rusya, ABD, Kanada, AB ve Yeni Zelanda'da sırasıyla 0.1, 0.6, 2.4, 2.4, 2.5, 2.9 ve 4.8 kg iken gelişmekte olan ülkeler Kolombiya, Güney Kore, Güney Afrika, Meksika, Türkiye ve Şili'de sırasıyla 0.1, 0.2,

0.3, 0.4, 0.9 ve 1.2 kg'dır (Anonim 2015). Gelişmiş ülkeler içerisinde kişi başına milli geliri en düşük olan Çin'de gıda tüketimlerinin düşük olduğu görülmektedir. Gelişmekte olan ülkelerin kişi başına yıllık tereyağı tüketim miktarına bakıldığında yeterli olduğu söylenemez. 2014 yılında dünyada kişi başına yıllık en fazla tereyağı tüketen ülke 8.3 kg ile Fransa olmuştur (Anonim 2015).

Yoğurt içerdiği magnezyum, kalsiyum ve fosfor gibi minerallerden dolayı önemli bir besin kaynağıdır (Kılıç 2003). Mineraller bakımında zengin olan yoğurdun kişi başına yıllık tüketim miktarına bakıldığında Çin, ABD, Kanada, Japonya, Rusya ve AB gibi gelişmiş ülkelerde sırasıyla 1.8, 7.7, 11.0, 13.3, 15.3 ve 20 kg iken gelişmekte olan ülkeler Mısır, Kolombiya, Brezilya, Meksika, Şili, Güney Afrika ve Türkiye'de sırası ile 2.4, 4.5, 6.4, 8.2, 9.9, 27.6 ve 35.2 kg'dır (Anonim 2013; Anonim 2014b; Anonim 2014c). 2013 yılında dünyada kişi başına yoğurt tüketim miktarının en fazla Türkiye'de olmuştur (Anonim 2013). Türkiye'de yoğurt dışında süt ve süt ürünlerin tüketim miktarı gelişmiş ülkelerin çoğu ile karşılaştırıldığında oldukça düşük olduğu görülmektedir.

Besinsel olarak mükemmel bir gıda olan yumurtanın kişi başına yıllık tüketim miktarına bakıldığında AB, Yeni Zelanda, Kanada, Çin, Avustralya, ABD, Rusya ve Japonya gibi gelişmiş ülkelerde sırasıyla 200, 223, 225, 254, 256, 263, 285 ve 329 adet iken gelişmekte olan ülkeler Türkiye, Kolombiya, Güney Kore, Arjantin, Malezya ve Meksika'da sırasıyla 194, 242, 254, 256, 343 ve 352 adettir (YUM-BİR 2014; Anonim 2014d; Anonim 2014a). 2014 yılında dünyada kişi başına yıllık yumurta tüketimi en fazla Meksika'da olmuştur (YUM-BİR 2014). Türkiye'de kişi başına tüketilen yumurta sayısının düşük olduğu görülmektedir.

Tüketicilerin sahip olduğu sosyo-demografik ve ekonomik faktörler süt ve süt ürünleri ile yumurta tüketimini etkilemektedir (Akbaş ve Tiryaki 2007). Tüketici davranışları ve özellikle tüketici tercihleri, piyasa koşullarında üreticilerin üretim ve pazarlama stratejilerine yön vermektedir. Dolayısıyla tüketici davranışları ve tercihleri gittikçe daha önemli hale geldiği için bunları etkileyen faktörlerin belirlenmesi tarım politikalarına yön vermede önemlidir. Ayrıca bu tür araştırmalar Türkiye'de ve dünyada

süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim miktarlarının karşılaştırılması ve Türkiye'nin dünyadaki konumunu görmek açısından oldukça önemlidir.

1.2. Araştırmanın Kapsamı

1. Giriş
2. Kaynak Özetleri
3. Materyal ve Metot
4. Bulgular ve Tartışma
5. Sonuç ve Önerilerden oluşmaktadır

1.3. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada, hanelerin ve hane reisinin sosyo-demografik ve ekonomik faktörlerin hane halkı süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcamalarındaki etkileri çok terimli Tobit modeli yardımıyla ortaya konulmuştur. Araştırma sonuçlarıyla süt ve süt ürünleriyle yumurta sektörüne ve çiftçilerine rehberlik edecek, ayrıca yerel ve ulusal yöneticilere politikalar üretmesinde yardımcı olabilecek bilgilere erişilmiş olması arzulanmaktadır.

2. KAYNAK ÖZETLERİ

Çivi vd (1993), “Tokat İl Merkezinde Yaşayan Hanehalklarının Yumurta Tüketim Durumu Üzerine Bir Araştırma” isimli çalışmanın sonuçlarına göre kişi başına yıllık tüketilen yumurta sayısının 171 adet olduğu saptanmıştır. Ailelerin kış aylarında daha fazla yumurta tükettikleri ve yetişkinlerle çocukların yumurta tüketim miktarının hemen hemen aynı olduğu tespit edilmiştir. Ailelerin çoğunlukla yumurtayı sabah kahvaltısında tüketmek için satın aldıkları belirlenmiştir.

Yüzbaşı vd (1999), “Keçiören Şefkat Mahallesi’nde Çeşitli Gelir Gruplarındaki Ailelerde Süt ve Süt Ürünlerinin Tüketimi” isimli araştırmada farklı gelir düzeyindeki ailelerin sosyo-ekonomik durumlarının süt ve süt ürünlerinin alım ve tüketim davranışları üzerindeki etkilerinin incelenmesi amacıyla yapılan çalışmaya göre, kişi başına aylık 7.58 kg süt ve yoğurt, 1.38 kg peynir ve 0.29 kg tereyağı tüketildiği tespit edilmiştir. Ailelerin gelirlerinde meydana gelebilecek %10’luk artışın süt ve süt ürünlerinin tüketiminde %4.16 oranında artış göstereceği hesaplanmıştır. Ailelerin gelirleri arttıkça gelirlerinin daha az bir oranını gıdaya harcadıkları tespit edilmiştir. Ailelerin süt ve süt ürünlerini satın alırken en çok dikkat ettikleri faktörlerin tazelik ve fiyat olduğu belirlenmiştir.

Şahin vd (2001), “Van İli Kentsel Alanda Ailelerin Otlu Peynir ve Süt Ürünleri Alım ve Tüketim Davranışları” isimli çalışmalarında hanelerin sosyo-ekonomik durumlarının süt ve süt ürünlerinin alım ve tüketim davranışları üzerindeki etkilerinin araştırılmasını amaçlamışlardır. Van ilinde 196 hane ile yapılan anketlerden elde edilen verilerin sonuçlarına göre, hanelerin %85’inin otlu peynir tükettiği hesaplanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre hanelerin ortalama birey sayısının 6.6 olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca hanelerin aylık ortalama 17.5 kg açık süt, 4.6 kg pastörize süt, 14.7 kg yoğurt, 1.6 kg beyaz peynir, 0.5 kg kaşar peynir, 0.3 kg tulum peynir, 5.9 kg otlu peynir, 1.3 kg tereyağı ve 1.1 kg çökelek tükettiği tespit edilmiştir. Hanelerin süt ve süt ürünleri tüketiminde tazelik, fiyat ve hijyen gibi faktörlerin etkili olduğu saptanmıştır.

Çelik ve Şengül (2001), “Şanlıurfa İli Kentsel Alanında Tüketicilerin Yumurta Tüketim Düzeyleri ve Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi” isimli çalışmada tüketicilerin gelir düzeyinin yumurta tüketimi ile olan ilişkisi ele alınmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre ailelerin aylık ortalama 64.4 adet yumurta tükettikleri tespit edilmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, ailelerin ortalama birey sayısının 5.7 olduğu tespit edilmiştir. Yıllık kişi başına tüketilen yumurta sayısı 126 adet olarak hesaplanmıştır. Ailelerin ortalama %63.7’si beyaz renkli, %25.1’i ise kahverengi yumurtayı tercih ettikleri saptanmıştır. Yumurtayı öncelikle sabah kahvaltısında tüketmek amacıyla satın aldıklarını belirten tüketicilerin oranı %63.5 olduğu tespit edilmiştir. Ailelerin gelirleriyle yumurta tüketim düzeyleri arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Tarakçı vd (2003), “Üniversite Öğrencilerinin İçme Sütü Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma” isimli çalışmalarında öğrencilerin sosyo-ekonomik durumlarının, içme sütü tüketim alışkanlıklarının ve sütün besleyiciliği hakkındaki bilgilerinin incelenmesini amaçlamışlardır. Bu amaç doğrultusunda Yüzüncü Yıl Üniversitesi’nde öğrenim gören 404 lisans öğrencisiyle yapılan anket verileri kullanılmıştır. Verilerin analiz sonuçlarına göre öğrencilerin aylık ortalama içme sütü tüketim miktarı 3.7 kg olarak bulunmuştur. İçme sütü seven öğrencilerin oranı %78.96 olarak hesaplanmıştır. Öğrencilerin günlük tüketmesi gereken süt miktarının 350 gr olması gerekirken verilerden elde edilen sonuçlara göre öğrencilerin günlük ortalama tükettikleri süt miktarının 100 gr olduğu saptanmıştır. Öğrencilerin tükettikleri süt ile ilgili sınırlı düzeyde bilgiye sahip oldukları tespit edilmiştir.

Çelik vd (2005), “Şanlıurfa İli Kentsel Alanda Tüketicilerin Süt Tüketim Düzeyleri ve Süt Tüketim Alışkanlıkları” isimli araştırmanın sonuçlarına göre hane başına aylık ortalama süt tüketim miktarının 16.4 litre ve kişi başına yıllık süt tüketim miktarının ise 39.5 litre olduğu saptanmıştır. Hanelerin aylık süt harcamasının gıda harcamaları içerisindeki oranının %5.3 olduğu tespit edilmiştir. Hanelerin 0-10 yaş grubu çocuk sahibi olmalarının süt tüketimini pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Hanelerin tükettikleri sütün %46.3’ünün açık süt, %53.7’sinin ise ambalajlı süt olduğu tespit

edilmiştir. Tüketicilerin ambalajlı süt tüketiminde marka, yağ oranı, fiyat, son kullanım tarihi ve ambalaj rengi gibi faktörlerin etkili olduğu belirtilmiştir.

Akbay ve Tiryaki (2007), “Tüketicilerin Ambalajlı ve Açık Süt Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi: Kahramanmaraş Örneği” isimli çalışmanın sonucunda ailelerin ortalama birey sayısının 4.68 olduğu tespit edilmiştir. Tüketicilerin süt tüketim davranışlarında gelir, eğitim, yaş, cinsiyet ve annenin statüsü gibi faktörlerin etkili olduğu saptanmıştır. Hanelerin ve hane reisinin sahip olduğu sosyo-demografik ve ekonomik özelliklerin hanelerin süt tüketiminde etkili olduğu tespit edilmiştir. Tüketicilerin süt tüketim davranışlarında ön yargıların sosyo-demografik özelliklere göre daha belirgin olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre hanelerin yaklaşık %57’sinin açık sütü, %38’inin ise ambalajlı sütü tükettikleri tespit edilmiştir. Gıda harcamalarının bütçedeki payının %26.69 olduğu ve ailelerin gelirleri arttıkça gıda harcamalarının mutlak olarak arttığı, oransal olarak ise azaldığı belirlenmiştir.

Uzunöz ve Gülşen (2007), üniversite öğrencilerinin süt ve süt ürünleri tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi amacıyla Gaziosmanpaşa Üniversitesinin farklı fakültelerinde ve yüksekokullarında eğitim gören 300 öğrenci ile yapılan anket çalışmasının sonuçlarına göre, öğrencilerin %28.67’sinin sütü ve %33.33’ünün ise süt ürünlerini düzenli olarak tükettikleri saptanmıştır. Öğrencilerin süt ve süt ürünleri satın alırken en çok ürünlerin son kullanma tarihlerine dikkat ettikleri belirlenmiştir. Öğrencilerin süt ve süt ürünlerini çoğunlukla marketlerden temin ettikleri tespit edilmiştir. Öğrencilerin süt ve süt ürünleri fiyatının normal olduğunu belirttikleri saptanmıştır. Öğrencilerin kaşar peynir fiyatını ise yüksek buldukları tespit edilmiştir.

Sarıözkan vd (2007), “Erciyes Üniversitesi Veteriner Fakültesi Öğrencilerinin Hayvansal Ürün Tüketim Yapısı ve Alışkanlıkları” isimli çalışmada öğrencilerin kırmızı et olarak sığır-dana etini, et mamullerinden ise sucuğu daha çok tercih ettikleri tespit edilmiştir. Tüketicilerin yaklaşık %20’sinin süt tüketim alışkanlığının olmadığı, fakat peynir ve yoğurt tüketiminde belirli bir alışkanlığa sahip oldukları saptanmıştır. Geliri

yüksek olan öğrencilerin daha çok hayvansal gıda tükettikleri belirlenmiştir. Öğrencilerin tüketim tercihlerini belirleyen en önemli faktörün gelir olduğu tespit edilmiştir.

Akbay vd (2008), “Türkiye’de Önemli Gıda Ürünlerinin Talep Esneklikleri” isimli çalışmada Türkiye’de hanehalkları tarafından tüketilen belirli gıda ürünlerinin talep esnekliklerinin tahmin edilmesi amacıyla yapılan çalışmanın sonucuna göre, gelir esnekliklerinin çoğunun pozitif ve birden küçük olduğu saptanmıştır. Gelir esnekliği en yüksek kırmızı et ürünleri olarak tespit edilmiştir. Ekmek ise düşük mal olarak bulunmuştur. Kırmızı et, margarin, zeytinyağı ve fındık gibi ürünlerin fiyat esneklikleri ise birden büyük bulunmuştur.

Cevger vd (2008), “Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi İntern Öğrencilerinde Hayvansal Ürünlerin Tüketim Durumu ve Tüketici Tercihleri” isimli çalışmada öğrencilerin hayvansal ürün tüketim durumu ve tercihlerin ortaya konması amacıyla yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, öğrencilerin %4.1’inin sığır etini, %42.6’sının koyun etini ve %92.6’sının ise keçi etini hiç tüketmedikleri tespit edilmiştir. Öğrencilerin %60.6 ‘sının tavuk etini, %10.7’sinin balığı ve %2.4’ünün ise diğer kanatlı etleri aylık 1 kg ve üzerinde tükettikleri belirlenmiştir. Diğer taraftan bu çalışmada öğrencilerin %18’nin aylık 20’den fazla yumurta tükettikleri ve %8.2’sinin ise içme sütü tüketim alışkanlığının olmadığı saptanmıştır. Öğrencilerin kırmızı ve beyaz et satın alımında en çok dikkat ettikleri özelliklerin sırasıyla hijyen, kalite, marka ve fiyat olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin %95.1’inin içme sütünü ve %83.7’sinin ise kırmızı eti süpermarketlerden almayı tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Şimşek ve Açıkgöz (2010), Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencilerinin içme sütü tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi amacıyla Isparta Süleyman Demirel Üniversitesinde öğrenim gören 1000 öğrenci ile yapılan anketlerden elde edilen verilerin sonuçlarına göre, öğrencilerin %69.7’sinin süt içmeyi sevdiği, %34.2’sinin ise sütü düzenli olarak tükettiği tespit edilmiştir. Sütün yaşam boyu tüketilmesi gerektiğini belirten öğrencilerin oranının %81 olarak tespit edilmiştir. Tükettikleri sütün fiyatını

normal bulan öğrencilerin oranının ise %68.3 olarak saptanmıştır. Öğrencilerin sütü farklı şekillerde tüketmeyi tercih ettikleri ve tükettikleri süt hakkında da sınırlı bilgiye sahip oldukları tespit edilmiştir.

