

**SÜT TOPLAMA MERKEZLERİNİN, GIDA
GÜVENLİĞİNİ SAĞLAMA VE SOKAK
SÜTÇÜLÜĞÜNÜ ÖNLEMEDEKİ ROLLERİNİN
BELİRLENMESİ:
ANTALYA İLİ ÖRNEĞİ**

**Doç. Dr. Cengiz SAYIN
Arş. Gör. Yavuz TAŞCIOĞLU
Arş. Gör. M. Nisa MENCET**

**Nisan 2009
ANKARA**

1. GİRİŞ

Günümüzde, devamlı artış gösteren nüfusun beslenmesinde artık sadece “*yeter miktarda gıda arzı sağlama amacı*” yetmemekte aynı zamanda “*gıdaların, üretimden son tüketiciye ulaştırılan aşamaya kadar nasıl daha sağlıklı olması gerektiği*” olgusu üzerinde de önemle durulmaktadır. Bu durum en yaygın kullanılan şekliyle kısaca “*gıda güvenliğini sağlama*” olarak ifade edilmektedir. Böylece, sadece “*yeter miktarda üretim*” konusu üzerinde durulmamakta aynı zamanda “*sağlık koşulları açısından da uygunluk*” özelliği giderek daha fazla önemsenmektedir.

Gıda güvenliği konusunda Türkiye’de önemli sorunların yaşandığı ve sağlıklı bir süt piyasası oluşturmada çeşitli güçlüklerin bulunduğu bilinmektedir. Örneğin, ülke genelinde üretilen çiğ sütün (açık süt) işlendiği modern işletmelere ulaştırılmasındaki başarı düzeyi gelişmiş ülkelere göre oldukça düşüktür. Mevcut verilere göre Türkiye’de halen 10 milyon lt’nin üzerinde çiğ süt üretilmekte olup belirtilen oranlar büyük ölçüde güncelliğini korumaktadır. Ülkede üretilen belirli miktardaki çiğ sütün; genelde %60’ı pazarlanabilmekte, %25’i kaynaktan tüketilmekte, %10’u hayvanlara içirilmekte ve %5’i de çeşitli aşamalarda kayba uğramaktadır. Diğer yandan, pazarlanan sütün ancak %10’u modern süt işletmelerinde değerlendirilirken %50’si mandıralarda ve geriye kalan %40’luk bölümü işlem görmeden çiğ süt şeklinde tüketiciye ulaştırılmaktadır (Sayın, 1998). Buna karşın, gelişmiş ülkelerde ise üretilen sütün tamamına yakınının (%97-98) pazarlandığı ve modern işletmelerde işlendiği görülmektedir (Sayın, 2003). Türkiye’de de modern süt işletmelerinde işlem gören çiğ süt oranının daha da arttırılması amacıyla süt teşvik primi uygulaması gibi çeşitli *destekleme politikası* araçlarına başvurulmaktadır. Ancak gelinen noktada, hayvancılık işletmelerinin büyük çoğunluğunun ortalama 5 ile 10 adet arasında büyük baş hayvana sahip *küçük aile tipi* işletmelerden oluşması ve bu alanda yeterli örgütlenmenin sağlanamaması gibi pek çok nedenle ülkemizde üretilen çiğ sütün önemli oranlarda “*sokak sütçülüğü (seyyar sütçülük)*” şeklinde pazarlandığı görülmektedir (Sayın, 1998). Diğer yandan Türkiye’nin 132 lt/yıl düzeyindeki kişi başına süt tüketimi ile zaten gelişmiş pek çok ülkenin gerisinde olduğu bilinmektedir (Sayın, 2003).

Türkiye’de süt pazarlamasında çeşitli nedenlerle ortaya çıkan bu boşluk son yıllarda sayıları hızla artan “*süt toplama merkezleri (STM)*” ile giderilmeye çalışılmakta ve bu merkezler, üretici ile süt işleyen işletmeler arasında bir *köprü görevi* üstlenmektedirler. Böylece sokak sütçülüğünün bir ölçüde de olsa azaltılmasına katkı sağlanmaktadır. STM; özel sektör süt işletmelerine, üretici kooperatiflerine veya çeşitli birlik ve derneklere ait olabilmektedirler. STM’nin süt pazarlamasında üstlendiği bu önemli role karşın hijyenik koşullar, üretici ilişkileri ve çeşitli pazarlama öğeleri bakımından bazı sorunları da beraberinde getirmektedirler.

Araştırmada öncelikle, Türkiye’de *gıda güvenliğine dayalı bir süt piyasasının oluşturulmasına katkı sağlanması* amaçlanmıştır. Bu kapsamda; *süt toplama merkezlerinin*; gıda güvenliğini sağlama, sokak sütçülüğünü önleme ve süt pazarlamasındaki rollerinin belirlenmesi, süt üreticisine üretimde devamlılık sağlayacak gelir olanakları sunulması, ürün pazarlamada üreticinin rekabet gücünün arttırılması, üretici örgütlenmesinin teşvik edilmesi, özellikle çiğ süt pazarlama zincirinin kayıt altına alınarak izlenmesi, denetim ve kontrolünün sağlanması amaçlanmaktadır. Böylece sokak sütçülüğünün önlenerek tüketici sağlığının korunmasını amaçlayan *tarım politikası önlemlerinin belirlenmesi ve yönlendirilmesi beklenmektedir*.

Çalışma üç temel bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde; genel bilgiler başlığında süt hayvancılığı (hayvan ırkları ve sayıları), süt üretim ve tüketimi, dış ticaret yapısı, pazarlama yapısı ve özellikleri, gıda güvenliği ve kalite standartları ve bu bölümün sonunda yer alan süt üretimi ve tüketimine yönelik AB’nde ve Türkiye’de uygulanan destekleme politikaları yasal mevzuatlarıyla birlikte yer almaktadır. İkinci bölümde, çalışmanın gereç ve yönteminin nasıl belirlendiğine ilişkin konular yer almaktadır. Araştırma gerecinin kapsamı, araştırma alanına ilişkin genel bilgiler ve istatistikî veriler ile birlikte yöntemin teorik temeli aktarılmaktadır. Üçüncü bölümde, araştırmadan sağlanan bulgular doğrultusunda; *STM’nin gıda güvenliğini sağlama, sokak sütçülüğünü önleme ve süt pazarlamasındaki rolleri yanında*, bu merkezlere *süt veren üreticilerin* bu yapılanma ve gelişim süreci içerisindeki rolleri ortaya konulmakta ve son olarak söz konusu *merkezlere süt vermeyip sokak sütçülüğü şeklinde sütü pazarlayan üreticilerin* durumları diğerleriyle karşılaştırmalı olarak verilmektedir. Araştırma raporunun son bölümü olan sonuç ve öneriler kısmında ise araştırma bulguları tartışılmakta ve

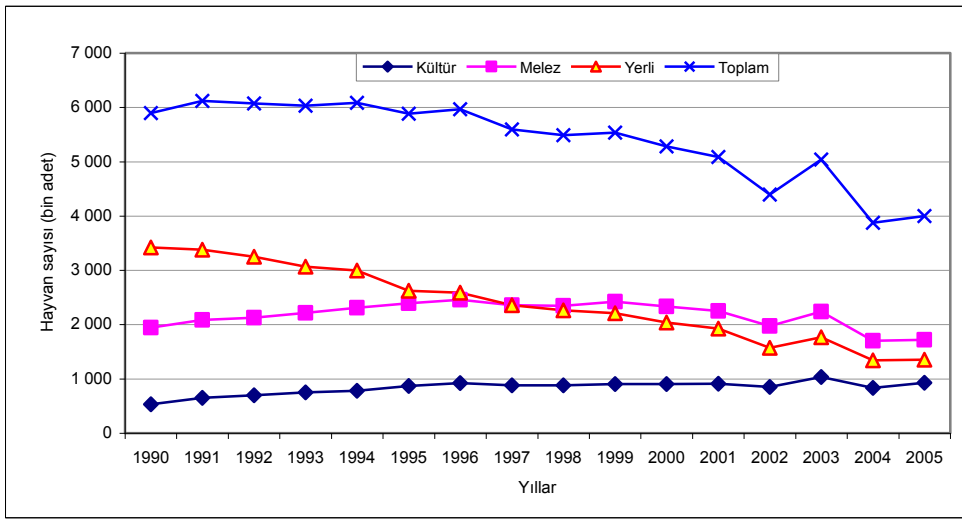
bulgulardan hareketle Türkiye’de daha sağlıklı bir çiğ süt pazarlama yapısının nasıl oluşturulabileceği konularında bazı öneriler geliştirilmektedir.