Çetinkaya (2010), “Kafkas Üniversitesi Öğrencilerinin İçme Sütü ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi” isimli çalışmanın sonuçlarına göre, öğrencilerin %33’ünün içme sütü tükettiği, %67’sinin ise hiç süt tüketmediği tespit edilmiştir. Süt yerine süt ürünlerini tercih ettiklerini belirten öğrencilerin oranının %76 olduğu saptanmıştır. Süt ürünlerinde tüketicilerin %46.9’unun peynir, %32’sinin yoğurt, %15.6’sının tereyağı, %1.5’inin süt tozu ve %2’sinin ise meyveli süt ve meyveli yoğurt tükettiği tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin büyük bir oranın düzenli süt tüketme alışkanlığının bulunmadığı belirlenmiştir.

Demir (2011), “Aydın’da Hanehalklarının Gıda Tüketim Talebi Ekonometrik Analizi” isimli çalışmada tüketicilerin gıda tüketim yapısı ve satın alma eğilimlerinin belirlenmesini amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda Aydın ili kentsel alanda 384 hane ile yapılan anket verilerinin sonuçlarına göre, ortalama hane halkı genişliğinin 2.66 olduğu tespit edilmiştir. Hane halkının ortalama aylık gelirin 2726.90 TL olduğu saptanmıştır. Gıda harcamalarının toplam bütçe içerisindeki oranının %39.19 olduğu tespit edilmiştir.

Demircan vd (2011), “Isparta İlinde Ailelerin Ambalajlı ve Açık Süt Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi” isimli çalışmada ailelerin gıda ve süt tüketim harcamalarını, süt tüketim alışkanlıklarını, açık süt ve ambalajlı süt tüketim düzeylerini belirlemek ve tüketimi etkileyen sosyo-ekonomik faktörlerin belirlenmesini amaçlamışlardır. Bu amaç doğrultusunda Isparta şehir merkezinde ikamet eden 200 aile ile yapılan anket araştırmanın sonuçlarına göre, ortalama aile genişliğinin 3.44 kişi olduğu ve ailelerin gelirleri arttıkça gıdanın bütçedeki payının azaldığı tespit edilmiştir. Kişi başına yıllık tüketilen ortalama açık süt miktarının 6.08 litre, ambalajlı süt miktarının ise 24.47 litre olduğu saptanmıştır. Bütçe içerisinde gıda harcamaları oranının %28.71 ve gıda harcamalarındaki süt harcamaları oranının ise %7.87 olarak

belirlenmiştir. Tüketicilerin %17'sinin sütün şişmanlığa yol açtığını, %52'sinin ise süt tüketiminde reklamların pozitif yönde etkilediğini belirttikleri tespit edilmiştir. Ayrıca tüketicilerin %32.5'nin açık sütün sağlıklı olduğunu belirttikleri saptanmıştır.

Aybek (2011), Kahramanmaraş ili kentsel alanda tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketim ve tercihlerini belirlemek amacıyla yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, süt ve süt ürünleri harcamalarının toplam gıda harcamaları içerisindeki payının %21.77 olduğu tespit edilmiştir. Hane reisinin eğitim düzeyi, ailedeki çocuk sayısı ve gelir düzeyi ile hanelerin süt ve süt ürünlerinin tüketimi arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Bilgic and Yen (2013), "Household food demand in Turkey: A two-step demand system approach" isimli çalışmalarında 16 gıda ürünü için talep araştırması yapmışlardır. Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre bütün ürünlerin kendi fiyat elastikiyetlerinin negatif ve harcama elastikiyetlerinin ise pozitif olduğu tespit edilmiştir. Koyun eti, ekmek, diğer tahıllar, sığır eti, sakatat ve peynirin harcama elastikiyetlerinin yüksek olduğu saptanmıştır. Hane reisinin yaşı arttıkça hanenin süt ve süt ürünleri harcama oranının arttığı, yumurta harcama oranının ise azaldığı tespit edilmiştir. Aile reisinin eğitim yılı arttıkça ailenin yumurta harcama oranının düştüğü, süt ve süt ürünleri harcama oranının ise arttığı saptanmıştır. Hane reisinin evli olması olmayanlara göre süt harcama oranını arttırdığı, yoğurt, peynir ve yumurta harcama oranını ise düşürdüğü belirlenmiştir. Hane reisinin erkek olması bayanlara göre süt ve peynir harcama oranlarını düşürdüğü, yoğurt ve yumurta harcama oranlarını ise arttırdığı tespit edilmiştir. Hane reisinin yeşil kart sahibi olması hanenin süt ve yoğurt harcama oranlarını düşürdüğü, peynir ve yumurta harcama oranlarını ise arttırdığı saptanmıştır. Hane reisinin çalışması çalışmayanlara göre hanelerin süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcama oranlarını düşürdüğü tespit edilmiştir.

Gündüz vd (2013), "Süt ve Süt Ürünleri Tüketiminde Tüketici Tercihlerini Etkileyen Faktörler: Samsun İli Örneği" isimli çalışmada süt ve süt ürünlerinin tüketiminde tüketici tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesini amaçlamışlardır. Bu amaç

doğrultusunda Samsun ilinde 384 haneyle yapılan anketlerden elde edilen verilerin analiz sonuçlarına göre, incelenen ailelerin ortalama aylık gelirinin 1951 TL olduğu ve hanelerin gelirlerinin yaklaşık %20'sini gıdaya harcadıkları belirlenmiştir. Ailelerin süt ve süt ürünlerinin tüketim tercihlerinde; hijyen, sağlıklı olması, satış fiyatı, doktor tavsiyesi, sağlık sorunları, personel ve hizmet kalitesi gibi faktörlerin etkili olduğu tespit edilmiştir.

Kart ve Demircan (2013), “Dünyada ve Türkiye’de Süt ve Süt Ürünlerinin Üretimi, Tüketimi ve Ticaretindeki Gelişmeler” isimli araştırmalarında Dünyada ve Türkiye’de süt ve süt ürünlerinin üretim, tüketim ve dış ticaret verileri 1990 yılından itibaren karşılaştırılması ve sektörün 20 yıldaki değişiminin incelenmesini amaçlamışlardır. Çalışmanın sonuçlarına göre, Türkiye’nin yoğurt dışındaki diğer ihracat rakamlarının yeterli olmadığı ve ithalat rakamların ise tüm ürünlerde çok düşük olduğu belirtilmiştir. Türkiye’de süt ve süt ürünlerinin üretim ve tüketim miktarının AB’ye göre yeterli olmadığı saptanmıştır. Hindistan, ABD ve Çin’de süt üretim miktarının yüksek olduğu saptanmıştır. AB ülkeleri arasında içme sütü tüketim miktarının, ihracatın ve ithalatın yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Karakaya ve Akbay (2013), “İstanbul İlinde Tüketicilerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları” isimli çalışmalarında tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketim miktarını ve tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesini amaçlamışlardır. Araştırmanın sonuçlarına göre, süt tüketiminde hanelerin %26.5’nin açık sütü, %26.2’nin ise pastörize sütü tercih ettikleri tespit edilmiştir. Hanelerin gıda harcamalarının toplam bütçenin %22.5’ini oluşturduğu, süt ve süt ürünleri harcamalarının ise gıda harcamalarının %18.6’sını oluşturduğu saptanmıştır. Tüketicilerin süt ve süt ürünleri içerisinde en çok yoğurt ve peyniri en az ise kaymağı tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Bilgic and Yen (2014), “Demand for meat and dairy products by Turkish households: a Bayesian censored system approach” isimli çalışmanın sonuçlarına göre bütün ürünlerin kendi fiyat elastikiyetlerinin negatif ve harcama elastikiyetlerinin ise pozitif olduğu

tespit edilmiştir. Hanehalkı özelliklerinin gıda tüketiminde önemli bir role sahip olduğu ve özellikle kentsel, bölgesel ve mevsimsel farklılıkların etkili olduğu saptanmıştır.

Karakaya vd (2014), “Bingöl İl Merkezinde Yaşayan Hane Halklarının Yumurta Tüketim Durumu Üzerine Bir Araştırma” isimli çalışmalarında hanelerin yumurta tüketim tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesini amaçlamışlardır. Yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, hanelerin aylık ortalama 61.6 adet yumurta tükettikleri saptanmıştır. Yıllık kişi başına ortalama 146.3 adet yumurta tükettikleri tespit edilmiştir. Hanelerin %88’i yumurtayı sabah kahvaltısında tüketmek amacıyla satın aldıklarını belirttikleri tespit edilmiştir. Ailelerin %69.3’ünün ise yumurtayı satın alırken yumurtanın büyüklüğüne dikkat ettikleri belirlenmiştir. Yumurtayı markette satın alan tüketicilerin oranı %77.3 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca kadınların erkeklere, yaşlıların gençlere ve birey sayısı fazla olan ailelerin birey sayısı az olan ailelere göre aylık daha çok yumurta tükettikleri tespit edilmiştir. Hanelerin gelirleri arttıkça yıllık kişi başına tüketilen yumurta sayısının da arttığı belirlenmiştir.

Ocak ve Önder (2014), “Süt Ürünlerinde Tüketici Tercihini Etkileyen Faktörler ve Gıda Güvenliği Bilinci” isimli çalışmalarında Adana kent merkezinde yaşayan tüketicilerin süt ve süt ürünleri tüketiminin tespit edilmesi ve tüketimi etkileyen faktörlerin belirlenmesini amaçlamışlardır. Bu amaç doğrultusunda Adana kent merkezinde yaşayan 323 kişi ile yapılan anket sonuçlarına göre, bayanların %100’ünün inek sütü, %85.9’unun inek peyniri ve %90.72’sinin ise inek yoğurdu tükettikleri tespit edilmiştir. Tüketicilerin %60.9’unun keçi sütünü hiç tüketmedikleri ve bunun en önemli nedeni tüketicilerin belirli bir alışkanlığa sahip olmamaları ve sütün tadından dolayı olduğu saptanmıştır. Tüketicilerin süt ve süt ürünlerini satın alırken en çok sırasıyla satış şeklinin, etiketin, kalitenin, ürünün sağlık belgesine sahip olması (HACCP, ISO 9001 vs), markanın ve ambalajın etkili olduğu belirlenmiştir. Süt ve süt ürünlerinin tüketiminde eğitim, gelir düzeyi ve yaş faktörlerinin etkili olduğu tespit edilmiştir.

Terin vd (2015), “Türkiye’de Süt Ürünleri Tüketim Harcamalarına Etki Eden Faktörlerin Analizi” isimli çalışmalarında Türkiye ekonomisinde meydana gelen

gelişmelerle diğer sosyo-demografik ve ekonomik özelliklerin hane halkı süt ve süt ürünleri tüketim harcamalarına etkileri analiz edilmiştir. Bu çalışmanın sonucunda kırsal ve kentsel alanlarda yaşayan hanelerin sahip olduğu sosyo-demografik ve ekonomik faktörlerin süt ve süt ürünleri tüketim harcamalarını farklı oranlarda etkilediği tespit edilmiştir. Hanelerin 0-5 yaşında çocuğa sahip olmaları süt ve süt ürünleri tüketimini pozitif yönde etkilediği saptanmıştır. Hanelerin gayrimenkul sayısı arttıkça kentsel alanda hanelerin daha az süt ve süt ürünleri tüketim harcaması yaptıkları belirlenmiştir. Yıllık geliri 45 bin TL'nin üzerinde olan ailelerin yıllık geliri 15 bin TL olan ailelere göre peynir ve diğer süt ürünleri tüketim harcamalarının daha fazla olduğu belirlenmiştir. Ailelerin geliri arttıkça süt ve süt ürünleri tüketiminin de arttığı tespit edilmiştir. Kirada oturan hanelerin referans grubuna göre hem kentsel hem de kırsal alanda daha az süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması yaptıkları tespit edilmiştir.

3. MATERYAL ve METOT

3.1. Materyal

Araştırmada Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından Türkiye genelinde 1 Ocak – 31 Aralık 2014 döneminde 10122 hane halkına uygulanan hane halkı bütçe anketlerinden elde edilen veriler kullanılmıştır. rnek büyüklüğü kayıp ve aykırı gözlemler atıldıktan sonra 9271 hane olarak hesaplanmıştır. Araştırmada kullanılan bazı veriler Yumurta reticileri Merkez Birliği (YUM-BİR), İktisadi İşbirliği ve Kalkınma rgt (OECD), Avrupa İstatistik Ofisi (EUROSTAT) ve Çin Ulusal İstatistik Bürosu gibi kuruluşlardan sağlanmıştır. Ayrıca bazı hayvansal gıdaların tüketimi ve OECD’ye ye olmayan ülkelerle ilgili veriler konu ile ilgili daha önceden hazırlanmış kitaplar, tezler, makaleler, seminer programları ve çeşitli istatistiklerden sağlanmıştır.

3.2. Metot

Hane halkı tüketim harcaması anket verileriyle yapılan çalışmalarda karşılaşılan problemlerden biri harcamaya konu olan bazı ürünlerin bazı haneler tarafından tketilmiyor olmasıdır. Söz konusu ürünler hane reisinin ve hanelerin sahip oldukları sosyo-demografik ve ekonomik faktörlerden dolayı tüketilmemektedir. Bundan dolayı bağımlı değişken (tüketim harcaması) bazı haneler için sıfır olacaktır. Fakat bazı haneler için bağımlı değişken sıfır iken, bütün haneler için bağımsız değişkenlerin değerleri mevcuttur. Eğer bu verilerle tüketim harcama tahmini “En Küçük Kareler (OLS)” ile yapılırsa sıfır değere sahip değişkenler için hata teriminin ortalaması sıfır olmayacaktır. Çünkü “En Küçük Kareler”in (OLS) yansız ve etkin tahmin vermesi bağımlı değişkenin sürekli olmasına bağlıdır.

Tobit modeli sansürlü veya kesikli regresyon modeli olarakta adlandırılmaktadır (Gujarati 2004). Bağımlı değişkenin değişim aralığına ilişkin bir sınır bulunan regresyon modellerinde, eğer belirli bir aralığın dışındaki gözlemler tamamen

kaybedilmekte ise elde edilen modele “kesikli model”; böyle bir modelde bağımsız değişkenler gözlenebiliyorsa “sansürlü model” olarak adlandırılmaktadır. Sansürlü regresyon modele Tobit modeli de denilmektedir (Mcdonald and Moffitt 1980).

Tek değişkenli Tobit modeli bağımlı değişkenle bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi verirken, bağımlı değişkenler arasında bir ilişkinin olmadığını varsayar. Fakat çok terimli Tobit modeli bağımlı değişkenler arasında da bir ilişkinin olduğunu varsayar. Diğer bir ifade ile bir bağımlı değişkende meydana gelebilecek hata terimi değişkeni diğer bağımlı değişkenlerin hata terimleri arasında da bir ilişkinin olduğunu varsayar. Dolayısıyla, çok terimli Tobit modeli aynı hane halkı harcama kanalları arasında seçim yapılabileceğini varsaymaktadır. Çok terimli Tobit modeli beş adet bağımlı değişken olan süt, yoğurt, peynir, yumurta ve tereyağı harcama guruplarına uygulanmıştır. Bağımlı değişkenlere ait betimleyici istatistik tablosu Çizelge 4.1’de verilmiştir.

Süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcamalarını etkileyen özellikler hane reisinin yaşı (yıl), hanede çalışan birey sayısı (fert), hanenin sahip olduğu beyaz eşya sayısı (buzdolabı, fırın, bulaşık makinası, çamaşır makinası vb.), hanenin 0-5 yaş grubu çocuk sayısı, hanenin 6-14 yaş grubu çocuk sayısı, hanenin 15-19 yaş grubu çocuk sayısı, hanenin 19 yaş üzeri ve yetişkin birey sayısı, hanenin toplam aylık geliri (TL), hane reisinin cinsiyeti, hane reisinin zorunlu sağlık sigortasının olma durumu, hane reisinin yeşil kart sahibi olma durumu, hane reisinin medeni durumu, hane reisinin çalışma durumu, hanenin aynı ve nakdi yardım alma durumu, hanenin müstakil dairede yaşaması, hanenin apartmanda yaşaması, hanenin ev sahipliliği, hanenin kirada oturması, hanenin ev hariç gayrimenkul (arsa, dükkan, tarla, otel vb.) sahipliliği, hanenin otomobil sahipliliği (minibüs, motosiklet, taksi vb.), hanenin internet sahipliliği, tek çocuklu çekirdek hane, iki çocuklu çekirdek hane, üç veya daha fazla çocuklu çekirdek hane, çocuksuz çift olan haneler, ataerkil veya geniş hane, hane reisinin ortaokul mezunu olması, hane reisinin lise mezunu olması, hane reisinin meslek yüksekokul veya üniversite mezunu olması, hanelerin kurumlara (PTT, okul, hastane, sağlık ocağı vb.) yakınlığı ile oluşturulan indeks değeridir. Bağımsız değişkenlere ait betimleyici istatistik tablosu Çizelge 4.2’de verilmiştir.

Okuma yazma bilipte diploması olmayanlar, okuma yazma bilmeyenler ve ilkokul mezunları (referans grubu), hane reislerinin diğerk sağlık sigortaları (referans grubu), tek kişilik aile, öğrenci evleri gibi diğerk aile tipleri (referans grubu) ve gecekondulu gibi diğerk mesken tipleri (referans grubu) gibi değişkenler çoklu doğrusal bağıntı problemi nedeniyle modelle dahil edilmemiştir.

Hane reisinin cinsiyeti, hane reisi bayan olanların sağlık ve çocukların beslenmesi gibi gerekçelerden dolayı hane reisi erkek olanlara göre daha fazla süt tüketim harcaması yapması beklenebilir olmasından dolayı bu değişken modelle dahil edilmiştir. Yeşil kart sahipliği fakirliğin bir göstergesi olduğu için yeşil kart sahibi olanların olmayanlara göre daha az süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması yapması beklenebilir olması nedeniyle bu değişken modelle dahil edilmiştir. Aynı ve nakdi destek alma fakirliğin bir göstergesi olduğu için aynı ve nakdi destek alan hanelerin almayanlara göre daha az süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması yapması beklenebilir olmasından dolayı bu değişken modelle dahil edilmiştir.

Aynı gelir grubundaki hanelerden evi olanların olmayanlara göre alım gücü daha yüksek olduğu için daha fazla süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması yapmaları beklenebilir olduğu için bu değişken modelle eklenmiştir. Hanelerin kurumlara (PTT, sağlık ocağı, okul, hastane vb.) olan yakınlığının hanelerin süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcamasını nasıl etkileyeceğini görmek için bu değişken modelle dahil edilmiştir. Bu kurumların (PTT, sağlık ocağı, okul, hastane vb.) buldukları yerler genellikle merkezi yerler olduğu için bu kurumlara yakınlığın hanelerin süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcamasına olan etkisi incelenmek istenmiştir. Ailede çalışan birey sayısının fazla olması hem haneye daha fazla gelir getirmesi hem de çalışan bireyler fiziksel olarak yorgun düştükleri için bunların fiziksel ihtiyaçları da artmaktadır. Dolayısıyla, ailede çalışan birey sayısı arttıka hanenin daha fazla süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması yapması beklenebilir olması nedeniyle bu değişken modelle eklenmiştir.

Müstakil dairede yaşama hem fakirliğin (gece kondu da yaşama) hem de zenginliğin göstergesi olduğu için müstakil dairede yaşayanların referans grubuna göre süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması fazla olabildiği gibi az da olabilir. Hanenin müstakil dairede yaşaması hanenin süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcamasını nasıl etkilediğini görmek için bu değişken modelle dahil edilmiştir. Aynı gelir grubundaki hanelerden kirada oturanlar kirada oturmayanlara göre kirada kaldıklarından fazladan bir giderleri olduğu için alım gücünde meydana gelen azalmadan dolayı daha az süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması yapmaları beklenebilir olduğundan bu değişken modelle eklenmiştir.

İnternet sahibi olan haneler süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketiminin insan sağlığı üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini internet yoluyla araştırabilirler ve bu nedenle interneti olanların olmayanlara göre süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcamasını nasıl etkilediğini görmek için bu değişken modelle dahil edilmiştir. Otomobil sahipliği hem zenginliğin bir göstergesi olduğu için hem de alışverişlerde kolaylık (özellikle eşyaların taşınmasında sağladığı kolaylıktan dolayı tüketicileri daha fazla harcama yapmaya yönlendirebilir) sağladığı için otomobili olanların olmayanlara göre daha fazla süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması yapması beklenebilir olduğundan bu değişken modelle dahil edilmiştir.

Beyaz eşya sayısı arttıkça hanelerin daha fazla süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması yapması beklenebilir (buzdolabı ve derin dondurucunun gıdaları muhafaza etmesi gibi sağladığı imkanlardan dolayı) bir durum olduğu için bu değişken modelle dahil edilmiştir. Hanelerin çocuk sayısının fazla olması hem talebi arttırması hem de çocukların diş ve kemik gelişimi gibi sağlık gerekçelerinden dolayı hanelerin daha fazla süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması yapması beklenebilir olduğundan dolayı aile tipleri (tek çocuklu çekirdek aile tipi, iki çocuklu çekirdek aile tipi, üç çocuklu çekirdek aile tipi vb.) modelle dahil edilmiştir. Gayrimenkul sayısının artması zenginliğin bir göstergesi olduğu için hanelerin ev hariç gayrimenkulü olanların olmayanlara göre daha fazla süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması yapmaları beklenebilir bir durum olduğundan dolayı bu değişken modelle eklenmiştir.

İnsanlar yaşlanınca sağlık problemlerinde bir artış (kemik erimelerinin artması gibi) olduğu için daha fazla süt ve süt ürünleri tüketim harcaması yapmaları beklenebilir. Diğer taraftan insanlar yaşlanınca fiziksel aktivitelerinde bir yavaşlama olduğu için daha az gıda harcaması yapabilirler. Hane reisinin yaşı arttıkça hanenin süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcamasını nasıl etkileyeceği kestirilemez olduğundan bu değişkenin etkisini görmek için modelle dahil edilmiştir. Ev sahibi olanların olmayanlara göre alım gücü yüksek olduğu için evi olanların olmayanlara göre daha fazla süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması yapmaları beklenebilir olmasından bu değişken modelle eklenmiştir. Hanelerin 0-5 yaş grubu çocuğa sahip olması (çocuğun beslenmesi ve çocuğun diş ve kemiklerin gelişmesi ve sağlıklı yapısının korunması gibi gerekçelerden dolayı) süt tüketim harcamasını arttırması beklenen bir durum olduğu için bu değişken modelle dahil edilmiştir. Bunun gibi örnekler çoğaltılabilir.

Gıda ürünü (bağımlı değişken) i için harcama denkleminin deterministlik bileşenini $f_i(x'_{ij}\beta_i)$ olarak gösterilirse, β tüm gıda harcama tutarının parametrelerinin bir vektör setini göstermektedir. Sansürlü denklemler sistemi aşağıdaki gibi gösterilebilir (Amemiya 1985):

$$y_{ij}^* = x'_{ij}\beta_i + \varepsilon_{ij}, \quad 1 \leq i \leq p, \quad 1 \leq j \leq n, \quad i = 1, 2, \dots, 5 \quad \text{ve} \quad j = 1, 2, \dots, n \quad n = 9271 \quad (3.1)$$

$$y_{ij} = \begin{cases} y_{ij}^*, & \text{eğer } y_{ij}^* > 0, \\ 0, & \text{eğer } y_{ij}^* \leq 0, \end{cases} \quad (3.2)$$

Burada; y_{ij}^* i 'nci gizli (latent) gıda harcaması, $\varepsilon_j = (\varepsilon_{1j}, \varepsilon_{2j}, \dots, \varepsilon_{pj})'$ $idd N_p(0, \Omega)$, β_i ' nin boyutu $k_i \times 1$ ve Ω ise $p \times p$ simetrik pozitif kesin matristir. $i = 1, 2, 3, 4, 5$ sırasıyla süt, yoğurt, peynir, yumurta ve tereyağı harcama düzey denklemlerini ve y_{ij}^* bağımlı değişken, x'_{ij} bağımsız değişken vektörü ve ε_{ij} ise harcama düzey eşitlik kalıntılarını ifade etmektedir. Gözlemlenen y_{ij} değerleri

$y_{ij}^* > 0$ olduğunda gerçek değerlere eşit olmakta, aksi durumda gözlemlenen y_{ij} değerleri sıfır değerine sansürlenmektedir. Denklemler şu şekilde gösterilebilir:

$$y_j^* = X_j \beta + \varepsilon_j, \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (3.3)$$

veya

$$\begin{pmatrix} y_{1j}^* \\ y_{2j}^* \\ \vdots \\ y_{pj}^* \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} x'_{1j} & 0 & \dots & 0 \\ 0 & x'_{2j} & \dots & 0 \\ \vdots & \vdots & \ddots & 0 \\ 0 & 0 & \dots & x'_{pj} \end{pmatrix} \theta \begin{pmatrix} \beta_1 \\ \beta_2 \\ \vdots \\ \beta_p \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} \varepsilon_{1j} \\ \varepsilon_{2j} \\ \vdots \\ \varepsilon_{pj} \end{pmatrix} \quad (3.4)$$

Burada;

$y_j^* = (y_{1j}^*, y_{2j}^*, \dots, y_{pj}^*)'$, $X_j = \text{köşegen}(x'_{1j}, x'_{2j}, \dots, x'_{pj})$ ve $\beta = (\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_p)'$ $k \times 1$ boyutunda olup $k = \sum_{i=1}^p k_i$ dir.

Eğer p süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcamasını ifade ediyorsa 2^p süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcamasının sansürlenmiş noktaların olası kombinasyonlarıdır. Bağımlı değişken sayısı beş olduğu için $p = 5$ 'tir. Dolayısıyla süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcamasının sansürlenmiş noktaların olası kombinasyon sayısı $2^p = 2^5 = 32$ 'dir. 2^p olası kombinasyonunu $2^p \times 1$ boyutunda olan $S_i = (1, 2, 3, \dots, 2^p)$ vektörü ile göstermiş olalım. Bu durumda S_i vektör seti şu şekilde yazılabilir;

$$S_1 = (0, 0, \dots, 0), \dots, S_h = (0, \dots, 0, \underbrace{1, \dots, 1}_r, \dots, S_{2^p} = (1, 1, \dots, 1), \quad (3.5)$$

Burada '1' gözlemlenen harcama tutarının pozitif olduğunu '0' ise gözlemlenen harcama tutarının sıfır olduğu yani süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcamasının

olmadığı durumu gösteriyor. Eşitlik sisteminde üç rejim bulunmaktadır: 1) Beş gıdanın tümüne harcama yapanlar, 2) Beş gıdanın hiç birine harcama yapmayanlar ve 3) Diğer bileşimler (en az bir ve en çok dört olacak şekilde beş gıda türüne yapılan harcamalardan oluşan kombinasyon). Eşitlik (3.5)'te S_1 'in anlamı tüketicilerin beş gıda ürününden hiç birine tüketim harcaması yapmadığı durumu ifade ediyor (2. rejimi ifade ediyor). S_{2^p} 'nin anlamı ise tüketicilerin beş gıda ürününün tümüne tüketim harcaması yaptığı durumu gösteriyor (1. rejimi ifade ediyor). S_1 ile S_{2^p} arasındaki S'ler ise tüketicilerin beş gıda ürününden en az bir en çok dört gıda ürününe tüketim harcaması yaptıkları durumu ifade ediyor (3. rejimi ifade ediyor). Tüm gıda harcama tutarlarının sıfır olduğu S_1 durumunda gözlemlerin olabilirlik fonksiyonu şu şekilde gösterilebilir:

$$L_j^{S_1}(y_j; \beta, \Omega) = \int_{-\infty}^{-x_{1j}\beta} \cdots \int_{-\infty}^{-x_{pj}\beta} L(y_j^*; \beta, \Omega) dy_{pj}^* \cdots dy_{1j}^* \quad (3.6)$$

$$\text{Burada, } L(y_j^*; \beta, \Omega) = (2\pi)^{-p/2} |\Omega^{-1}|^{1/2} \exp\left[-0.5(y_j^* - X_j\beta)' \Omega^{-1}(y_j^* - X_j\beta)\right] \quad (3.7)$$

İlk r bağımlı değişkenlerin gözlemlerinde sıfır olduğu S_h durumunda, ($r < p$), $y_{1j} = \dots = y_{rj} = 0$, gözlemlerin olabilirlik fonksiyonu:

$$L_j^{S_h}(y_j; \beta, \Omega) = \int_{-\infty}^{-x_{1j}\beta} \cdots \int_{-\infty}^{-x_{rj}\beta} L(y_j^*; \beta, \Omega) dy_{rj}^* \cdots dy_{1j}^* \quad (3.8)$$

Çalışmaya konu olan beş gıda ürününün tümüne tüketim harcaması yapıldığı durumu (pozitif rejimi) gösteren S_{2^p} gözlemlerin olabilirlik fonksiyonu şu şekilde yazılabilir:

$$L_j^{S_{2^p}}(y_j; \beta, \Omega) = (2\pi)^{-p/2} |\Omega^{-1}|^{1/2} \exp\left[-0.5(y_j^* - X_j\beta)' \Omega^{-1}(y_j^* - X_j\beta)\right] \quad (3.9)$$

Bütün gözlemlerin sansürlenmiş kombinasyonları için hesaplanan olabilirlik fonksiyonu aşağıdaki gibidir. Eşitliğin çözümü SAS 9.4 istatistik paket programı kullanılarak yapılmıştır.

$$L(Y; \beta, \Omega) = \prod_{j=1}^n L_j^{S_k}(y_j; \beta, \Omega) \quad (3.10)$$

Burada $Y = (y'_1, y'_2, \dots, y'_2)'$ ve $L_j^{S_k}$ j gözleminin k bölgesine düştüğü olabilirlik fonksiyonunu ifade etmektedir.

Sistemin log olabilirlik fonksiyonun tahmincileri elde edildikten sonra her bir gıda harcama tutarı denklemdeki bağımsız değişkenlerin şartlı bağımlı gıda harcama tutarları üzerindeki birim etkileri:

$$\frac{\partial y_i}{\partial x_{ik}} = \frac{\partial \left(X_j \beta + \sigma_i \frac{\phi(X_j \beta)}{\Phi(X_j \beta)} \right)}{\partial x_{ik}} \quad (3.11)$$

Burada $E(y_j | y_j^* > 0) = X_j \beta + \sigma_i \frac{\phi(X_j \beta)}{\Phi(X_j \beta)}$ her bir gıdanın koşullu beklenen harcama

tutarıdır. ϕ ve Φ sırasıyla tek değişkenli normal olasılık yoğunluk fonksiyonu ve normal kümülatif yoğunluk fonksiyonu göstermektedir. Gıda ürünleri arasındaki ikili çapraz korelasyon katsayılarının sıfır olduğunu öne süren hipotezin doğruluğu Wald istatistik test yardımı ile ortaya konulmuştur.

4. BULGULAR ve TARTIŞMA

Çizelge 4.1. Bağımlı Değişkenlere Ait Betimleyici İstatistik Tablosu

Bağımlı değişkenler	Birimler	Tüketenler Arasında			Tüm Örneğin	
		%	Ortalama	Std. Sapma	Ortalama	Std. Sapma
Süt	TL/Ay	26.8	18.27	0.443	4.899	12.971
Yoğurt	TL/Ay	24.6	22.53	0.431	5.543	14.108
Peynir	TL/Ay	35.4	29.43	0.478	10.421	22.062
Yumurta	TL/Ay	33.0	15.98	0.470	5.275	10.196
Tereyağı	TL/Ay	16.3	31.50	0.369	5.124	17.227

4.1. Bağımlı Değişkenlerin Betimleyici İstatistik Sonuçları

Hanelerin aylık gıda harcama tutarları beş gruba ayrılmıştır. Başta süt olmak üzere, yoğurt, peynir, yumurta ve tereyağı harcama tutarlarından oluşmaktadır. Bu beş harcama denklemine beş terimli Tobit modeli uygulanmış ve logaritma en yüksek olasılık fonksiyonunun parametre tahmincileri ile açıklayıcı değişkenlerin şartlı beklenen gıda harcaması tutarı üzerindeki birim (marjinal) etkileri Çizelge 4.5'te verilmiştir. Sistem üzerinde bağımsız değişkenlerin tahmincilerinden ziyade, sistemin birim etkilerinin daha önemli olması göz önünde bulundurulmuştur.

Süt ve süt ürünleriyle yumurtaya yapılan harcamalar aylık olarak verilmiştir. Türkiye genelinde 2014 yılında TÜİK tarafından yapılan Hanehalkı Bütçe Anketinin verileri kullanılarak elde edilen sonuçlara göre, tüketenler arasında haneler ortalama olarak sütte 18.27 TL, yoğurda 22.53 TL, peynire 29.43 TL, yumurtaya 15.98 TL ve tereyağına 31.50 TL harcama yapmaktadırlar. Haneler bu gıda ürünleri arasında en fazla harcamayı tereyağına daha sonra peynire yapmaktadırlar. Bu iki ürün diğerlerine göre nispetten daha pahalıdır. Akbay vd (2008) 2003 yılında TÜİK tarafından gerçekleştirilmiş olan Hanehalkı Bütçe Anketi'nin verilerini kullanarak elde ettikleri sonuçlara göre, haneler 6.76 TL içme sütü, 0.17 TL peynir, 1.40 TL tereyağı ve 4.20 TL yumurta harcaması yapmaktadır. Terin vd (2014) 2010 yılında TÜİK tarafından Türkiye genelinde yapılan anket verilerini kullanarak elde ettikleri sonuçlara göre ise kentsel alandaki haneler

11.07 TL süt, 10.34 TL yoğurt ve 21.42 TL peynir ve diğer süt ürünleri harcaması yaparken, kırsal alandaki haneler ise 9.59 TL süt, 12.22 TL yoğurt ve 17.97 TL peynir ve diğer süt ürünleri harcaması yapmaktadır. Karakaya vd (2014)'nın 2013 yılında Bingöl'de yapmış oldukları anket sonuçlarına göre, hanelerin aylık yumurta tüketim harcama tutarının 18.60 TL olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmaların sonuçları ile bizim sonuçlarımız arasındaki farklılıklar yıllar itibariyle gelirden ve gıda fiyatlarında meydana gelen artışlarla açıklanabilir. 2002 yılında kişi başına düşen reel gelir 3 492 \$ iken, 2014 yılında 10 394 \$'a yükselmiştir (TÜİK 2016). Tüketenler arasında hanelerin, %26.8'i süt, %24.6'sı yoğurt, %35.6'sı peynir, %33'ü yumurta ve %16.4'ü ise tereyağı tüketmektedir.

Çizelge 4.2. Bağımsız Değişkenlere Ait Betimleyici İstatistik Tablosu

Sürekli açıklayıcı değişkenler	Ortalama (Std. Sapma)
Hane reisinin yaşı (Yıl)	47.586 (12.804)
Hanede çalışan birey sayısı (fert)	1.264 (0.858)
Beyaz eşya sayısı (buzdolabı, fırın vb.)	3.250 (1.263)
Hanenin 0-5 yaş grubu çocuk sayısı	0.345 (0.636)
Hanenin 6-14 yaş grubu çocuk sayısı	0.619 (0.932)
Hanenin 15-19 yaş grubu çocuk sayısı	0.328 (0.626)
Hanenin 19 yaş üzeri ve yetişkin birey sayısı	1.400 (0.955)
Hanenin toplam aylık geliri (TL)	2.649 (1.657)
İkili açıklayıcı değişkenler (evet = 1; hayır = 0)	
Hane reisi erkek ise = 1, değilse = 0	0.878 (0.327)
Hane reisinin zorunlu sağlık sigortası varsa = 1, yoksa = 0	0.860 (0.347)
Hane reisinin yeşil kartı varsa = 1, yoksa = 0	0.083 (0.275)
*Hane reislerin diğer sağlık sigortaları (referans grubu)	
Hane reisi evli ise = 1, değilse = 0	0.859 (0.348)
Hane reisi çalışıyorsa = 1, yoksa = 0	0.722 (0.448)
Hane aynı ve nakdi yardım alıyorsa = 1, yoksa = 0	0.083 (0.276)
Hane müstakil dairede yaşıyorsa = 1, yoksa = 0	0.456 (0.498)
Hane apartmanda yaşıyorsa = 1, yoksa = 0	0.544 (0.498)
Oturduğu ev haneye ait ise = 1, değilse = 0	0.596 (0.490)
Hane kirada ise = 1, değilse = 0	0.249 (0.432)
*Gecekondu ve diğer mesken tipleri (referans grubu)	
Hanenin ev hariç gayrimenkulü (arsa, dükkan vb.) varsa = 1, yoksa = 0	0.205 (0.404)
Hanenin otomobilli (minibüs, motosiklet vb.) varsa = 1, yoksa = 0	0.446 (0.497)
Hanenin interneti varsa = 1, yoksa = 0	0.355 (0.479)
Tek çocuklu çekirdek hane ise = 1, değilse = 0	0.198 (0.398)
İki çocuklu çekirdek hane ise = 1, değilse = 0	0.206 (0.405)
Üç veya daha fazla çocuklu çekirdek hane ise = 1, değilse = 0	0.145 (0.352)
Çocuksuz çift ise = 1, değilse = 0	0.159 (0.366)

Çizelge 4.2. (devam)

Ataerkil veya geniş aile ise = 1, değilse = 0	0.153 (0.360)
*Öğrenci evleri gibi diğer aile tipleri (referans grubu)	
Hane reisi ortaokul mezunu ise = 1, değilse = 0	0.102 (0.303)
Hane reisi lise mezunu ise = 1, değilse = 0	0.170 (0.376)
Hane reisi meslek yüksekokul veya üni. mezunu ise = 1, değilse = 0	0.156 (0.363)
*Okuma yazma bilip diploması olmayanlar, okuma yazma bilmeyenler ve ilkokul mezunları (referans grubu)	
Hanelerin kurumlara (PTT, okul, hastane, sağlık ocağı vb.) yakınlığı ile oluşturulan indeks değeri	16.768 (4.084)
Örnek sayısı	9271

Parantez içindeki değerler standart hatalardır.

*Grupları çoklu doğrusal bağıntı problem nedeniyle modelle dahil edilmemiştir.

4.2. Bağımsız Değişkenlerin Betimleyici İstatistik Sonuçları

Hane halkı ve hane reisine ait sosyo-demografik ve ekonomik özellikler Çizelge 4.2’de verilmiştir. Hane reisine ait sosyo-demografik ve ekonomik özellikler yaş, cinsiyet, medeni durumu, çalışıp çalışmama, eğitim durumu, zorunlu sağlık sigortası ve yeşil karttır. Haneyi ilgilendiren faktörler ise beyaz eşya sayısı, gayrimenkul varlığı, apartmanda yaşayıp yaşamama, müstakil dairede yaşayıp yaşamama, çocuk sayısı, kirada olup olmadığı, aynı ve nakdi destek alma durumu, eve sahip olup olmama, internete sahip olup olmama ve ailede çalışan birey sayısından oluşmaktadır.

2014 yılında 9271 hane ile yapılan çalışmanın sonuçlarına göre hane reisinin yaklaşık %88’i erkek, %85.9’u evli ve %72.2’si ise çalışmaktadır. Akbay vd (2008)’nin 2003 yılında yaptıkları araştırmaya göre hane reisinin %98’i evlidir ve %90’ı ise erkektir. Terin vd (2014) 2010 yılında gerçekleştirdikleri çalışmaya göre ise kentsel alandaki aile reisinin %86’sı erkek, %86’sı evli ve %66’sı çalışırken bu oranlar kırsal alandaki haneler için sırasıyla %84, %84 ve %71’dir. Yapılan bu araştırmalarda hane reisi çalışanların sayısında bir artışın olduğu görülmektedir. Bu artış Türkiye’de son yıllarda ekonomide meydana gelen artışla ve işsizlik oranlarındaki azalma ile açıklanabilir. 2003 yılında Türkiye’de işsizlik oranı %10.5 iken, 2014 yılında bu oran %9.9’a gerilemiştir. (TÜİK 2015b).

2014 yılında TÜİK tarafından yapılan Hanehalkı Bütçe Anketinin verileri kullanılarak elde edilen sonuçlara göre, hanelerin %8.3'ü devletten aynı ve nakdi yardım almaktadır, %86'sının zorunlu sigortası vardır ve %8.3'ü ise yeşil karta sahiptir. Terin vd (2014) 2010 yılında Türkiye İstatistik Kurumu'nun Türkiye genelinde yaptığı anket verilerini kullanarak elde ettikleri sonuçlara göre, kentsel alandaki ailelerin, %7'si devletten aynı ve nakdi yardım almaktadır, %7'si yeşil karta ve %84'ü ise zorunlu sağlık sigortasına sahip iken kırsal alandaki hanelerin %14'ü devletten aynı ve nakdi yardım almaktadır, %23'ü yeşil karta ve %64'ü ise zorunlu sağlık sigortasına sahiptir. Yeşil kart sahibi olmak ile aynı ve nakdi yardım almak fakirliğin bir göstergesi olduğu için Türkiye'de son yıllarda kişi başına düşen milli gelirde meydana gelen artıştan dolayı yeşil karta sahip hanelerin ve devletten aynı ve nakdi yardım alan hanelerin sayısında azalma olması beklenen bir durumdur. Çalışmamızda elde edilen sonuçlar bu beklentiyi desteklemektedir.

2014 yılında TÜİK tarafından yapılan Hanehalkı Bütçe Anketinin verileri kullanılarak elde edilen sonuçlara göre hanelerin %45.6'sı müstakil dairede, %54.4'ü apartmanda, %24.9'u kirada ve %59.6'sı ise kendi evinde yaşamaktadır. Terin vd (2014)'nin 2010 yılında gerçekleştirdikleri çalışmaya göre kentsel alandaki ailelerin, %69'u apartmanda, %28'i kirada ve %56'sı ise kendi evinde otururken, bu oranlar kırsal alandaki aileler için sırasıyla %19, %9 ve %75'tir. Türkiye'de son yıllarda sanayileşmede ve kentleşmede meydana gelen gelişmelerle birlikte nüfusun artmasıyla apartmanlarda yaşayan hanelerin sayısında bir artışa yol açması beklenebilir bir durumdur. Hanelerin %35.5'i internete sahiptir. Bilimsel ve teknolojik gelişmelerin gittikçe hızlanması beraberinde internetin daha geniş kitleler tarafından kullanılmasına yol açması beklendiğinden internet sahibi olan hanelerin sayısında artma olması beklenmektedir.

2014 yılında TÜİK tarafından yapılan Hanehalkı Bütçe Anketinin verileri kullanılarak elde edilen sonuçlara göre, hanelerin %19.8'i bir, %20.6'sı iki ve %14.5'i üç veya daha fazla çocuğa sahipken, %15.9'nun ise çocuğu yoktur. Hanelerin %15.3'ü ataerkil veya geniş ailedir. Terin vd (2014)'nin 2010 yılında yaptıkları çalışmanın sonuçlarına göre, kentsel alandaki ailelerin %59'unun ve kırsal alandaki ailelerin %43'ünün çocuğu

varken, kentsel alandaki ailelerin %14'ünün ve kırsal alandaki ailelerin %19'unun çocuğu yoktur. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2012 yılında Türkiye genelinde yapılan çalışmaya göre ise hanelerin %54'ü çocuklu ailelerden, %15.8'i çocuksuz çiftlerden ve %13.5'i ise geniş veya ataerkil ailelerden oluştuğu tespit edilmiştir. Kentleşme oranının artması, kadının eğitim seviyesinin yükselmesi, kadının çalışma hayatına aktif katılımı, doğurganlığın azalması ve doğumların ileriki yaşlara ertelenmesi gibi gelişmelerden dolayı çocuklu ailelerin oranında düşüş ve çocuksuz çiftlerin ise oranında artış olduğu görülmektedir.

Hanelerin hane reisinin %10.2'si ortaokul, %17'si lise ve %15.6'sı ise meslek yüksekokulu veya üniversite mezunudur. Akbay vd (2008) 2003 yılında TÜİK tarafından gerçekleştirilmiş olan Hanehalkı Bütçe Anketinin verilerini kullanarak elde ettikleri sonuçlara göre, ise hanelerin hane reisinin %62'si ilkokul veya ortaokul, %17'si lise ve dengi okul ve %9'ü ise üniversite mezunudur. Bizim çalışmamızda hane reisinin ortaokul mezunu oranının düşük ve yüksekokul veya üniversite mezunu oranının ise yüksek çıkması Türkiye'de eğitim seviyesinin gittikçe artmasıyla açıklanabilir.

Türkiye genelinde 2014 yılında TÜİK tarafından yapılan Hanehalkı Bütçe Anketinin verileri kullanılarak elde edilen sonuçlara göre, ailelerin 0-5 yaş grubu ortalama çocuk sayısının 0.345, 6-14 yaş grubu ortalama çocuk sayısının 0.619, 15-19 yaş grubu ortalama çocuk sayısının 0.328 ve 19 yaş üzeri ve yetişkin ortalama birey sayısının ise 1.400 olduğu tespit edilmiştir. Hanelerin sahip oldukları ortalama beyaz eşya sayısının 3.250 olduğu saptanmıştır. Son yıllarda Türkiye ekonomisinde meydana gelen olumlu gelişmelerle birlikte kişi başına düşen milli gelirdeki artıştan dolayı hanelerin sahip olduğu ortalama beyaz eşya sayısında bir artış olması beklenmektedir.