2. GENEL BİLGİLER

Tarım sektörü içerisinde hayvancılığın payı gelişmiş ülkelerde %50'nin üzerindedir. Türkiye'de ise bu oran %25-30 düzeyinde olup bitkisel üretimin gerisindedir (Hekimoğlu ve Altındeğer, 2006). Ancak hayvancılık faaliyeti ve bunun içerisinde yer alan süt sığırcılığı birçok yönüyle Türkiye için büyük önem taşımaktadır. Genelde süt üretiminin süt sığırcılığından sağlanması ve bu nedenle süt sığırcılığının hayvancılık faaliyetlerinin önemli bir kolu olması nedeniyle, süt sığırcılığı ve süt üretimi ekonomik ve sosyal açıdan üreticileri, işleyicileri ve sanayicileri, pazarlamacıları ve tüketicileri farklı yönlerden etkilemektedir.

Türkiye'de ırklarına göre sağımı yapılan hayvanlarda yerli hayvan cinsinde azalma görülürken, kültür ve melez türü giderek artmaktadır. Toplam süt sığırı sayısı 2005 yılı verilerine göre 3.998.097 olup bu sayının 1.717.309'u melez, 1.355.170'i yerli ve 925.618'i ise kültür ırkıdır. Üretilen toplam 9.514.138 ton süt miktarının ise %48,02'si melez, %33,80'i kültür ve %18,18'i de yerli ırklardan sağlanmaktadır (Şekil 1) (TÜİK, 2006).

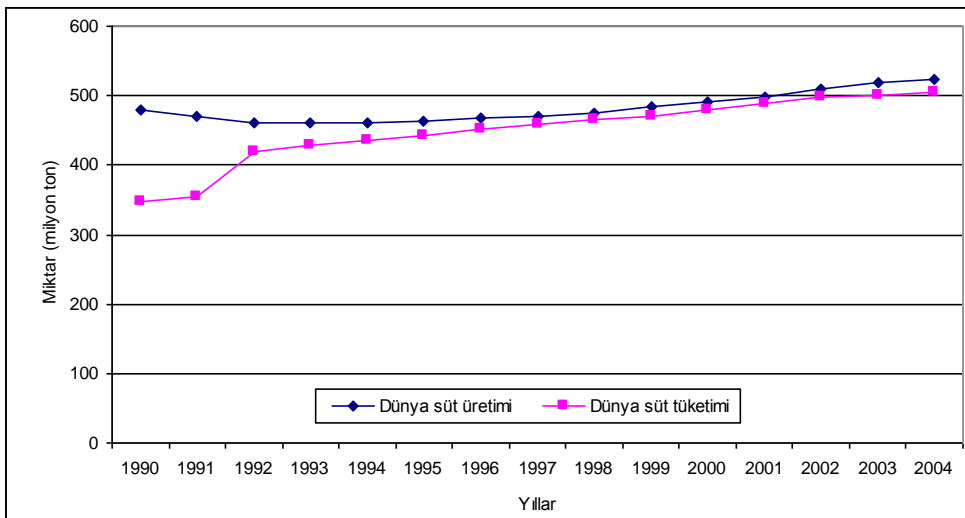
Şekil 1. Türkiye'de türlerine göre sağılan hayvan sayısı (bin adet)



Kaynak: TÜİK, 2006.

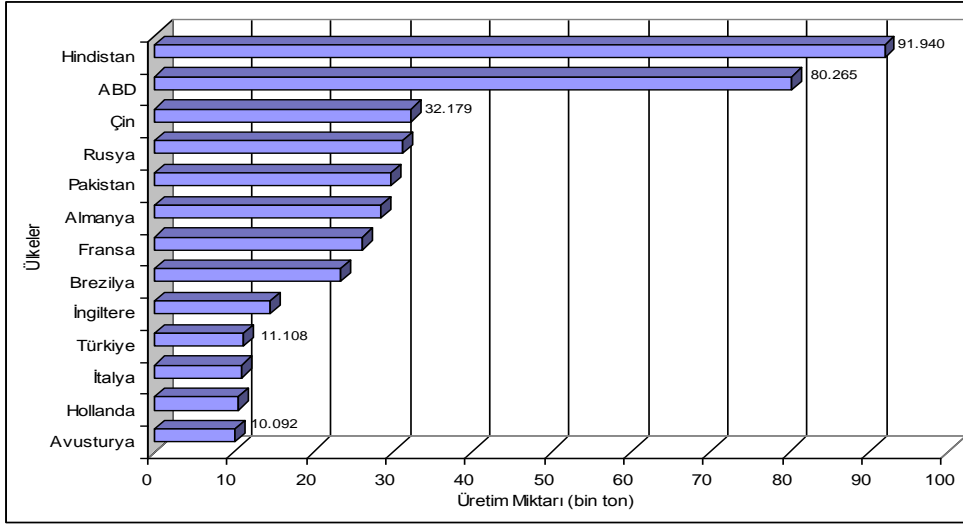
Dünyada süt üretimi ve tüketimi eş zamanlı olarak artış göstermektedir. Dünya süt üretimi 500 milyon ton dolayındadır (Şekil 2) (FAO, 2007). Üretimde öne çıkan ülkeler sırasıyla; Hindistan (91.940.000 ton), ABD (80.265.000 ton) ve Çin (32.179.000 ton)'dir (Şekil 3).

Şekil 2. Dünyada toplam süt üretim ve tüketimi (milyon ton) (1990-2004)



Kaynak: FAO, 2007.

Şekil 3. Ülkelere göre süt üretimi (bin ton) (2005)

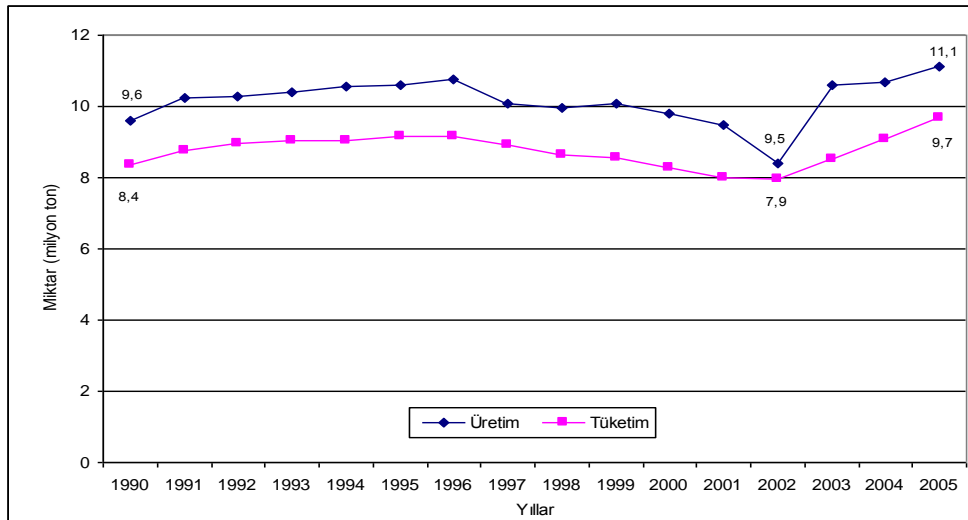


Kaynak: FAO, 2007.

Türkiye’de süt üretimi 2005 yılında 11 milyon ton düzeyindedir. Türkiye’nin dünya süt üretiminden aldığı pay %1,7, sağılan hayvan sayısından aldığı pay ise % 3,4’dür. Hayvan sayısındaki artışa karşın sadece süt sığırından elde edilen süt miktarı artmıştır. Diğer hayvanlardan sağlanan süt miktarlarında azalma görülmüştür (Şekil 4).

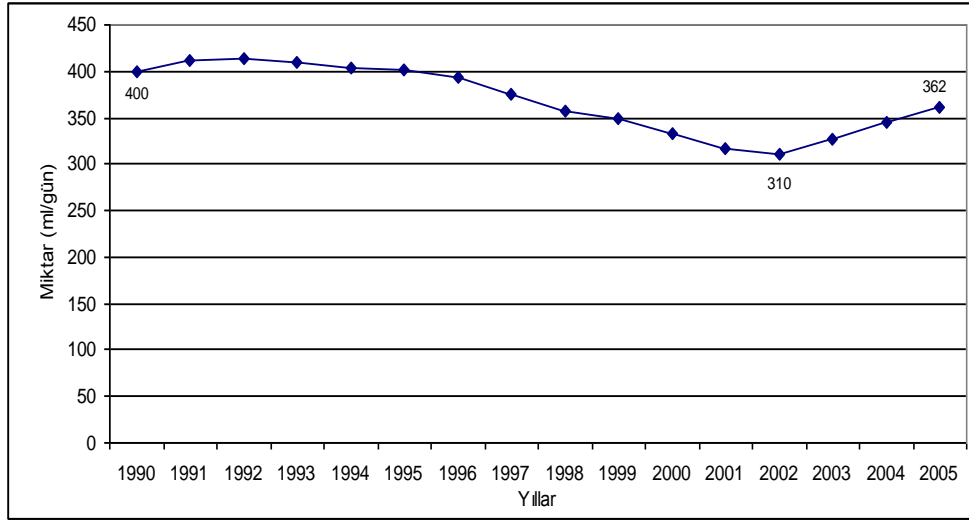
Kişi başına süt tüketimi ABD’nde 292 lt/yıl ve AB’nde 342,5 lt/yıl’dır. Türkiye’deki süt tüketimi ise bu rakamların çok altında olup kişi başına günlük süt tüketimi günde ortalama 350–400 ml, yılda ise 130–140 lt arasında değişmekte olup süt tüketimi son beş yıl içerisinde artma eğilimindedir (FAO, 2007) (Şekil 5). Bu gelişme sürecinde belirli aralıklarla gündeme getirilen süt ve süt ürünlerini işleyen firmaların tanıtım kampanyaları, çeşitli yaş ve ihtiyaç özelliklerine göre ürün ve fiyat farklılaştırması gibi satış geliştirici faaliyetlerin de etkisi bulunmaktadır. Örneğin, bazı diyet veya hastalıklara uygun düşük yağlı sütler, çocuklar için süt içmeye özendirici meyveli sütler veya bağışıklık güçlendirici gıda gibi farklı fiyat ve çeşitlerde süt ürünleri tüketicilere ürün farklılaştırılması yapılarak sunulmaktadır.

Şekil 4. Türkiye’de süt üretimi ve tüketimi (milyon ton) (1990–2005)



Kaynak: FAO, 2007

Şekil 5. Türkiye’de kişi başına süt tüketimi (ml/gün) (1990-2005)



Kaynak: FAO, 2007.

Firmaların ürünlerini satmak amacıyla yürüttükleri bu kampanyalar yanında, devlet tarafından da bazı zamanlarda üretim fazlalıklarını değerlendirmek amacıyla eğitim kurumları, hastane ve benzeri kurumlara ücretsiz süt dağıtılmıştır. Örneğin, ilköğretim çağındaki çocuklara yönelik “*okul sütü programları*” üç ilde uygulanmıştır. Bu programda, yaklaşık 1 milyon 100 bin öğrenciye günde 200 ml süt dağıtılarak süt tüketimi teşvik edilmeye çalışılmıştır (Tan, 2001).

2.1. Süt İç ve Dış Pazarlama Yapısı ve Özellikleri

Süt piyasası, hijyen koşullarının gerekliliği nedeniyle pazarlama kanalları bakımından diğer ürün piyasalarından farklılıklar göstermektedir. Türkiye’de süt ve süt ürünlerinin pazarlama yapısı içerisinde küçük aile işletmeleri, süt toplama merkezleri (kooperatiflere, mandıra veya fabrikalara ait), birlikler (yetiştirici birlikleri, süt birlikleri), özel sektör (fabrika, mandıra) yer almaktadır. Bu işletmelerin üretim ve tüketimdeki payları, süt kalitesi ve özellikleri açısından bölgeler arasında farklılıklar göstermektedir. Süt ve süt ürünleri piyasasında genel olarak karmaşık bir pazarlama ağı bulunmaktadır.

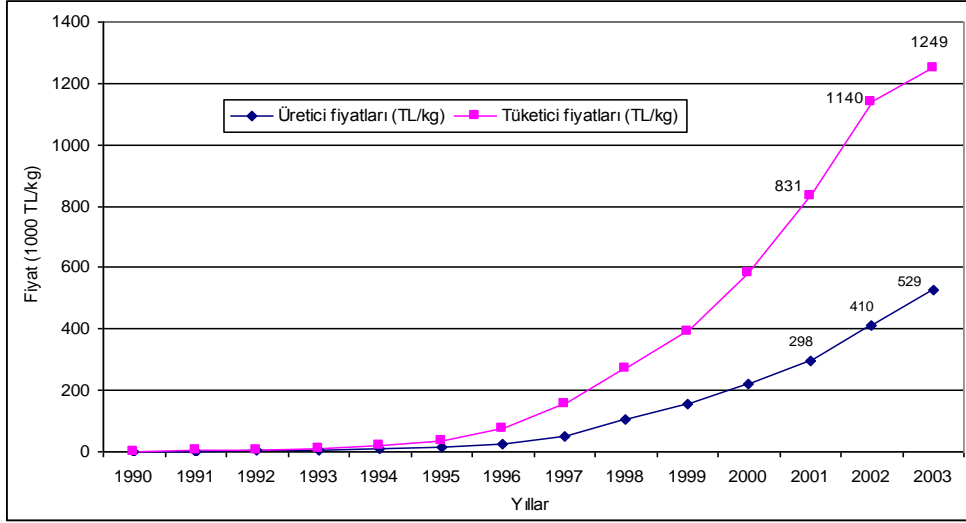
Gelişmiş ülkelerde üretilen sütün büyük bir kısmı kooperatifler kanalıyla pazarlanmaktadır. Örneğin, Danimarka’da üretilen süt üretiminin %91’i, Almanya’da %70’i kooperatiflerce gerçekleştirilmektedir (Bülbül vd, 1998). Türkiye’de ise kooperatifler genellikle birinci basamakta yani üreticiden sütünü toplayıp işleyici alana kadar uygun koşullarda bekletme görevini üstlenmektedirler.

Süt piyasasında üretici ve tüketici fiyatları arasındaki fark oldukça yüksektir. Süt genellikle (sokak sütçülüğü hariç) süt toplama merkezlerine, fabrikalara veya mandıralara gönderilip ısıl işlem ve paketlenme yapıldıktan sonra tüketicilere sunulduğu için üretici ve tüketici fiyatları arasındaki fark giderek artmaktadır (Şekil 6). *Süt ve süt ürünlerinin fiyatlarına yönelik herhangi bir müdahale sistemi bulunmamaktadır.* Çiğ süt fiyatları çoğunlukla ülke genelinde farklı bölgelerde belirli aralıklarla yapılan ihalelerle belirlenmektedir. Süt işleyen ve süt ürünleri üreten işletmeler, temel hammadde olarak kabul edilen sütün düşük maliyetli, kaliteli ve sürekli temini açısından süt üreticilerine bağımlı durumdadırlar.