Hanelerin ev hariç sahip oldukları ortalama gayrimenkul sayısı 0.205 olarak hesaplanmıştır. Hanelerin sahip oldukları ortalama otomobil sayısının 0.446 olduğu saptanmıştır. Terin vd (2014) 2010 yılında TÜİK tarafından Türkiye genelinde yapılan anket verilerini kullanarak elde ettikleri sonuçlara göre kentsel alanda hanelerin sahip oldukları ortalama otomobil sayısı yaklaşık 0.35 iken, kırsal alanda yaklaşık 0.26

olduğu tespit edilmiştir. Hanelerin sahip oldukları ortalama otomobil sayısı Terin vd (2014)'nın yaptığı araştırmanın sonuçlarına göre çalışmamızda daha yüksek çıkmıştır. Otomobil ve gayrimenkul sayısının artması zenginliğin birer göstergesi olarak kabul edildiğinde ve Türkiye'de son yıllarda kişi başına düşen milli gelirin artmasıyla birlikte hanelerin sahip olduğu gayrimenkul ve otomobil sayısında bir artışa yol açması beklenmektedir. Araştırmada elde edilen bulgular bu beklentiyi desteklemektedir. Hanelerde çalışan ortalama birey sayısının 1.264 olduğu saptanmıştır. Hanelerin aylık ortalama geliri 2649 TL olarak hesaplanmıştır.

Çizelge 4.3. Süt ve Süt Ürünleriyle Yumurta İçin Çok Terimli Tobit Modelinin En Yüksek Olabilirlik Tahminçileri

Değişkenler	Düzye				
	Süt	Yoğurt	Peynir	Yumurta	Tereyağı
Sabit	0.876 (23.306)	0.751 (29.649)	0.706 (45.255)	0.795 (18.003)	0.681 (63.250)
Hane reisinin yaşı	0.057* (0.049)	0.476 (0.057)	0.200 (0.064)	0.023** (0.033)	0.688 (0.102)
Hane reisinin cinsiyeti	0.419 (2.137)	0.820 (2.485)	0.964 (2.721)	0.352 (1.421)	0.031** (4.218)
Zorunlu sağlık sigortası	0.004*** (1.850)	0.006*** (2.108)	0.947 (2.468)	0.002*** (1.240)	0.172 (3.968)
Yeşil kartı	0.031** (2.369)	0.334 (2.639)	0.497 (3.146)	0.028** (1.586)	0.826 (5.056)
Medeni durumu	0.157 (2.445)	0.708 (2.860)	0.777 (3.205)	0.133 (1.661)	0.544 (4.917)
Çalışma durumu	0.328 (1.510)	0.821 (1.759)	0.069* (1.984)	0.870 (1.014)	0.009*** (3.097)
Ayni ve nakdi destek alma durumu	0.007*** (1.724)	0.378 (1.881)	0.006*** (2.266)	0.119 (1.141)	0.030** (3.769)
Ailede çalışan birey sayısı	0.815 (0.746)	0.001*** (0.855)	0.0001*** (0.980)	0.634 (0.503)	0.0001*** (1.515)
Müstakil dairede yaşama	0.390 (22.963)	0.952 (29.296)	0.682 (44.949)	0.900 (17.799)	0.953 (62.679)
Apartmanda yaşama	0.223 (22.973)	0.638 (29.313)	0.924 (44.961)	0.699 (17.804)	0.982 (62.694)
Ev sahipliliği	0.677 (1.315)	0.204 (1.533)	0.016** (1.718)	0.932 (0.890)	0.135 (2.749)
Kiracı	0.013** (1.478)	0.027** (1.734)	0.003*** (1.914)	0.804 (0.984)	0.0002*** (3.221)

Çizelge 4.3. (devam)

İnternet sahipliliği	0.0002*** (1.087)	0.0001*** (1.301)	0.0001*** (1.437)	0.0001*** (0.737)	0.022** (2.225)
Tek çocuklu çekirdek aile	0.939 (2.723)	0.441 (3.165)	0.497 (3.543)	0.531 (1.834)	0.431 (5.417)
İki çocuklu çekirdek aile	0.943 (2.740)	0.524 (3.173)	0.316 (3.577)	0.360 (1.851)	0.644 (5.479)
Üç veya daha fazla çocuklu çekirdek aile	0.346 (2.982)	0.852 (3.427)	0.650 (3.925)	0.560 (2.025)	0.582 (6.073)
Çocuksuz çift	0.258 (2.778)	0.912 (3.236)	0.545 (3.614)	0.959 (1.879)	0.925 (5.507)
Ataerkil veya geniş aile	0.633 (2.802)	0.302 (3.240)	0.694 (3.683)	0.362 (1.911)	0.612 (5.566)
Ortaokul mezunu	0.282 (1.477)	0.552 (1.740)	0.455 (2.945)	0.539 (1.005)	0.240 (3.192)
Lise mezunu	0.956 (1.334)	0.008*** (1.620)	0.0002*** (1.791)	0.002*** (0.908)	0.055* (2.846)
Meslek yüksekokulu veya üniversite mezunu	0.0009*** (1.597)	0.289 (1.884)	0.0001*** (2.854)	0.0001*** (1.063)	0.904 (3.145)
Ev hariç gayrimenkul sahipliliği	0.105 (1.175)	0.763 (1.388)	0.027** (1.560)	0.235 (0.799)	0.003*** (2.318)
Otomobil sahipliliği	0.902 (0.983)	0.504 (1.152)	0.794 (1.295)	0.115 (0.662)	0.014** (2.024)
0-5 yaş grubu çocuk sayısı	0.018** (0.814)	0.365 (0.931)	0.007*** (1.102)	0.628 (0.558)	0.0001*** (1.850)
6-14 yaş grubu çocuk sayısı	0.849 (0.614)	0.0001*** (0.680)	0.302 (0.816)	0.023** (0.413)	0.654 (1.285)
15-19 yaş grubu çocuk sayısı	0.744 (0.797)	0.022** (0.897)	0.904 (1.052)	0.030** (0.534)	0.038** (1.675)
19 yaş üzeri ve yetişkin birey sayısı	0.178 (0.679)	0.0001*** (0.769)	0.806 (0.904)	0.023** (0.455)	0.310 (1.391)
Beyaz eşya sayısı	0.179 (0.406)	0.418 (0.482)	0.234 (0.536)	0.942 (0.275)	0.055* (0.815)
Hanelerin kurumlara olan yakınlığı	0.024** (0.122)	0.0002*** (0.141)	0.0001*** (0.161)	0.001*** (0.082)	0.0001*** (0.256)
Hanenin aylık toplam geliri	0.071* (0.338)	0.116 (0.409)	0.008*** (0.446)	0.042** (0.228)	0.003*** (0.669)
Log Likelihood	-76805				
Akaike Bilgi Kriteri	153950				
Schwarz Bilgi Kriteri	155163				

Parantez içindeki değerler standart hatalardır; anlamlık düzeyleri; %1***, %5**, %10*

Çizelge 4.4. Bağımlı değişkenler arasındaki korelasyon katsayısı parametreleri

Parametreler	Katsayılar	Standart Hatalar	t-değerleri	p-değerleri
ρ (Süt, Yoğurt)	0.120	0.017	7.11	<.0001
ρ (Süt, Peynir)	0.138	0.015	8.92	<.0001
ρ (Süt, Yumurta)	0.144	0.015	9.32	<.0001
ρ (Süt, Tereyağı)	0.154	0.018	8.50	<.0001
ρ (Yoğurt, Peynir)	0.251	0.015	16.61	<.0001
ρ (Yoğurt, Yumurta)	0.146	0.016	9.13	<.0001
ρ (Yoğurt, Tereyağı)	0.197	0.018	10.74	<.0001
ρ (Peynir, Yumurta)	0.157	0.015	10.83	<.0001
ρ (Peynir, Tereyağı)	0.289	0.016	17.91	<.0001
ρ (Yumurta, Tereyağı)	0.119	0.018	6.80	<.0001
σ (Süt)	32.331	0.525	61.60	<.0001
σ (Yoğurt)	36.724	0.639	57.46	<.0001
σ (Peynir)	45.472	0.632	71.91	<.0001
σ (Yumurta)	23.042	0.339	67.93	<.0001
σ (Tereyağı)	58.503	1.242	47.12	<.0001
Wald	1091.7			<.0001

Parametrelerin hepsi %1 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur

4.3. Bağımlı Değişkenler Arasındaki Korelasyon Katsayısı Parametrelerinin Analiz Sonuçları

Tek değişkenli Tobit modeli bağımlı değişkenle bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi tek tek verirken, bağımlı değişkenler arasında herhangi bir ilişkinin olmadığını kabul eder. Fakat çok terimli Tobit modeli bağımlı değişkenler arasında da bir ilişkinin olduğunu varsayar. Diğer bir ifade ile bir bağımlı değişkende meydana gelebilecek hata terimi değişkeni diğer bağımlı değişkenlerin hata terimleri arasında da bir ilişkinin olduğunu varsayar ve Wald testi ile Çizelge 4.4'teki bağımlı değişkenler arasındaki korelasyon katsayısı parametre değerleri bunu doğrulamaktadır. Beş gıdanın harcama düzeyleri arasındaki korelasyon katsayıları pozitif ve istatistiki açıdan önemli bulunmuştur (Çizelge 4.4). Başka bir deyişle iki bağımlı değişken arasındaki ikili çapraz korelasyon katsayılarının istatistiki açıdan sıfırdan farklı bulunması çok terimli Tobit modelin geçerliliğini doğrulamaktadır. Dolayısıyla bağımlı değişkenlerin bağımsız bir şekilde çözümlenmesi savını öne süren hipotez her iki bölge için red edilmiştir (Wald=1091,7, $P<0.000$). Wald testi %1 önem seviyesinde anlamlı bulunmuştur.

Sistemde kontrol altına alınan faktörlerin dışındaki diğer faktörlerin toplam bileşimi beş gıdanın harcama düzeylerini pozitif yönlü etkilemektedir. Pozitif korelasyonlar iki açıklanan değişkende kontrol altında tutulmayan diğer tüm faktörlerin bileşik etkilerinin (kalıntılar) bağımlı değişken durumunda olan bir gıdanın harcama tutarını arttırdığında, eş zamanlı olarak yine bağımlı değişken durumunda olan diğer gıdanın harcama tutarını da arttıracaktır. Dolayısıyla sistemde kontrol edilen değişkenlerin dışında kalan diğer tüm faktörlerin bileşik etkileri (kalıntılar) hanelerin aylık süt harcama tutarını arttırdığında, yoğurdun aylık harcama tutarını da arttıracaktır. Diğer bir ifade ile sistemde kontrol altına alınmayan faktörler süt harcama tutarını pozitif yönde artırırken aynı zamanda yoğurt harcama tutarını da aynı yönde arttırmaktadır. Bu iki harcama tutarı arasındaki doğrusallık ilişki düzeyinin 0.120 olduğu tespit edilmiştir. Bu durum %1 önem seviyesinde istatistiki açıdan önemli bulunmuştur (Çizelge 4.4). Diğer gıda ürünleri arasındaki ikili çapraz korelasyon katsayılarının hepsi süt ile yoğurt arasındaki ilişkiye benzer şekilde yorumlanabilir.

Çizelge 4.5. Açıklayıcı Değişkenlerin Marjinal Etkileri

Değişkenler	Harcama Düzeyi (TL/Ay)				
	Süt	Yoğurt	Peynir	Yumurta	Tereyağı
Aile reisinin yaşı	0.024	0.010	0.028	0.025	0.007
Cinsiyeti	-0.449	-0.139	0.042	0.441	-1.512
Zorunlu sağlık sigortası	-1.369	-1.425	-0.056	-1.262	-0.904
Yeşil kartı	-1.326	-0.627	-0.738	-1.159	-0.185
Medeni durumu	0.900	-0.264	0.313	0.833	-0.497
Çalışma durumu	-0.384	0.098	-1.247	0.056	-1.346
Aynı ve nakdi destek alma durumu	-1.215	-0.408	-2.165	-0.594	-1.361
Ailede çalışan birey sayısı	0.045	0.692	1.692	-0.080	1.557
Müstakil dairede yaşama	-5.130	-0.437	6.356	-0.746	0.611
Apartmanda yaşama	-7.286	-3.392	1.477	-2.292	-0.237
Ev sahipliliği	0.142	0.478	-1.426	0.025	0.684
Kiracı	-0.950	-0.944	-1.966	0.081	-1.997
İnternet sahipliliği	-1.056	-2.107	-2.636	-1.455	-0.848
Tek çocuklu çekirdek aile	-0.055	-0.600	-0.830	-0.383	-0.711
İki çocuklu çekirdek aile	0.051	-0.497	-1.237	-0.565	-0.421
Üç veya daha fazla çocuklu çek. aile	0.731	0.157	-0.614	-0.393	-0.557
Çocuksuz çift	0.817	0.088	0.754	0.032	0.087
Ataerkil veya geniş aile	0.348	-0.823	-0.500	-0.581	0.471
Ortaokul mezunu	0.413	-0.254	0.501	-0.206	-0.624
Lise mezunu	-0.019	-1.065	-2.272	-0.925	-0.910
Meslek yüksekokulu veya üni. mezunu	-1.384	-0.491	-3.070	-1.405	-0.063
Ev hariç gayrimenkul sahipliliği	0.495	0.103	1.187	0.316	1.164
Otomobil sahipliliği	-0.032	0.189	0.117	0.348	0.827
0-5 yaş grubu çocuk sayısı	0.501	0.207	-1.024	-0.091	-1.498
6-14 yaş grubu çocuk sayısı	0.031	0.803	0.290	0.313	0.096
15-19 yaş grubu çocuk sayısı	-0.068	0.504	0.044	0.386	-0.580
19 yaş üzeri ve yetişkin birey sayısı	0.233	0.931	0.077	0.346	-0.235
Beyaz eşya sayısı	0.142	-0.096	-0.220	0.007	0.261
Hanelerin kurumlara olan yakınlığı	-0.072	-0.130	-0.241	-0.088	-0.293
Hananın aylık toplam geliri	0.159	-0.158	0.411	0.154	0.332

4.4. Modelin Birim (Marjinal) Etkileri

Çalışmada elde edilen sonuçlara göre hane reisinin yaşının yaklaşık 48 olduğu tespit edilmiştir. Şahin vd (2001)'nin 2000 yılında Van'da yaptıkları anket çalışmasının sonuçlarına göre ise aile reisinin yaşı yaklaşık 43 olarak hesaplanmıştır. Aile reisi bir yıl yaşlanınca ailenin aylık süt ve yumurta harcama tutarları sırasıyla 0.024 ve 0.025 TL artmaktadır. Süt ve yumurta tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar istatistiki açıdan anlamlı iken yoğurt, peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları için bulunan parametreler ise önemsiz bulunmuştur. Farklı sistemler kullanılmasına rağmen süt tüketim harcaması için benzer sonuçlar Agbola (2003); Bilgiç ve Yen (2013; 2014) tarafından da bulunmuştur. Trung *et al.* (2014)'e göre ise hane reisinin yaşının artması kırsal alanda ailelerin süt tüketim harcamasını azalttığı tespit edilmiştir. Bilgiç ve Yen (2013)'e göre hane reisinin yaşı arttıkça hanenin yumurta tüketim harcama oranı düşmektedir. Terin vd (2014)'nin yaptıkları çalışmanın sonuçlarına göre hane reisinin yaşı 20-29 arasında olan hanelerin referans yaş grubundaki hanelere göre aylık süt tüketim harcama tutarı kentsel ve kırsal alanda sırasıyla 1.813 ve 2.253 TL daha az olduğu tespit edilmiştir. Yine aynı çalışmada kırsal alanda hane reisinin yaşı 20-29, 40-49 ve 50-59 arasında olan hanelerin hane reisinin yaşı 60 ve üzeri olan hanelere göre, hanelerin aylık süt tüketim harcama tutarlarının sırasıyla 2.253, 0.667 ve 0.689 TL daha az olduğu saptanmıştır. Elde edilen bu sonuçlar araştırmamızla benzerlik göstermektedir. İnsanlar yaşlanınca sağlık problemlerinde bir artış (kemik erimelerinin artması gibi) olduğu için daha fazla süt harcaması yapabilirler. Yapılan bu çalışmalarda da genellikle aile reisinin yaşı ile ailenin aylık süt tüketim harcama tutarı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Hane reisinin erkek olması bayanlara göre hanenin aylık tereyağı tüketim harcama tutarını 1.512 TL düşürmektedir. Diğer bir deyişle ailelerin aile reisinin bayanlara göre erkek olması ile ailenin aylık tereyağı tüketim harcama tutarı arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Tereyağı tüketim harcama tutarı için bulunan sonuç istatistiki açıdan anlamlı iken süt, yoğurt, peynir ve yumurta tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar istatistiki açıdan anlamlı bulunmamıştır.