Süt ve süt ürünleri ticareti Türkiye’de iç pazara yönelik kurulmuş olup dış pazarlara yapılan ticaret ikinci planda kalmaktadır. Süt ve süt ürünleri kolayca bozulabilen yapıda olmaları nedeniyle ihracatta raf ömrü nispeten daha uzun ve birim fiyatı yüksek ürünlere uygun pazarlar öne çıkmaktadır. Bu nedenle işlenmiş süt ürünü olarak peynir, tereyağı ve son yıllarda dondurma ihracatı önem kazanmıştır. İhracat pazarları olarak Orta Doğu ülkeleri ile Türk Cumhuriyetleri süt ürünleri için önemli pazarlar olarak yer almaktadır. FAO verilerine göre 2005 yılında Türkiye’nin süt ve süt ürünleri ihracatı 162.000 ton, ithalatı ise 195.000 ton olarak gerçekleşmiştir (Sarısacılı, 2006) (Şekil 7). Türkiye’nin süt ürünleri ithalatında süt ve krema ile peynir önde gelmekte olup tereyağı ithalatı da

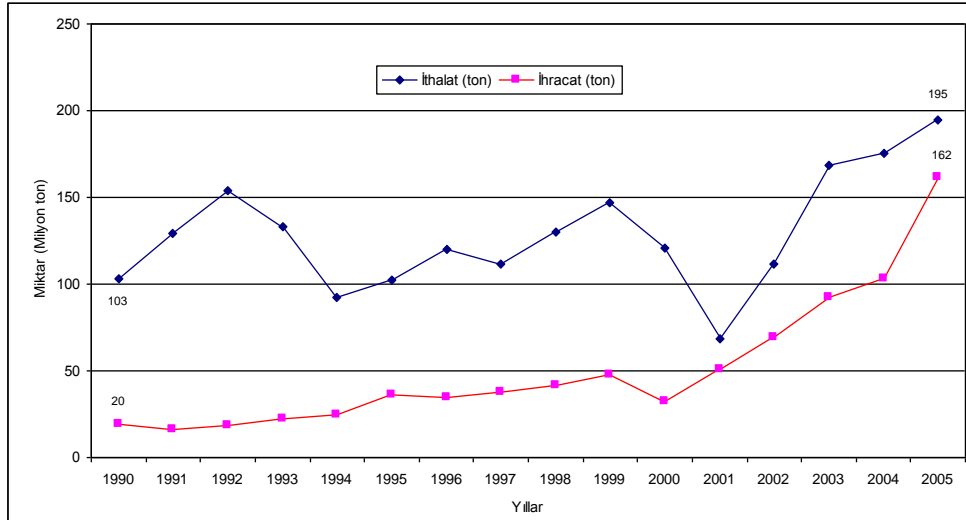
önemli bir yer tutmaktadır. İthalatta Ukrayna, Slovak Cumhuriyeti, Polonya, Almanya, Belçika, Danimarka, Fransa, Hollanda, İngiltere gibi ülkeler önem kazanmaktadır (FAO, 2007).

Şekil 6. Süt piyasasında üretici ve tüketici fiyatları (1990–2003)



Kaynak: TÜİK, 2003.

Şekil 7. Türkiye süt ve süt ürünleri ihracat (bin ton) ve ithalat miktarları (bin ton)



Kaynak: FAO, 2007.

Süt ve süt ürünleri dış ticaretinde herhangi bir *ithalat ya da ihracat lisansı* aranmamaktadır. Ancak ithalatta, çok taraflı anlaşmalardan kaynaklanan *tarife kotaları* bu durumun dışındadır. Bununla birlikte Türkiye’de süt ve süt ürünleri *ihracat iadelerine* yönelik herhangi bir uygulama bulunmamaktadır. Ancak, süt içeren çikolata ve bisküvi gibi bazı işlenmiş tarım ürünleri Türkiye’nin ihracat iade sistemi içerisinde yer almaktadır (DPT, 2006). Türkiye, temel tarım ürünü niteliğindeki süt ve sütlü ürünleri ithalatında yalnızca *ad valorem vergiler* uygulamakta olup söz konusu ürünler için 2005 yılı İthalat Rejimi’nde öngörülen *gümrük vergilerinin ortalaması* yaklaşık %104’dür. İşlenmiş tarım ürünleri (İTÜ) olarak adlandırılan ürünler için ise AB’nin İTÜ sistemi 1996 yılında Türkiye’de tesis edilmiş ve bu ürünler için sanayi payları, sanayi ürünlerinde uygulanmakta olan 1/95 sayılı Türkiye-AB Gümrük Birliği Kararı ile birlikte AB oranlarıyla uyumlu hale getirilmiştir (TKB, 2006).

2.2. Süt ve Süt Ürünleri Sanayinin Durumu

Süt sanayi sektörüne ait işletmelerin toplam gıda sanayinden aldığı pay 1994 yılında %14,58 iken bu oran sırasıyla 1996 yılında %13,68, 1998 yılında %14,12 ve 2000 yılında ise %11,06 olmuştur. İşletme sayılarında son yıllarda azalış söz konusudur. Aynı işletmelerin *kapasite kullanım oranları*

(KKO) ise 1998–2000 yılları arasında sterilize sütte %73,9'dan % 43,8'e, pastörize sütte %30,4'den %7,9'a, ayranı %40,7'den %35,5'e, tereyağında ise %77,2'den %50,8 seviyesine düşerken yoğurtta %36,9'dan %37,8'e, beyaz peynirde %12,9'dan %20,9'a, kaşar peynirinde ise %14,2'den %18'e yükselmiştir (TKB, 2006).

Gelişmiş ülkelerde ise üretilen sütün %0,5-0,6'sı işlem görmeden tüketiciye ulaşırken, %99,5'i modern işletmelerde işlenmektedir (Gönç vd., 1993; Tan ve Ertürk, 2002). Sanayiye giden çiğ sütün oranı açısından değerlendirildiğinde ise bu oran AB'nde ortalama %94,8 iken bu oran Danimarka'da %95,7, Almanya'da %94,4 ve Yunanistan'da %69,1'dir. Türkiye'de ise bu oran %20 seviyesindedir (TKB, 2006).

Süt ve süt ürünleri sektöründe kullanılan çeşitli alet ve makine üretiminin Türkiye'de yapılamaması da bu donanımların kullanımının yaygınlaşmasını ve sütün modern tesislere akışını olumsuz yönde etkilemektedir. Özellikle elektronik ve tam otomatize olmuş makineler (UHT makineleri, ambalajlama makineleri vb.) yurt içinde imal edilememektedir. Bu tür makineler yurt dışından ithal edilmekte; tank, kazan, tekne, seperatör, pastörizatör, evaporatör, basit paketleme makineleri, soğutucu tanklar gibi alet ve makineler ise yurt içinde 6–7 adet firma tarafından imal edilmektedir (Çelik, 2002).

2.3. Süt Üretimi ve Tüketimine Uygulanan Destekleme Politikaları

Dünyanın birçok ülkesinde hayvancılık ürünleri kapsamında süt ve süt ürünleri taşıdığı önem nedeniyle farklı araçlarla desteklenmektedir. Bu çalışmada, AB ve Türkiye'de uygulanan desteklemeler iki ayrı bölümde incelenerek başlıca farklı yanlar özet olarak açıklanmıştır.

2.3.1. AB'nde Süt Desteklemeleri, Süt ve Süt ürünleri Ortak Piyasa Düzeni (OPD)

AB'nde destekleme politikaları kapsamında bitkisel üretim yanında hayvansal ürünlere de geniş yer verilmiş ve bunlara ilişkin özel Ortak Piyasa Düzeni (OPD) oluşturulmuştur (Sayın, 2003). AB'nde süt ve süt ürünleri üretimi ve pazarlamasına ilişkin düzenlemeler, 1964 yılında uygulanmaya başlanan OPD ile yürütülmektedir. İlk reform, süt ürünleri sektöründe ürün fazlalığının mali yükünün üreticiyle paylaşılması düşüncesiyle uygulamaya başlanan ve 1992 yılına kadar sürdürülen “*Ortak Sorumluluk Vergisi*”dir. Süt tozu ve tereyağı stoklarının artması nedeniyle 1984 yılında süt ürünlerine yönelik “*kota*” uygulanmış ve uygulamanın başarılı sonuçlar vermesi nedeniyle daha sonraki yıllarda da sürdürülmesine karar verilmiştir (Bayraç ve Yenilmez, 2004).