Aile reisi zorunlu sağlık sigortasına sahip hanelerin aile reisi sigortasız olan hanelere göre ailelerin aylık süt, yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarları sırasıyla 1.369, 1.425 ve 1.262 TL daha az olmaktadır. Başka bir ifadeyle aile reisi zorunlu sağlık sigortasına sahip olan aileler böyle bir imkanı olmayan ailelere göre ailenin aylık süt, yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarları arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Aile reisi zorunlu sağlık sigortasına sahip olanların olmayanlara göre ailelerin aylık süt, yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarları arasında en fazla yoğurt (1.425 TL) daha sonra ise süt (1.369 TL) harcama tutarını azaltmaktadır. Süt, yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ancak peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar anlamlı bulunmamıştır. Terin vd (2014)'nin yaptıkları araştırmanın sonuçlarına göre zorunlu sağlık sigortasına sahip olanların olmayanlara göre kentsel alanda ailelerin aylık süt tüketim harcama tutarını 0.795 TL arttırdığı, aylık yoğurt tüketim harcama tutarını ise 0.537 TL azalttığı saptanmıştır. Yine aynı çalışmada zorunlu sağlık sigortasına sahip olanların olmayanlara göre kırsal alanda ailelerin aylık süt tüketim harcama tutarını 0.292 TL azalttığı, aylık yoğurt tüketim harcama tutarını ise 1.102 TL arttırdığı tespit edilmiştir. Terin vd (2014)'nin yaptığı çalışmanın kentsel alandaki yoğurt tüketim harcaması ile kırsal alandaki süt tüketim harcaması için benzer sonuçlar bulunmuştur.

Hane reisi yeşil karta sahip ailelerin hane reisi yeşil karta sahip olmayan ailelere göre aylık süt ve yumurta tüketim harcama tutarları sırasıyla 1.326 ve 1.159 TL daha az bulunmuştur. Başka bir deyişle aile reisi yeşil karta sahip olan hanelerin yasal zorunluluktan dolayı olmayan hanelere göre ailelerin aylık süt ve yumurta tüketim harcama tutarları arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Süt ve yumurta tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar istatistiki açıdan anlamlı bulunmuştur ancak peynir, yoğurt ve tereyağı tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar anlamlı bulunmamıştır. Terin vd (2014)'e göre hane reisi yeşil karta sahip olanların olmayanlara göre kentsel alanda aylık 2.169 TL daha az, kırsal alanda ise 0.113 TL daha fazla süt tüketim harcaması yaptıkları saptanmıştır. Bilgiç and Yen (2013)'nin yaptığı benzer bir çalışmada ise hane reisi yeşil karta sahip olan hanelerin yasal zorunluluktan dolayı olmayan ailelere göre aylık süt tüketim harcama oranını

düşürdüğü, aylık yumurta tüketim harcama oranını ise arttırdığı tespit edilmiştir. Süt tüketim harcaması için Bilgiç ve Yen (2013) ile Terin vd (2014)'nin yaptığı çalışmanın kentsel sonuçları ile bizim çalışmamızın sonuçları benzerlik göstermektedir. Yumurta tüketim harcaması için ise Bilgiç ve Yen (2013)'nin yaptığı çalışmanın sonuçlarıyla bizim çalışmanın sonuçları arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir. Yeşil kart sahibi olmak fakirliğin bir göstergesi olduğu için yeşil karta sahip olanların olmayanlara göre süt ve yumurta gibi ihtiyaç malların aylık tüketim harcamalarının daha düşük olması beklenebilir bir durumdur. Çalışmamızda elde edilen sonuçlar bu beklentiye desteklemektedir.

Aile reisi çalışıyor olan ailelerin aile reisi çalışmayanlara göre peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları sırasıyla 1.247 ve 1.346 TL daha az olmuştur. Aile reisi çalışıyor olanların olmayanlara göre aylık peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları içerisinde en fazla tereyağı (1.346 TL) daha sonra ise peynir (1.247 TL) harcama tutarını azaltmaktadır. Peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları için bulunan parametreler istatistiksel olarak önemli bulunurken süt, yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar önemli bulunmamıştır. Terin vd (2014)'e göre hane reisi çalışanların hane reisi çalışmayanlara göre peynir tüketim harcama tutarı kentsel ve kırsal alanda sırasıyla 1.596 ve 1.511 TL daha az olduğu tespit edilmiştir. Farklı metotlar kullanılmasına rağmen peynir tüketim harcaması için benzer sonuçlar Bilgiç ve Yen (2013) tarafından da bulunmuştur.

Aynı ve nakdi destek alan ailelerin almayanlara göre süt, peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları sırasıyla 1.215, 2.165 ve 1.361 TL daha az olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle devlet tarafından aynı ve nakdi destek alan ailelerin böyle bir maddi yardımı almayan hanelere göre ailelerin aylık süt, peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Aynı ve nakdi destek alanların almayanlara göre süt, peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları içerisinde en fazla peynir (2.161 TL) daha sonra ise tereyağı (1.361 TL) harcama tutarını azaltmaktadır. Süt, peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar istatistiki açıdan anlamlı iken yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarları için bulunan

parametreler ise anlamlı bulunmamıştır. Terin vd (2014)'e göre aynı ve nakdi yardım alan hanelerin almayanlara göre kentsel alanda süt ve peynir tüketim harcama tutarlarının sırasıyla 0.844 ve 2.525 TL daha az olduğu saptanmıştır. Yine aynı çalışmada kırsal alanda aynı ve nakdi yardım alanların almayanlara göre süt tüketim harcamasını 0.568 TL azalttığı, peynir tüketim harcama tutarını ise 0.428 TL arttırdığı tespit edilmiştir. Terin vd (2014)'nin yaptığı çalışmanın sonuçlarıyla bizim çalışmanın sonuçları uyuşmaktadır. Eğer devlet tarafından yapılan destekler aynı ise bu destekler genellikle temel gıda maddelerinden oluşmakta ve dolayısıyla hanelerin temel gıda ihtiyaçları karşılandığından haneler tekrar bu gıda ürünlerine harcama yapmamaktadırlar. Diğer taraftan devlet tarafından verilen nakdi desteklerle haneler temel gıda ihtiyaçlarından ziyade gıda ürünleri dışında harcama yapabilirler. Dolayısıyla aynı ve nakdi yardım alan hanelerin almayanlara göre aylık daha az süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması yapmaları beklenebilir bir durumdur ki bu durum çalışmamızın sonuçları tarafından desteklenmektedir.

Ailede çalışan birey sayısı arttıkça ailelerin aylık yoğurt, peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları sırasıyla 0.692, 1.692 ve 1.557 TL artmaktadır. Diğer bir deyişle ailede çalışan birey sayısındaki artış ailenin aylık süt ürünlerine olan harcamalarını arttırmaktadır. Ailede çalışan birey sayısının artması hanenin aylık süt ürünleri tüketim harcama tutarları arasında en fazla peynir (1.692 TL) daha sonra ise tereyağı (1.557 TL) harcama tutarını arttırmaktadır. Ailede çalışan birey sayısının fazla olması hem haneye daha fazla gelir getirmesi hem de çalışan bireyler fiziksel olarak yorgun düştükleri için bunların fiziksel ihtiyaçları da artmaktadır. Dolayısıyla, ailede çalışan birey sayısı arttıkça hanenin daha fazla süt ürünleri tüketim harcaması yapması beklenebilir. Çalışmamızın sonuçları bu beklentiyi desteklemektedir. Yoğurt, peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar istatistiki açıdan anlamlı iken süt ve yumurta tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar anlamlı bulunmamıştır.

Evi olan hanelerin referans grubuna göre peynir tüketim harcama tutarının 1.426 TL daha az olduğu saptanmıştır. Peynir tüketim harcama tutarı için bulunan sonuç istatistiki açıdan anlamlı iken süt, yoğurt, tereyağı ve yumurta tüketim harcama tutarları için

bulunan sonuçlar anlamlı bulunmamıştır. Bilgiç ve Yen (2013)'e göre hanelerin ev sahibi olması hanelerin peynir tüketim harcama oranını düşürdüğü tespit edilmiştir. Bilgiç ve Yen (2013)'nin yaptığı çalışmanın sonuçlarıyla bizim çalışmanın sonuçları uyusmaktadır.

Kirada oturan ailelerin referans grubuna göre aylık süt, yoğurt, peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarlarının sırasıyla 0.950, 0.944, 1.966 ve 1.997 TL daha az olduğu tespit edilmiştir. Kirada oturan ailelerin referans grubuna göre aylık süt ve süt ürünleri tüketim harcama tutarları içerisinde en fazla tereyağı (1.997 TL) daha sonra ise peynir (1.966 TL) harcama tutarını azaltmaktadır. Süt, yoğurt, peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ancak yumurta tüketim harcama tutarı için bulunan sonuç anlamlı bulunmamıştır. Kirada oturan ailelerin referans grubuna göre kirada oturduklarından fazladan bir giderleri olduğu için gıda harcamalarında bir kısıtlamaya gitmeleri durumunda araştırmaya konu olan gıda ürünleri içerisinde nispetten daha pahalı olan tereyağı ve peynir harcamasını daha fazla etkileyecektir. Terin vd (2014)'nin yaptığı araştırmanın sonuçlarına göre kirada oturan ailelerin referans grubuna göre kentsel alanda aylık süt, yoğurt ve peynire sırasıyla 0.685, 1.075 ve 2.699 TL daha az tüketim harcaması yaptıkları tespit edilmiştir. Yine aynı çalışmada kirada oturan ailelerin referans grubuna göre kırsal alanda aylık süt, yoğurt ve peynire sırasıyla 1.162, 1.618 ve 2.023 TL daha az tüketim harcaması yaptıkları saptanmıştır. Süt, yoğurt ve peynir tüketim harcamaları için benzer sonuçların bulunduğu tespit edilmiştir. Aynı gelir grubundaki hanelerden kirada oturanların kirada oturmayanlara göre alım gücü azaldığı için daha az süt ve süt ürünleri tüketim harcaması yapmaları beklenebilir. Çalışmamızda elde edilen sonuçlar bu beklentiye desteklemektedir.

İnternet sahibi olan hanelerin interneti olmayan hanelere göre aylık süt, yoğurt, peynir, yumurta ve tereyağı tüketim harcama tutarları sırasıyla 1.056, 2.107, 2.636, 1.455 ve 0.848 TL daha az bulunmuştur. Diğer bir ifade ile internet sahibi olan hanelerin olmayanlara göre hanelerin aylık süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcama tutarları arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. İnternete sahip olan

hanelerin olmayanlara göre aylık süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcama tutarları arasında en fazla peynir (2.636 TL) daha sonra ise yoğurt (2.107 TL) harcama tutarını azaltmaktadır. Süt, yoğurt, peynir, yumurta ve tereyağı tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar istatistiki açıdan anlamlı bulunmuştur. Terin vd (2014)'nın yaptığı çalışmada hanelerin sahip olduğu teknoloji (evde kullanılan bilgisayar, cep telefonu, internet, uydu, TV vb.) sayısı arttıkça kentsel alanda süt tüketim harcama tutarını 0.038 TL azalttığı, yoğurt ve peynir tüketim harcama tutarlarını ise sırasıyla 0.006 ve 0.493 TL arttırdığı tespit edilmiştir. Aynı çalışmada hanelerin sahip olduğu teknoloji sayısı arttıkça kırsal alanda hanelerin süt, yoğurt ve peynire sırasıyla 0.066, 0.124 ve 0.805 TL daha fazla tüketim harcaması yaptıkları saptanmıştır. Terin vd (2014)'nin yaptığı çalışmanın sonuçlarıyla bizim çalışmamızın sonuçları arasında farklılıkların olduğu görülmektedir. Bu farklılığın çıkmasında kullanılan değişkenin farklı bir şekilde (bizim çalışmamızda kukla değişkeni olarak ele alınmış olmasına rağmen Terin vd (2014) tarafından ise sürekli açıklayıcı değişken olarak ele alınmıştır) modelle dahil edilmesiyle açıklanabilir.

Aile reisi lise mezunu olan hanelerin aile reisi okuma yazma bilipte diploması olmayanlara, okuma yazma bilmeyenlere ve ilkokul mezunlarına göre aylık yoğurt, peynir, yumurta ve tereyağı tüketim harcama tutarları sırasıyla 1.065, 2.272, 0.925 ve 0.910 TL daha az bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle aile reisi lise mezunu olan ailelerin aile reisi okuma yazma bilipte diploması olmayanlara, okuma yazma bilmeyenlere ve ilkokul mezunlarına göre ailelerin aylık yoğurt, peynir, yumurta ve tereyağı tüketim harcama tutarları arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Aile reisi lise mezunu olan hanelerin referans grubuna göre aylık süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcama tutarları içerisinde en fazla peynir (2.272 TL) daha sonra ise yoğurt (1.065 TL) harcama tutarını azaltmaktadır. Yoğurt, peynir, yumurta ve tereyağı tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçların istatistiki açıdan anlamlı süt tüketim harcama tutarı için bulunan sonucun ise önemsiz olduğu tespit edilmiştir.

Hane reisi meslek yüksekokulu veya üniversite mezunu olan ailelerin hane reisi okuma yazma bilipte diploması olmayanlara, okuma yazma bilmeyenlere ve ilkokul

mezunlarına göre aylık süt, peynir ve yumurta tüketim harcama tutarları sırasıyla 1.384, 3.070, 1.405 TL daha az bulunmuştur. Hane reisi meslek yüksekokulu veya üniversite mezunu olan ailelerin referans grubuna göre süt, peynir ve yumurta tüketim harcama tutarları arasında en fazla peynir (3.070 TL) daha sonra ise yumurta (1.405 TL) harcama tutarını azaltmaktadır. Yoğurt ve tereyağı tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar istatistikî açıdan önemsiz iken süt, peynir ve yumurta tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar önemli bulunmuştur. Terin vd (2014)'e göre hane reisinin eğitim yılı arttıkça hem kentsel hem de kırsal alanlarda hanelerin süt ve peynir tüketim harcama tutarları da artmaktadır. Farklı sistemler uygulanmasına rağmen hane reisinin eğitim yılı arttıkça hanelerin süt ve peynir tüketim harcamalarının da arttığı sonucu Yüzbaşı vd (1999), Agbola (2003), Fuller *et al.* (2007), Aybek (2011), Bilgiç ve Yen (2013; 2014) ve Trung *et al.* (2014) tarafından da bulunmuştur. Ancak Bilgiç ve Yen (2013)'nin yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre aile reisinin eğitim yılı arttıkça hanelerin yumurta tüketim harcama oranının azaldığı tespit edilmiştir. Bilgiç ve Yen (2013)'nin yaptıkları çalışmanın yumurta tüketim harcama sonucuyla bizim çalışmamızda yumurta tüketim harcaması için bulunan sonucun benzerlik gösterdiği tespit edilmiştir.