OPD'nin yasal yapısı, Çizelge 1'de yer alan AB Konsey Tüzüklerine dayanmaktadır. Süt ve süt ürünleri sektörünü yasalarla düzenlemenin amaçları; süt üreticilerine iyi bir yaşam standardı sağlanması, süt ve süt ürünlerinde OPD oluşturulması, süt ve süt ürünleri piyasalarında dengenin sağlanması ve korunması, bu ürünlerde ortak standartların belirlenmesi, süt ve süt ürünleri tüketiminin teşvik edilmesi olarak sıralanmaktadır.

AB'nde süt ve süt ürünleri sektöründe uygulanan destekler; süt ürünlerine ithalat vergileri, ihracat sübvansiyonları, müdahale alımları, depolama yardımları, süt tüketiminin teşviki ve süt ürünlerinin bazı ürünlerde kullanılmasının teşvikine yönelik (hayvan yemi gibi) sübvansiyonların verilmesini kapsamaktadır. Günümüzde geçerli olan *müdahale sistemi*; süt için hedef fiyatı, tereyağı ve süt tozunda müdahale fiyatı, üretici kota sistemi, tereyağı ve süt tozunda müdahale kuruluşları tarafından alım garantisi ve depolama, süt kotası sistemi, gümrük vergisi ve ihracat sübvansiyonu gibi politika araçlarından oluşmaktadır (TKB, 2006).

Çizelge 1. AB süt ve süt ürünleri ortak piyasa düzenine ilişkin temel yasal düzenlemeler ve kapsamı

Konsey tüzükleri	Kapsam											
13/64 K. Tüzüğü	Üye ülkelerde hedef fiyatları sabitlenmiştir Tereyağı müdahale fiyatı getirilmiştir On iki pilot üründe eşik fiyat uygulanmaya başlanmıştır											
804/68 K. Tüzüğü	Süt ve süt ürünleri sektöründeki amaçlar belirlenmiştir Müdahale sistemi (iç mekanizma, dış mekanizma) belirlenmiştir											
	<table border="1"> <thead> <tr> <th><u>İç Mekanizma</u></th> <th><u>Dış Mekanizma</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Depolar</td> <td>Müdahale fiyatı</td> </tr> <tr> <td>Hedef fiyat</td> <td>Müdahale ajansları</td> </tr> <tr> <td></td> <td>İthalat</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Eşik fiyat → Gümrük vergisi (Uruguay Round)</td> </tr> <tr> <td></td> <td>İhracat iadeleri</td> </tr> </tbody> </table>	<u>İç Mekanizma</u>	<u>Dış Mekanizma</u>	Depolar	Müdahale fiyatı	Hedef fiyat	Müdahale ajansları		İthalat		Eşik fiyat → Gümrük vergisi (Uruguay Round)	
<u>İç Mekanizma</u>	<u>Dış Mekanizma</u>											
Depolar	Müdahale fiyatı											
Hedef fiyat	Müdahale ajansları											
	İthalat											
	Eşik fiyat → Gümrük vergisi (Uruguay Round)											
	İhracat iadeleri											
1411/71 K. Tüzüğü	Sıvı süt için ilave kurallar getirilmiştir Sıvı süt tanımlandı (çiğ süt, tam süt, yarı yağlı süt ve yağsız süt)											
856/84 K. Tüzüğü	Kota sistemi getirilmiştir Garantilenen toplam miktar											
1255/1999 K. Tüzüğü	Kapsanan ürünler belirlenmiştir Pazarlama yılı Fiyat sistemi (tereyağı ve yağsız süt tozu) Müdahale ve özel depolama sistemi Piyasa yardımı (yem, okul sütü vs.) Üçüncü ülkeler ile ticaret Diğer hükümler (hastalıklarla mücadele, devlet yardımı, piyasaların genişletilmesi, iletişim) belirtilmektedir											
1787/2003 K. Tüzüğü	Süt ve süt ürünlerinde hedef fiyat kaldırılmıştır											
1788/2003 K. Tüzüğü	Süt ve süt ürünlerine ek vergi sistemini getirmiştir											

Kaynak: İsmihan Utku, 2005.

AB’nde halen Haziran 2003 Ortak Tarım Politikası (OTP) reformu kapsamında alınan kararlar, arz ve talep yönetimini etkilemektedir (Çizelge 2) (TKB, 2006). Bu kapsamda tarımsal desteklerin üretimden bağımsız olması ile birlikte “tek bir ödeme sistemi” getirilmiştir. Tek ödemelerin uygulanmasında bir takım ölçütler gözetilmektedir. Bunlar, gıda güvenliği, hayvan refahı ve çevre korunması gibi konulardır. Ayrıca, bu konulara uyum olması amacıyla daha sonraki yıllarda ödenek artırımına gidilmesi de planlanmaktadır. Arz yönetimindeki diğer bir değişiklik ise üretim kotalarının 2015 yılına kadar yılda %1,5 oranında artırılmasıdır. Böylece süt, ödemeler ve üretim planlaması kapsamında öncelikli konular arasında yer almıştır. Desteklemeler konusunda diğer bir gelişme ise hedef fiyat uygulamasının kaldırılmasıdır. Buna göre, son olarak 2002/2003 döneminde 30,98 Euro/100 kg olarak belirlenen sütte hedef fiyat uygulaması kaldırılmıştır. Tereyağı ve yağsız süt tozunda müdahale fiyatı uygulamasına 2007/2008 dönemine kadar devam edilmesi planlanmaktadır. Doğrudan ödemeler ise sabit ödeme (tek çiftlik ödemesi) ve ek ödeme (ulusal zarflar kapsamındaki üye ülkeler) şeklinde yapılacaktır (İTB, 2007).

Talep yönetimi araçları olarak da, üretim fazlası olan bölgelerde, süt ihtiyacı olan ve ekonomik açıdan zor durumda olan kişi veya kurumlara süt dağıtımını uygulaması yapılmaktadır (Çizelge 2).

Çizelge 2. AB’nde süt ve süt ürünlerine yönelik arz ve talep yönetimi

Arz yönetimi	Fiyat destekleri	Üretim fazlalıklarının müdahale fiyatlarından alımı Kısıtlamaya yönelik müdahaleler İthalatta ortak gümrük vergisi İhracatta sübvansiyon
	Diğer unsurlar	Hijyen ve sağlık kuralları Paketleme ve pazarlama Süt kotaları İthalat ve ihracat lisansları
Talep yönetimi		Okul sütü programı Elden çıkarma Kar amacı gütmeyen kuruluşlara yardım Üçüncü ülkelere hibe

Kaynak: İsmihan Utku, 2005; TKB, 2006.

2.3.2. Türkiye’de Süt Desteklemeleri ve Çeşitli Düzenlemeler

Türkiye’de süt desteklemesine yönelik ilk yasal düzenleme 1987 yılında yürürlüğe giren 87/11705 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile gerçekleşmiştir (Sayın, 1998). Günümüzde ise süt desteklemesine yönelik temel yasal düzenleme, 2005–2010 yılları arasında 6 yıl süre ile uygulanacak olan *Hayvancılığın Desteklenmesi Kararı* kapsamında yer almaktadır. Kararın uygulanmasında, “*Hayvancılığın Desteklenmesi Hakkında Uygulama Esasları Tebliği (No:2006/9)*” esas alınmaktadır. Bu tebliğ’e göre; süt üreticileri kooperatiflerine, birliklere, süt veren üye üreticilerden süt olarak süt işleme tesislerine teslim ettikleri sütler için, kooperatiflerin/birliklerin düzenledikleri ve mahalli tarım teşkilatınca onaylanmış fatura ve her bir ortağın teslim ettiği süt miktarını gösteren icmal cetvelleri esas alınmaktadır (Çizelge 3) (RG, 2006).

Çizelge 3. Türkiye’de süt desteklemelerine yönelik yasal yapı

Karar adı ve sayısı	Kapsam
Hayvancılığın Desteklenmesi Hakkında Kararda Değişiklik Yapılmasına Dair Karar 2006/10811	“Süt için destekleme ödemeleri; sütün kalitesini iyileştirmeye yönelik ek destek”
Hayvancılığın Desteklenmesi Hakkında Uygulama Esasları Tebliği (Tebliğ No:2006/9)	“Destekleme ödemesi” koşulları
Hayvancılığın Desteklenmesi Hakkında Uygulama Esasları Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ (Tebliğ No: 2006/43 ve Tebliğ No:2006/54)	“Örgütlü üretici” tanımı “Süt desteklemesi konularında değişiklik”
2006/69 Numaralı Genelge ve Süt Destekleri İle İlgili Uygulama Talimatı	Süt desteklemelerinin uygulanış biçimi ve ilgili formlar

Kaynak: RG, 2006.

Süt hayvancılığı kapsamındaki destekler çeşitli şekillerde verilmektedir. Bunlardan birisi; kendi öz kaynakları ile işletmesine sabit süt sağım ünitesi kurarak ve soğutma tankı koyarak sanayiye aktarılacak sütte belirli kalite ve hijyen kriterlerine uygun üretim yapacak üreticilere, *yatırım miktarının %40’ının destek olarak ödenmesi* uygulamasıdır.

Süt hayvancılığını ilgilendiren diğer desteklemeler ise sertifikalı yem bitkisi, suni tohumlama, aşılama, hayvan gen kaynaklarının korunması konuları üzerinedir. İlk kez uygulanan desteklerden birisi de *hayvan kimlik sistemi* desteğidir. Bu sisteme göre, ulusal veri tabanına kayıtlı, tescil belgesi bulunan işletmelerde pasaportu bulunan sığır cinsi hayvanlardan doğan yavruların gerçek ve tüzel sahipleri bu desteklemeden faydalanabilmektedir.

Desteklemeler içerisinde, 1987 yılından itibaren belirli yıllarda uygulanan *süt için teşvik primi* uygulaması ise belirli şartları taşıyan modern süt işletmelerine satışı yapılan süt miktarı için teşvik primi ödenmesi şeklindedir. Burada güdülen amaç, süt akışını modern tesisler üzerinden

gerçekleştirmektedir. Teşvik primi uygulaması ile süt üreticisine doğrudan gelir katkısı yapılarak, sütün sanayiye bu oranda daha düşük fiyatlı verilme olanağı sağlanmaktadır (Sayın, 1998).

Diğer desteklemeler kapsamında 2005 yılı itibariyle en yüksek oranda destekleme konusu “yem bitkileri üretim teşviki”dir. Hayvancılığın desteklenmesi için ayrılan ödeneğin %24’lük payı yem bitkileri alanına ayrılmıştır. Süt teşviği, et teşviğini (%17) geriden takip ederek %13 ile sınırlandırılmıştır. Suni tohumlama desteği %5,7 ve suni tohumlamadan doğan buzağı desteği ödenekten %5,4’lük pay almıştır. Bu desteklemeler içerisinde *sağım hijyeni ve süt kalitesi* için %1 ve hastalıklarla mücadele için ayrılan ödenekten %2,4’lük harcama yapılmıştır (İTB, 2007).

Çizelge 4. Türkiye’de, örgütlülük durumuna göre süt destekleme ödemeleri (2007)

Prime esas konular	Örgütlü üreticiler						Örgütsüz üreticiler
	Tarımsal Kalkınma Koop.		DSYB		Süt Üreticileri Birliği		
	Kooperatife	Üreticiye	Birliğe	Üreticiye	Birliğe	Üreticiye	
Örgütlü üretici (Ykr/lt)	-	5,5	-	5,5	-	5,5	-
Teknik eleman (Ykr/lt)	1,5	-	1,5	-	1,5	-	-
Diğer	-	-	-	-	-	-	3
Toplam	1,5	5,5	1,5	5,5	1,5	5,5	3

Kaynak: HAYKOOP, 2007.

Süt teşvik primi uygulaması kapsamında verilen teşvik miktarı, üreticilerin örgütlülük durumuna göre de değişmektedir (Çizelge 4) (HAYKOOP, 2007). Prim ödemeleri; Damızlık Sığır Yetiştiriciler Birlikleri (DSYB), 5200 Sayılı Kanun’a göre kurulmuş “Süt Üreticileri Birlikleri”, 1163 Sayılı Kooperatifler Kanunu’na göre kurulmuş “Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri” ve bakanlıkça izin verilmiş hayvancılık faaliyetinde bulunan “Sulama Kooperatiflerine” yapılmaktadır. Süt üreticisi, üretmiş olduğu sütü, süt işletmelerine hangi örgüt aracılığı ile satarsa satsın, üyesi bulunduğu örgüt, soy kütüğü işletmesi ve diğerleri için belirlenen destekleme oranından yararlanabilmektedir. Ancak, belirlenen miktarlardaki teşvik primi süt üreticisi eğer kooperatife veya birliğe üye ise daha fazla alabilmektedir. Sütün kalitesini iyileştirmeye yönelik olarak da ayrıca istihdam edilen teknik elemanlar için ek olarak 1,5 Ykr/lt ödenmektedir (Çizelge 4) (Sayın vd., 2007). 2005 yılı hayvancılık destekleme kapsamında toplam süt teşvik primi ödemeleri 85 milyon YTL olarak gerçekleşmiş olup bu değer, genel hayvancılık desteklemelerinin %13’ünü oluşturmaktadır (TKB, 2006).

2.4. Süt ve Süt Ürünlerinde Gıda Güvenliği ve Kalite Standartları

“Güvenli gıda; raf ömrü süresince fiziksel, kimyasal ve biyolojik riskleri taşımayan gıda, gıda güvenliği ise; bu maddelerde olabilecek fiziksel, kimyasal, biyolojik vb. her türlü zararın bertaraf edilmesi için alınan tedbirler bütünü” olarak ifade edilmektedir (Ataman, 2007).

Gıda maddelerinin insan sağlığı üzerindeki etkileri ve taşıdıkları riskler özellikle günümüzde üreticilerin ve tüketicilerin gündeminde yer almaktadır. Bu nedenle Türkiye’de gıda güvenliğinin sağlanması amacıyla çeşitli yasal mevzuatların yenilenmesi ile kontrol sistemlerinde yeni yaklaşımlar getirilmektedir. Güvenli olmayan gıda maddelerinin insan sağlığı üzerindeki olumsuz etkileri kısa sürede (gıda kaynaklı hastalıklar/zehirlenmeler, bağırsak enfeksiyonları vb) görülebildiği gibi, kanser vakaları, kalp-damar rahatsızlıkları gibi uzun süreler sonucunda da ortaya çıkabilmektedir. Böyle kısa ve uzun vadeli sağlık riskleri ile karşılaşmaksızın, tüketiciye güvenilir gıda arzının sağlanması için “*tarladan sofraya gıda güvenliği*” anlayışının benimsenmesi, belirtilen nedenlerle yaygınlaşmaktadır (Ataman, 2007).

Dokuzuncu Kalkınma Planı içerisinde de yer alan sütte gıda güvenliği konusu, Türkiye’de üretilen ve riskli ürün grubunda yer alan birçok ürün gibi süt için de kalıntı izleme programları yer almaktadır. İnsanların pestisitlerden dolayı etkilenmeleri, ilaçlarla bulaşık besinleri tüketen hayvanların et, süt ve yumurta gibi ürünlerinin tüketilmesi yoluyla olmaktadır. Hayvan hastalıkları, meydana getirdikleri

kısıtlamalar nedeniyle hayvancılığın en önemli problemlerinden birisi olarak gündeme gelmektedir. Süt, et, yumurta verimindeki kayıplar, hayvanlarda görülen ölümler, hayvan hareketlerine getirilen sınırlamalardan doğan ekonomik kayıplar ile hastalıklarla mücadele için ayrılan kaynaklar hayvan hastalıklarının neden olduğu önemli kayıplar olarak görülmektedir. Gıda kaynaklı hastalıkların çoğu mikrobiyolojik ya da kimyasal bulaşmalardan kaynaklanmakla birlikte gıdanın kendisi de şiddetli bazı reaksiyonlara yol açabilmektedir. “Gıda ve Gıda ile Temasta Bulunan Madde ve Malzemelerin Piyasa Gözetimi, Kontrolü ve Denetimi ile İşyeri Sorumluluklarına Dair Yönetmelik” ile bu durum önlenmeye çalışılmaktadır. Bu yönetmeliğe göre, gıda üretim ve satış yerlerinde HACCP uygulaması zorunlu hale getirilmiştir (DPT, 2006).