Ev hariç sahip olunan gayrimenkul sayısı ile hanenin peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Ailelerin ev hariç gayrimenkulü olanların olmayanlara aylık peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları sırasıyla 1.187 ve 1.164 TL daha fazla olmaktadır. Peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları için bulunan parametreler istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ancak süt, yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarları için bulunan parametreler anlamlı bulunmamıştır. Terin vd (2014)'e göre ise hanelerin gayrimenkul sayısı arttıkça kentsel alanda hanelerin peynir tüketim harcama tutarının 0.022 TL azaldığı, kırsal alanda ise 0.221 TL artışı tespit edilmiştir. Bu araştırmanın kırsal alandaki sonuçlarıyla bizim sonuçlarımız arasında benzerlik olduğu ancak kentsel alanda elde edilen sonuçlarla farklılık gösterdiği saptanmıştır. Gayrimenkul sayısının artması zenginliğin bir göstergesi olduğu için hanelerin ev hariç gayrimenkul sayısı arttıkça hanelerin daha fazla peynir tüketim harcaması yapmaları beklenmektedir. Çalışmamızda elde edilen sonuçlar bu beklentiyi desteklemektedir.

Otomobili olan hanelerin olmayanlara göre tereyağına aylık 0.827 TL daha fazla harcamada buldukları belirlenmiştir. Tereyağı tüketim harcama tutarı için bulunan sonuç istatistiksel olarak anlamlı iken süt, yoğurt, peynir ve yumurta tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar anlamlı bulunmamıştır. Otomobil sahibi olmak zenginliğin bir göstergesi olduğu için hanelerin otomobil sahibi olması hanelerin süt ve süt ürünleriyle yumurta gibi ihtiyaç mallarının tüketim harcama tutarlarında bir artışa yol açması beklenmektedir. Ayrıca otomobil sahipliği alışverişlerde (özellikle eşyaların taşınmasında) kolaylık sağladığı için otomobili olanların olmayanlara göre daha fazla gıda harcaması yapmaları beklenebilir. Çalışmamızda tereyağı tüketim harcaması için elde edilen sonuçlar bu beklentiye desteklemektedir.

Ailelerin 0-5 yaş grubu çocuk sayısı arttıkça ailelerin aylık daha fazla süt harcamasında (0.501 TL) buldukları ancak aylık daha az peynir ve tereyağı harcaması (sırasıyla 1.024 ve 1.498 TL) yaptıkları tespit edilmiştir. Hanelerin 0-5 yaş grubu çocuk sayısı arttıkça ailelerin aylık süt ve süt ürünleri tüketim harcama tutarları arasında en fazla tereyağı (1.498 TL) daha sonra ise peynir (1.024 TL) harcama tutarını azaltırken aylık süt harcama tutarı üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir. Süt, peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar istatistiki açıdan anlamlı iken yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar ise önemsiz çıkmıştır. Hanelerin 0-5 yaş grubu çocuğa sahip olması süt tüketim harcamasını arttırması beklenen bir durumdur. Çalışmamızda elde edilen sonuçlar bu beklentiye desteklemektedir. Benzer sonuçlar Davis *et al.* (2012); Bilgiç ve Yen (2013); Terin vd (2014); Trung *et al.* (2014) tarafından da bulunmuştur.

Ailelerin 6-14 yaş grubu çocuk sayısı arttıkça ailelerin yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarları sırasıyla 0.803 ve 0.313 TL daha fazla olmaktadır. Diğer bir ifadeyle ailelerin 6-14 yaş grubu çocuk sayısı ile ailelerin yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Hanelerin 6-14 yaş grubu çocuk sayısı arttıkça hanelerin yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarları arasında en fazla yoğurt (0.803 TL) daha sonra ise yumurta (0.313 TL) tüketim harcama tutarını arttırmaktadır. Yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarları için bulunan

sonuçlar istatistiksel açıdan anlamlı iken süt, peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar ise önemsiz çıkmıştır. Terin vd (2014)'nin yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre 6-14 yaş grubu çocuğa sahip olan ailelerin olmayanlara göre kentsel ve kırsal alanda sırasıyla 0.263 ve 0.463 TL daha az yoğurt tüketim harcaması yapmaktadır. Bilgiç ve Yen (2014)'nin yaptığı çalışmada ailelerin ocuk sahibi olması ailelerin yoğurt tüketim harcama oranını arttırdığı tespit edilmiştir. Aybek (2011)'in yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre ailedeki ocuk sayısı ile ailelerin süt ürünleri tüketim harcaması arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğunu tespit edilmiştir. Ailelerin 6-14 yaş grubu ocuk sayısı arttıka ailelerin genellikle daha çok süt ürünleri tüketim harcaması yaptıkları saptanmıştır.

Hanelerin 15-19 yaş grubu ocuk sayısı arttıka hanelerin yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarları sırasıyla 0.504 ve 0.386 TL daha fazla olurken tereyağı tüketim harcama tutarı ise 0.580 TL daha az olmaktadır. Hanelerin 15-19 yaş grubu ocuk sayısı arttıka hanelerin yoğurt, yumurta ve tereyağı tüketim harcama tutarları içerisinde en fazla tereyağı (0.580 TL) harcama tutarını azaltırken, en fazla ise yoğurt (0.504 TL) harcama tutarını arttırmaktadır. Yoğurt, yumurta ve tereyağı tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar istatistiksel olarak önemli iken süt ve peynir tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar ise istatistiksel olarak önemli bulunmamıştır. Terin vd (2014)'nin yaptığı çalışmada 15-19 yaş grubu çocuğa sahip olan hanelerin olmayanlara göre kentsel ve kırsal alanda yoğurt tüketim harcama tutarları sırasıyla 0.237 ve 0.072 TL daha az olduğu tespit edilmiştir. Terin vd (2014)'nin yaptığı çalışmanın sonuçlarıyla çalışmamızda elde edilen sonuçlar farklılık göstermektedir.

Ailelerin 19 yaş üzeri ve yetişkin birey sayısı arttıka ailelerin yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarları sırasıyla 0.931 ve 0.346 TL daha fazla olmaktadır. Yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar istatistiksel açıdan anlamlı iken süt, peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar istatistiksel açıdan anlamlı çıkmamıştır. ivi vd (1993)'nin yaptığı çalışmada yetişkinlerin çocuklara göre daha çok yumurta tükettikleri tespit edilmiştir.

Hanelerin beyaz eşya sayısı arttıkça hanelerin tereyağı tüketim harcama tutarı 0.261 TL daha fazla olmaktadır. Süt, yoğurt, peynir ve yumurta tüketim harcama tutarları için bulunan parametreler istatistiki açıdan önemsiz iken tereyağı tüketim harcama tutarı için bulunan sonuç ise istatistiki açıdan önemli bulunmuştur. Beyaz eşya sayısı arttıkça hanelerin daha fazla süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması yapması beklenebilir (buzdolabı ve derin dondurucunun gıdaları muhafaza etmesi gibi sağladığı imkanlardan dolayı). Araştırmada tereyağı tüketim harcaması için bulunan sonuç bu beklentiyi desteklemektedir.

Hanelerin kurumlara (PTT, sağlık ocağı, okul, hastane vb.) yakınlığı arttıkça hanelerin süt, yoğurt, peynir, yumurta ve tereyağı tüketim harcama tutarları sırasıyla 0.072, 0.130, 0.241, 0.088 ve 0.293 TL daha az olmaktadır. Diğer bir ifadeyle hanelerin kurumlara yakınlığı ile hanelerin süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcama tutarları arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Hanelerin kurumlara yakınlığı arttıkça hanelerin süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcama tutarları arasında en fazla tereyağı (0.293 TL) daha sonra peynir (0.241 TL) en az ise süt (0.072 TL) harcama tutarını azaltmaktadır. Hanelerin kurumlara yakınlığı arttıkça hanelerin süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması yerine diğer gıda ürünlerine ve sosyo-kültürel faaliyetlere yöneldikleri sonucuna varılmıştır. Süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar istatistiki açıdan önemli bulunmuştur.

Hanenin aylık toplam geliri 1000 TL artarsa hanelerin aylık süt, peynir, yumurta ve tereyağı tüketim harcama tutarları sırasıyla 0.159, 0.411, 0.154 ve 0.332 TL artış gösterecektir (hanenin aylık toplam gelirinin 1 TL artması durumunda oluşturacağı etki çok düşük olduğu için 1 TL yerine 1000 TL alınmıştır). Diğer bir ifade ile hanelerin aylık toplam geliri arttıkça hanelerin süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcama tutarları da artacaktır. Hanenin aylık geliri artığında hanenin süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcama tutarları arasında en fazla peynir daha sonra tereyağı harcama tutarı etkileneceken süt ve yumurta harcama tutarları ise hemen hemen aynı düzeyde etkileneceklerdir. Süt, peynir, yumurta ve tereyağı tüketim harcama tutarları için bulunan sonuçlar istatistiki açıdan önemli iken yoğurt tüketim harcama tutarı için

bulunan sonuç ise istatistiki açıdan önemli bulunmamıştır. Terin vd (2014)'e göre gelir grubu 45 bin TL'den fazla olan ailelerin süt ve süt ürünlerinin tüketim harcama tutarları hem kentsel hem de kırsal alanlarda diğer gelir gruplarına göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Karakaya vd (2014)'e göre hanelerin gelirleri arttıkça hanelerin yumurta tüketim harcamasının da arttığı tespit edilmiştir. Aybek (2011) hane reisinin gelir düzeyi ile hanelerin süt ve süt ürünleri tüketiminin paralellik gösterdiğini vurgulamıştır. Akbay ve Tiryaki (2007)'nin yaptığı çalışmada gelir düzeyi arttıkça kişi başına ambalajlı süt tüketiminin de arttığı saptanmıştır. Çelik ve Şengül (2001) tarafından yapılan çalışmaya göre ise tüketicilerin gelir seviyesi arttıkça yumurta tüketiminin de arttığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla yapılan bu çalışmaların hepsinde hanelerin geliri arttığında genellikle hanelerin süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması da arttığı tespit edilmiştir.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada hanelerin ve hane reisinin sosyo-demografik ve ekonomik faktörlerin hane halkı süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcamalarına olan etkileri çok terimli Tobit modeli kullanılarak elde edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda araştırma ile ilgili temel veriler Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2014 dönemi boyunca toplam 10122 hane halkına uygulanan hane halkı bütçe anketlerinden elde edilmiştir. Örnek büyüklüğü kayıp ve aykırı gözlemler atıldıktan sonra 9271 hane olarak hesaplanmıştır. Verilerin analizinde çok terimli Tobit modeli kullanılmıştır. Ailelerin sahip oldukları sosyo-demografik ve ekonomik faktörlerin hanelerin aylık süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcama tutarlarını önemli ölçüde etkilediği araştırma sonuçlarında açıkça görülmektedir.

Çalışmamızda tüketenler arasında hanehalklarının %26.8'i süt, %24.6'sı yoğurt, %35.4'ü peynir, %33'ü yumurta ve %16.3'ü ise tereyağı tükettikleri tespit edilmiştir. Tüketenler arasında hanelerin aylık ortalama olarak da 18.27 TL süt, 22.53 TL yoğurt, 29.43 TL peynir, 15.98 TL yumurta ve 31.50 TL tereyağı tüketim harcaması yaptıkları hesaplanmıştır. Ailelerin bu beş gıda ürünü içerisinde en fazla harcamayı tereyağına daha sonra peynire yaptıkları görülmektedir.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, hane reisinin yaşı arttıkça ailenin aylık daha çok süt ve yumurta tüketim harcaması yapacakları sonucuna ulaşılmıştır. Hanelerde çalışan ortalama birey sayısının 1.264 olduğu ve ailede çalışan birey sayısı arttıkça ailelerin aylık daha fazla yoğurt, peynir ve tereyağı tüketim harcamasında bulunacakları tespit edilmiştir. Hanelerin sahip oldukları ortalama beyaz eşya sayısının 3.250 olduğu saptanmıştır. Hanelerin beyaz eşya sayısı arttıkça hanelerin aylık daha fazla tereyağı tüketim harcaması yapacakları sonucuna varılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre hanelerin hane reisinin yaklaşık %88'inin erkek olduğu tespit edilmiştir. Hane reisinin erkek olması bayanlara göre hanenin aylık tereyağı

tüketim harcama tutarlarını 1.512 TL düşürdüğü saptanmıştır. 9271 hanenin %86'sının hane reisi zorunlu sağlık sigortasına sahip olduğu hesaplanmıştır. Zorunlu sağlık sigortası olanların böyle bir imkanı olmayanlara göre aylık daha az süt, yoğurt ve yumurta tüketim harcaması yaptıkları belirlenmiştir. Hane reisi yeşil karta sahip olan hanelerin yasal zorunluluktan dolayı olmayan hanelere göre aylık daha az süt ve yumurta tüketim harcaması yaptıkları sonucuna varılmıştır. Aile reisi çalışıyor olanların aile reisi çalışmayanlara göre aylık süt ürünleri tüketim harcama tutarları içerisinde en fazla tereyağı (1.346 TL) daha sonra ise peynir (1.247 TL) harcama tutarını azalttığı saptanmıştır.

Aynı ve nakdi destek alanların almayanlara göre süt, peynir ve tereyağı tüketim harcama tutarları içerisinde en fazla peynir (2.165 TL) daha sonra ise tereyağı (1.361 TL) harcama tutarını azalttığı tespit edilmiştir. Aynı ve nakdi yardım geliri düşük olan hanelere verildiğinden dolayı aynı ve nakdi yardım alanların almayanlara göre daha az süt ve süt ürünleri tüketim harcaması yapmaları beklenmektedir. Çalışmamızda elde edilen sonuçlar bu beklentiyi desteklemektedir. İnternet kullanımına sahip hanelerin diğer hanelere göre aylık süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcama tutarları arasında en fazla peynir (2.636 TL) daha sonra ise yoğurt (2.107 TL) harcama tutarını azalttığı tespit edilmiştir.

Ev sahibi olan hanelerin referans grubuna göre aylık peynire daha az harcama (1.426 TL) yaptıkları saptanmıştır. Diğer taraftan kirada oturan ailelerin referans grubuna göre aylık daha az süt, yoğurt, peynir ve tereyağı tüketim harcaması yaptıkları tespit edilmiştir. Kirada oturan hanelerin referans grubuna göre satın alma gücü azaldığından daha az süt ve süt ürünleri tüketim harcaması yapmaları beklenmektedir. Çalışmamızda elde edilen sonuçlar bu beklentiyi desteklemektedir. Kirada oturan ailelerin referans gruplarına göre süt ve süt ürünleri tüketim harcama tutarları arasında en fazla tereyağı (1.997 TL) daha sonra ise peynir (1.966 TL) harcama tutarını azalttığı saptanmıştır.

Aile reisi lise mezunu olan hanelerin aile reisi okuma yazma bilipte diploması olmayanlara, okuma yazma bilmeyenlere ve ilkokul mezunlarına göre aylık yoğurt,

peynir, yumurta ve tereyağına sırasıyla 1.065, 2.272, 0.925 ve 0.910 TL daha az tüketim harcaması yaptıkları hesaplanmıştır. Aile reisi lise mezunu olan hanelerin referans grubuna göre yoğurt, peynir, yumurta ve tereyağı tüketim harcama tutarları arasında en fazla peynir (2.272 TL) daha sonra ise yoğurt (1.065 TL) harcama tutarını azalttığı belirlenmiştir. Hane reisi meslek yüksekokulu veya üniversite mezunu olan ailelerin hane reisi okuma yazma bilipte diploması olmayanlara, okuma yazma bilmeyenlere ve ilkokul mezunlarına göre süt, peynir ve yumurta tüketim harcama tutarları arasında en fazla peynir (3.070 TL) daha sonra ise yumurta (1.405 TL) harcama tutarını azalttığı tespit edilmiştir.