Tarım ve Köyişleri Bakanlığı (TKB), 2004 yılında yayımlanarak yürürlüğe giren 5179 Sayılı “Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun” kapsamında, gıda güvenliği ve kalitesi yönünden denetim esaslarını oluşturmaya yetkili kılınmıştır. Bu kanun, tüm gıda maddelerinin hijyenik şekilde üretiminden tüketiciye ulaşmasına kadar olan tüm aşamaları kapsamakta, “hayvansal kaynaklı gıdalar” ve “hayvansal kaynaklı gıdalar” dışındaki gıdalar şeklinde bir ayırım yapmamakta, gıda maddelerini bir bütün olarak ele almaktadır (TKB, 2006).

Konu ile ilgili “Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararname’nin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun”da; amaç, gıda güvenliğinin temini, her türlü gıda maddesinin ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemelerin teknik ve hijyenik şekilde üretim, işleme, muhafaza, depolama, pazarlama ve halkın gereği gibi beslenmesini sağlamak, üretici ve tüketici menfaatleriyle halk sağlığını korumak üzere gıda maddelerinin üretiminde kullanılan her türlü ham, yarı mamul ve mamul gıda maddeleri ile gıda işlemeye yardımcı maddeler ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemelerin güvenliğine ilişkin özelliklerinin tespit edilmesi, gıda maddeleri üreten ve satan işyerlerinin asgari teknik ve hijyenik şartlarının belirlenmesi, gıda maddeleri ile ilgili hizmetler ile denetimine dair usul ve esasları belirlemek olarak açıklanmıştır. Kapsam olarak da gıda güvenliğinin teminine, her türlü gıda maddesinin ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemelerin hijyenik ve uygun kalitede üretimine, tasnifine, işlenmesine, katkı ve gıda işlemeye yardımcı maddelere, ambalajlama, etiketleme, depolama, nakil, satış ve denetim usulleri ile yetki, görev ve sorumlulukları ile risk analizine, ihtiyatî tedbirlere, gıda ile tüketici haklarının korunmasına, izlenebilirlik ve bildirimlere dair hususları ele alınmıştır. Kanunla; üretim izni, gıda sicili, tescil işleri, istihdam ve laboratuvar kuruluş izni ile ilgili yetki ve sorumluluklar, gıda kodeksi, ulusal gıda kodeksi komisyonu, risk analizi, ihtiyatî tedbirler, bilimsel komiteler ve ulusal gıda meclisi, ve gıda bankaları birliği, bildirimler, acil durumlar, kriz yönetimi, izlenebilirlik ve işyeri sorumluluğu, sağlık korunmasına ilişkin hükümler, gıda ticareti ile ilgili hükümler, piyasa gözetimi, denetim, kontrol ve sertifikasyon ile itiraz hakkı ve özel hükümler yer almaktadır (Anonim, 2004).

Buna göre, “Türk Gıda Kodeksi Çiğ Süt ve Isıl İşlem Görmüş İçme Sütleri” isimli tebliğin amacı ise, çiğ sütün; ısıtılmış işlem görmüş sütü, süt ürünleri ve süt bazlı ürünlerin imalatında kullanılan sütlerin, tekniğine uygun ve hijyenik şekilde üretimi, depolanması, taşınması ve pazarlanmasını sağlamak olarak belirlenmiş, ürün özellikleri, katkı maddeleri, aroma maddeleri, bulaşanlar, pestisit kalıntıları, veteriner ilaç tolerans düzeyleri, hijyen koşulları, ambalajlama, etiketleme, işaretleme, taşıma, depolama, numune alma, analiz metotları, tescil ve denetim konuları açıklanmıştır. Ayrıca, tebliğin yürütülmesinde TKB ile Sağlık Bakanlığınca yetkili olduğu belirtilmiştir (Anonim, 2006).

Araştırma alanı olan Antalya İlinde süt piyasasına yönelik bölgesel uygulamalar bulunmaktadır. Bunlardan birincisi Antalya Valiliği ve Tarım İl Müdürlüğü’nün girişimiyle “Antalya İli Gıda Güvenliği Eylem Kurulu”nun kuruluşu ile çalışma usul ve esaslarını tespit edilmiştir. Bu kurulun amaçları doğrultusunda hedef, gıda maddelerinin teknik ve hijyenik şekilde üretim, işleme, muhafaza, depolama, pazarlama ve halkın gereği gibi beslenmesini sağlamak, üretici tüketici menfaatleri ile halk sağlığını korumak üzere, gıda maddelerinin üretiminde kullanılan her türlü ham ve yardımcı maddeler ve yarı mamul gıda maddeleri ile yan ürünlerinin gıda kodeksine uygunluğunun kontrol ve denetimini sağlamak, böylece tüketiciye güvenilir gıda arzını, tüketicinin daha iyi bilgilendirilmesini, gıda endüstrisinin geliştirilmesini, kaliteli ve güvenli gıda üretimini artırmayı ve *üretimden tüketime gıda güvenliğinin* sağlanmasını, gıda ticaretinin iyileştirilmesine katkıda bulunulması, gıda sektörünün milli ekonomiyeye olan katkısını artırmak amacıyla sektörün sorunlarının belirlenmesi, bunlara çözümler

üretilmesi amacı ile ilgili kamu kuruluşları, bilimsel kuruluşlar, esnaf ve sanatkâr örgütleri, sanayiciler ve sivil toplum örgütlerinin bir araya gelmesidir (Anonim, 2007a). Eylem Kurulu kapsamında birçok meslek odası ve dernek bulunmaktadır. Bunlardan birisi Antalya İli Sütçüler ve Yoğurtçular Derneği'dir. Bu dernek, 21.06.2005 tarihli ve 25852 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'na göre Antalya Esnaf ve Sanatkârlar Odası'na (AESOB) bağlı olarak 1970 yılında kurulmuştur. Dernek, söz konusu kanunun 3. maddesinin "a" bendinde yer alan esnaf ve sanatkâr tanımlaması çerçevesinde kurulmuştur. Derneğe kayıtlı 300 adet üye bulunmakta olup bunların 126'sı resmi olarak kayıtlı bulunmaktadır. Üyeler, BAĞKUR'a kayıtlı olup yıllık 106 YTL üyelik aidatı vermektedir. Kanunda her bir kişinin yalnızca bir odaya kayıtlı olabilmesi nedeniyle üye sayısında değişiklik olmaktadır. Örneğin, üretici olan üyeler Ziraat Odası'na üye olmaları nedeniyle resmi kayıtlı olarak görülmemektedirler. Bu derneğe kayıtlı resmi üreticiler, vergi mükellefi olup düzenli aralıklarla kontrol edilmektedir. Üyeler süt satışını yaparlarken dernek tarafından verilen kimlik kartlarını yanlarında bulundurmak ve üniforma giymek zorundadırlar. Ancak, tüm üyeler bu kurallara henüz uymamaktadır. Dernek, üyelerine çeşitli yönlerde yardımlarda bulunmaktadır. Bu yardımlar arasında yem firmaları ile anlaşarak üreticilere düşük fiyattan yem sağlama, demir güğümünden çelik güğüme geçmeleri için teşvik sağlama, özel hastanelerle anlaşarak daha uygun fiyatta tedavi olanağı sağlama gibi yardımlardır. Bu derneğe üye olmayan çok sayıda seyyar süt satıcısı ve süt üreticisi de bulunmaktadır. Bu kişiler derneğe kayıtlı olmadıkları için vergi mükellefi sayılmayarak kayıt dışı olarak faaliyet göstermektedirler. Dernekten alınan bilgiye göre de kayıt dışı olarak faaliyet gösteren bu kişiler Antalya şehir merkezinde günde ortalama 1,5 ton süt satmaktadır.