Ailelerin ev hariç gayrimenkulü olanların olmayanlara göre aylık peynir ve tereyağına sırasıyla 1.187 ve 1.164 TL daha fazla tüketim harcaması yaptıkları hesaplanmıştır. Gayrimenkul sayısının artması zenginliğin bir göstergesi olduğu için hanelerin ev hariç gayrimenkulü olanların olmayanlara göre daha fazla süt ürünleri tüketim harcaması yapmaları beklenmektedir. Çalışmamızda elde edilen sonuçlar bu beklentiyi desteklediği görülmüştür. Otomobili olan hanelerin olmayanlara göre aylık 0.827 TL daha fazla tereyağı tüketim harcaması yaptıkları saptanmıştır. Otomobil sahipliliği zenginliğin bir göstergesi olduğu için otomobili olanların olmayanlara göre daha fazla süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması yapmaları beklenmektedir. Elde edilen sonuçlar bu beklentiyi desteklemektedir.

Hanelerin 0-5 yaş grubu çocuk sayısı arttıkça hanelerin aylık daha fazla süt tüketim harcaması yapacağı ancak daha az peynir ve tereyağı tüketim harcaması yapacakları tespit edilmiştir. Süt tüketim harcaması için beklenen bir durumdur. Çalışmamızın sonuçları bu beklentiyi desteklemektedir. Ailelerin 6-14 yaş grubu çocuk sayısı arttıkça ailelerin aylık yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarlarının sırasıyla 0.803 ve 0.313 TL daha fazla olacağı hesaplanmıştır. Hanelerin 15-19 yaş grubu çocuk sayısı arttıkça hanelerin aylık yoğurt ve yumurta tüketim harcama tutarlarının sırasıyla 0.504 ve 0.386 TL artacağı, tereyağı tüketim harcama tutarının ise 0.580 TL azalacağı tespit edilmiştir.

Hanelerin kurumlara (PTT, sağlık ocağı, okul, hastane vb.) yakınlığı arttıka hanelerin aylık süt, yoğurt, peynir, yumurta ve tereyağına sırasıyla 0.072, 0.130, 0.241, 0.088 ve 0.293 TL daha az harcama yaptıkları saptanmıştır. Bu durum hanelerin kurumlara yakınlığı arttıka hanelerin süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcaması yerine diğer gıda ürünlerine ve sosyo-kültürel faaliyetlere yönelmeleriyle açıklanabilir.

Hanenin aylık toplam gelirinin 1000 TL artması durumunda hanenin aylık süt, peynir, yumurta ve tereyağı tüketim harcama tutarlarının sırasıyla 0.159, 0.411, 0.154 ve 0.332 TL artacağı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile hanelerin aylık toplam geliri arttıka hanelerin süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcama tutarlarının da artacağı saptanmıştır.

Hane halkı ve hane reisinin sahip olduğu özelliklerin hanelerin süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim harcama tutarlarını belirlemede önemli bir role sahip oldukları çalışmada elde edilen bulgular tarafından desteklenmiştir. Dolayısıyla sosyo-demografik ve ekonomik faktörlerin hanelerin süt ve süt ürünleriyle yumurta tüketim yapısını nasıl etkilediğini bilmek beslenme, gelir ve destekleme politikalarının belirlenmesinde hem hkmet hem de özel sektördeki planlamacılara yarar sağlayacaktır.

Ailelerin ve aile reisinin sahip olduğu sosyo-ekonomik ve demografik faktörler dikkate alınarak bunların gruplandırılmaları ve bu gruplara yönelik genel politikalar yerine ayrı ayrı politikaların geliştirilmesi ve izlenmesi büyük önem arz etmektedir.

Süt ve süt ürünlerinin tüketimini arttırmak için ise bilgilendirme reklam çalışmaları yapmakla birlikte süt ve süt ürünleriyle yumurtanın insan sağlığı ve beslenmesindeki önemi hakkında tüketicilerin bilinçlendirilmesine yönelik aktiviteler yapılmalıdır.

Eğer devlet tarafından yapılan destekler aynı ise bu destekler genellikle temel gıda maddelerinden oluşmakta ve dolayısıyla hanelerin temel gıda ihtiyaçları karşılandığından haneler tekrar bu gıda ürünlerine harcama yapmamaktadırlar. Diğer taraftan devlet tarafından verilen nakdi desteklerle haneler temel gıda ihtiyaçlarından

ziyade gıda ürünleri dışında harcama yapabilirler. Dolayısıyla, devlet tarafından düşük gelimli hanelere daha dengeli ve sağlıklı beslenmeleri için yapılacak desteklerin nakdiden ziyade aynı olması ve ürün yerine kupon sisteminin uygulanması önemli fayda sağlayacaktır.

Bundan sonraki araştırmalarda bilgisayar kapasitesindeki gelişmeye bağlı olarak Heckman Örnekleme Seçiciliği üçten fazla ürüne uygulanarak hem olasılığa hem de tüketim düzeyine etki eden faktörler incelenebilir.



KAYNAKLAR

- Agbola, F.W., 2003. Estimation of food demand patterns in South Africa based on a survey of households. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 35(3), 663-670.
- Akbay, C., Bilgiç, A., Miran, B., 2008. Türkiye’de Önemli Gıda Ürünlerinin Talep Esneklikleri. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 14(2),55-65.
- Akbay, C., Tiryaki, Y.G., 2007. Tüketicilerin Ambalajlı ve Açık Süt Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi. *Kahramanmaraş Örneği KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi*, 10(1), 89-96.
- Amemiya, T., 1985. *Advanced Econometrics*, Harvard University Press, 1985 (AE).
- Anonim 2013. Euromonitor, <http://nutrijournal.danone.com/en/articles/stories/global-yoghurt-consumption-per-capita-and-per-year/> (05.01.2016).
- Anonim 2014a. News.donga, <http://news.donga.com/3/all/20150402/70504668/1> (05.01.2016).
- Anonim 2014b. Natioal Bureau of Statistic. Ulusal İstatistik Bürosu, <http://www.statista.com/statistics/237796/market-volume-of-yogurt-in-china/2014> (15.01.2016).
- Anonim 2014c. Bloomberg, <http://www.bloomberg.com/bw/articles/2014-03-26/china-growing-hunger-for-yogurt-hits-global-supplies> (18.12.2015).
- Anonim 2014d. Lefigaro, <http://www.lefigaro.fr> (15.01.2016).
- Anonim 2015. The World Dairy Situation. Dünya Süt Durumu, <http://www.fil-idf.org> (10.01.2016).
- Atasever, M., 2003. Spor ve Beslenme. Milli Eğitim Bakanlığı Ders Kitapları Dizisi, 63-64.
- Aybek, E., 2011. Kahramanmaraş İli Kentsel Alanda Tüketicilerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim ve Tercihleri (Yüksek Lisans Tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Bearden, W O., Ingram, T.N. and Laforge, R.W., 1995. *Marketing. Pinciples and Perspectives*. Irwin, Chicago.
- Bilgiç, A. and Yen, S.T., 2013. Household food demand in Turkey: A two-step demand system approach. *Food Policy*, 43(6), 267-277.
- Bilgiç A. and Yen, S. T., 2014. Demand for meat and dairy products by Turkish households: A Bayesian censored system approach. *Agricultural Economics*, 45(2), 117-127.
- Cevger, Y., Aral, Y., Demir, P., Sarıözkan, S., 2008. Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi İntern Öğrencilerinde Hayvansal Ürünlerin Tüketim Durumu ve Tüketici Tercihleri. *Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 55, 189-194.
- 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), 5-12.
- Çelik, Y., Şengül, T., 2001. Şanlıurfa İli Kentsel Alanında Tüketicilerin Yumurta Tüketim Düzeyleri ve Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. *Hayvansal Üretim*, 42 (2), 53-62.

- Çetinkaya, A., 2010. Kafkas Üniversitesi Öğrencilerinin İçme Sütü ve Süt Ürünlerini Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. Atatürk Üniversitesi Veteriner Bilimleri Dergisi, 5(2), 73-84.
- Çivi, H., Gürler, Z.A., Esengün, K., Karkacier, O., 1993. Tokat İl Merkezinde Yaşayan Hane halklarının Yumurta Tüketim Durumu Üzerine Bir Araştırma. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 10, 123-126.
- Dağdemir, V., 2015. Tarımsal Pazarlama Ders Notları (Basılmamış Ders Notları).
- Davis, C.G., Blayney, D., Muhammad, A., Yen, S.T. & Cooper, J., 2010. A cross-sectional analysis of U.S. yoghurt demand. Journal of Food Distribution Research, 41(2), 36-45.
- Demir, Y., 2011. Aydın'da Hanehalklarının Gıda Tüketim Talebi Ekonometrik Analizi (Yüksek Lisans Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Aydın.
- Demircan, V., Örmeci, M.Ç., Kızılyar, G., 2011. Isparta İlinde Ailelerin Ambalajlı ve Açık Süt Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 6(2), 39-47.
- Ertek, T., 2009. Mikroekonomi Teorisi. (1. Basım). İstanbul, Beta Yayınları.
- EUROSTAT, 2014. Avrupa İstatistik Ofisi, <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (25.12.2015).
- Fuller F., Behgin, J. & Rozelle, S., 2007. Consumption of dairy products in urban China: Results from Beijing, Shanghai and Guangzhou. The Australian Journal of Agricultural Resource Economics, 51, 459-474.
- Gujarati, D.N., 2004. Basic Econometrics, 4 Edition, The Mcgraw-Hill Companies, S. 504.
- Gündüz, O., Kılıç, O., Emir, M., Aydın, G., 2013. Süt ve Süt Ürünleri Tüketiminde Tüketici Tercihlerini Etkileyen Faktörler: Samsun Örneği. Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi 8, 36-43.
- Gürlük, S., Turan, Ö., 2008. Dünya Gıda Krizi: Nedenleri ve Etkileri. Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 22(1), 63-74.
- Karakaya, E., Akbay, C., 2013. İstanbul İlinde Tüketicilerin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları. Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt 27, Sayı 1, 65-77.
- Karakaya, E., İnci, H., Söğüt, B., Şengül, T., 2014. Bingöl İl Merkezinde Yaşayan Hane Halklarının Yumurta Tüketim Durumu Üzerine Bir Araştırma. Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi, 1(2), 239-247.
- Kart, Ö.Ç.M., Demircan, V., 2013, Dünyada ve Türkiye'de Süt ve Süt Ürünlerinin Üretimi, Tüketimi ve Ticaretindeki Gelişmeler. Akademik Gıda, 12(1), 78-96.
- Kılıç, S., 2003. Yoğurt ve İnsan Sağlığı. Ege Üniversitesi, Tarımsal Uygulama ve Araştırma Merkezi, Çiftçi Broşürü No: 39, İzmir.
- Kotler, P., Armstrong G., 1999. Principle of Marketing. Prentice Hall, New Jersey, s. 134.
- McDonald, J.F., Moffitt, R.A., 1980. The Use of Tobit Analysis. The Review of Economics and Statistics, 62, 318-387.
- Obayelu, A.E., Okoruwa, V.O. & Oni, O.A., 2009. Analysis of rural and urban households' food consumption differential in the North-Central, Nigeria: A microeconomic approach. Journal of Development and Agricultural Economics, 1(12), 18-26.

- Ocak, S., Önder, H., 2014. Süt Ürünlerinde Tüketici Tercihini Etkileyen Faktörler ve Gıda Güvenliği Bilinci. *Hayvansal Üretim*, 55(2), 9-15.
- OECD, 2014. İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, https://stats.oecd.org/index.aspx?DataSetCode=HICP_COICOP (10.12.2015).
- Özcan, T., Erbil F., Kurdal, E., 1998. Sütün İnsan Beslenmesindeki Önemi. *İçme Sütü Sempozyumu Tebliğler Kitabı*, Tekirdağ, s. 31-41
- Rodolfo, M., Nayga, J. & Siebert, J.W., 1999. Analysis of at-home consumption of dairy products in the Unidet States. *Journal of Food Products Marketing*, 5(3), 6578.
- Sarıözkan, S., Cevger, Y., Demir, P., Aral, Y., 2007. Erciyes Üniversitesi Veteriner Fakültesi Öğrencilerinin Hayvansal Ürün Tüketim Yapısı ve Alışkanlıkları. *Sağlık Bilimleri Dergisi*, 16(3), 171-179.
- Şahin, K., Andiç, S., Koç, Ş., 2001. Van İli Kentsel Alanda Ailelerin Otlı Peynir ve Süt Ürünleri Alım ve Tüketim Davranışları. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 11(2), 67-73.
- Şimşek, B., Açıkgöz, İ., 2010. Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencilerinin İçme Sütü Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 21(1), 12-18.
- Tarakçı, Z., Selçuk, Ş., Şahin, K., Coşkun, H., 2003. Üniversite Öğrencilerinin İçme Sütü Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 13 (1), 15-21.
- Terin, M., Bilgiç, A., Güler, O.İ., Yavuz, F., 2015. Türkiye’de Süt Ürünleri Tüketim Harcamalarına Etki Eden Faktörlerin Analizi: Çoklu Heckman Örneklem Seçicilik Sistem Yaklaşımı. *Tarım Bilimleri Dergisi*, 21, 500-515
- Trung, T.Q., Giam, D.Q., Hai, V.T., Thao, L.P., Hang, N.T.T., Son, L.T.K. & Linh, B.T.M., 2014. Factor influencing milk consumption of rural household in Northern Vietnam. *Greener Journal of Business and Management Studies*, 4(2), 31-40.
- TÜİK, 2014. Türkiye İstatistik Kurumu. Hanehalkı Tüketim Harcaması Sonuçları Haber Bülteni, Ankara, <http://www.tuik.gov.tr> (28.12.2015).
- TÜİK, 2015a. Türkiye İstatistik Kurumu. Ankara, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18630> (26.02.2016).
- TÜİK, 2015b. Türkiye İstatistik Kurumu. İşgücü İstatistikleri, Ankara, <http://www.tuik.gov.tr> (31.03.2016).
- TÜİK, 2016. Türkiye İstatistik Kurumu. Ankara, <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=88&locale=tr> (15.04.2016).
- Uzunöz, M., Gülşen, M., 2007. Üniversite Öğrencilerinin Süt ve Süt Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, C(3), 15-21.
- Wilkie, W.L., 1994. *Consumer Behaviour*. John Wiley & Sons. Inc.
- World Bank, 2015. Dünya Bankası, <http://statisticstimes.com/economy/countries-by-gdp-capita.php> (11.12.2015).
- YUM-BİR, 2014. Yumurta Üreticileri Merkezi Birliği, <http://www.yum-bir.org> (19.12.2015).
- Yüzbaşı, N., Erkuş, A., Sezgin, E., 1999. Keçiören Şefkat Mahallesinde Çeşitli Gelir Gruplarındaki Ailelerde Süt ve Süt Ürünleri Tüketimi. *Gıda*, 24(1), 59-67.

ÖZGEÇMİŞ

1984 yılında Iğdır'da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Iğdır'da tamamladı. 2004 yılında girdiği İstanbul Üniversitesi Fen Fakültesi Matematik Bölümünden 2008 yılında mezun oldu. 2013 yılında Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalında, Yüksek Lisans öğrenimine başladı.