Araştırma alanında süt pazarlaması ile ilgili ikinci düzenleme ise 08.01.2007 tarih ve 2007/1 no'lu kararda Antalya Valiliği liderliğinde ilgili kamu kurum ve kuruluşların da ortaklaşa katkıda buldukları İl Hıfzısıhha Kurul Kararı'dır. Bu kararda; İl sınırları içinde üretilen çiğ sütün toplanarak işleme tesisine ulaştırılması sırasında üretim, toplama ve nakil koşullarının uygunsuzluğu ve bu arada geçen sürenin uzaması nedeniyle "merkezi toplama yöntemi" uygulanan ve bu amaçla süt toplama merkezi kurulan yerleşim yerlerinde, soğutma sistemi olmaksızın açıktan süt toplanması yasaklanmıştır. Ayrıca alınan kararda, ilin sıcak iklim kuşağında olması ve sütün çabuk bozulan bir gıda ürünü olması nedeniyle sütün üretiminden tüketimine kadar geçen aşamada kullanılan kapların hijyenik olması gerektiği belirtilmiştir. Bu amaçla bu sistem içinde sütün paslanmaz çelik malzemeden yapılmasına, gerekli hijyenik ortamlar sağlanmadan ne toplanma merkezlerine ne de tüketicilere ulaştırılması yasaklanmıştır. Kurulun aldığı bir diğer karar ise; merkezi toplama için süt toplama tankı kurulan yerlerde, coğrafi ve yerleşim koşulları göz önüne alınarak, sütün merkezi toplamaya aktarılması ve merkezi toplamaya dahil olmayan üreticiler, toplayıcılar, nakil araçları ve sahipleri ile bu sütleri alan işletmeler hakkında; 3285 sayılı Hayvan Sağlığı Zabıtası Kanunu, 5179 sayılı Gıda Kanunu, Türk Gıda Kodeksine ve 5326 sayılı Kabahatler Kanunu'nun 32. maddesine göre yasal işlem uygulanması ve süt taşıyıcı araçların trafikten men edileceği belirtilmiştir (Anonim, 2007a).

Dış ticarete gıda güvenliğinin sağlanması konusunda ise Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca yayımlanan 2005/5 Sayılı Dış Ticarete Standardizasyon Tebliği eki VI-A sayılı listede yer alan süt ve süt ürünlerinin ithalatında ise TKB tarafından düzenlenen kontrol belgesinin ilgili gümrük idaresine ibrazı gerekmektedir. Avrupa Birliği mevzuatında ise kontrol belgesi uygulaması bulunmamaktadır. Süt ve süt ürünlerine kontrol belgesi alınabilmesi için, 31 no'lu "Gıda Maddeleri ve Gıda İle Temas Eden Ambalaj Materyallerinin İthalatında Kontrol Belgesi Onaylanması ve İthalat Aşamasındaki Kontrol İşlemleri Hakkında Tebliğ" gereğince, bu ürünler için kontrol belgesi düzenlemeye yetkili il müdürlüklerine başvurulması gerekmektedir. Kontrol belgesinin onaylanmasından ve malın gümrüğe gelmesinden sonra, yapılan kontroller sonucunda mevzuata uygun olan ürünlerin yurda girişine izin verilmektedir (TKB, 2006a).

3. GEREÇ ve YÖNTEM

Araştırma, literatür araştırmasına dayalı *ikincil verilerle* desteklenen ancak büyük ölçüde hedef kitleden *yüz yüze görüşmeye dayalı anket* yoluyla elde edilen *orijinal verilerle* gerçekleştirilmiştir.

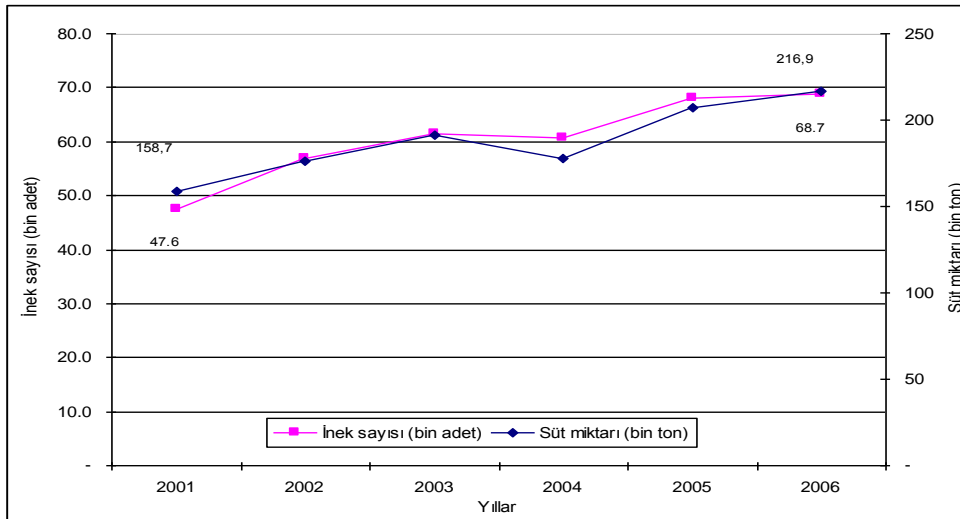
Dolayısıyla araştırma;

- ◆ Türkiye ve AB’nde izlenen süt ve buna dayalı gıda güvenliği politikaları ve piyasa düzenlemeleri konulu “*literatür araştırması*” ile
- ◆ “STM” ve bu merkezlere süt veren ve vermeyen “*üreticileri*” kapsayan 3 aşamalı “*alan araştırması*” şeklinde yürütülmüştür.

3.1. Gereç

Araştırma, *Antalya ili genelinde* yürütülmüştür. Antalya ilindeki yıllık çiğ süt üretimi 2006 yılı itibariyle yaklaşık *250 bin ton* dolayında seyretmektedir. Bu miktarın yaklaşık 217 bin ton’u inekten, 25 bin ton’u ise koyun ve keçiden elde edilmektedir. Antalya ilinde hayvan varlığında son yıllarda artış yaşanmaktadır. Üreticilerin sahip olduğu hayvan varlığı genellikle kültür veya kültür+melez ırklarından oluşmaktadır. Üretimde en önemli bölgeler sırasıyla; *Merkez (%18,5)*, *Korkuteli (%18)*, *Manavgat (%15)* ve *Alanya (%12,5)*’dir. Bölgedeki işletmelerin büyük çoğunluğu *küçük ve orta boy işletme* şeklinde olup *süt toplama merkezlerinin sayısı hızla artmaktadır* (Şekil 8) (TKB, 2006b).

Şekil 8. Antalya ili süt üretimi (bin ton) ve inek sayısı (bin adet)



Kaynak: TKB, 2006b.

Antalya genelinde birçok STM bulunmaktadır. Bunlardan süt üretim kapasitesi en fazla olanları *Merkez, Korkuteli ve Elmalı* ilçelerinde yer almakta olup *il genelinde toplanan sütün %80’ine yakını bu merkezler aracılığı ile pazarlanmaktadır*. Mevcut STM sayısının çok fazla olmaması nedeniyle araştırma kapsamına, Antalya ili genelindeki “*süt toplama merkezlerinin tamamı*” ile bu “*merkezlere süt veren ve vermeyen üreticiler*” alınmıştır.

3.1.1. Anket Çalışması Aşamaları ve Üretici Sayısının Belirlenmesi

Süt toplama merkezleri ve onlara süt veren ve vermeyen üreticilerle *yüzyüze anket çalışması* yapılmıştır. Kapsamdaki alan araştırması ise üç aşamada yürütülmüştür. Buna göre;

- ◆ İlk aşamada; il genelindeki süt toplama merkezlerinin tamamının yöneticileri ile (tam sayım) yüz yüze görüşmeye dayalı anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.
- ◆ İkinci aşamada; araştırma kapsamında yer alan süt toplama merkezlerine süt veren üreticilerden “*uygun seçim metoduna göre*” belirlenmiş olanlarla yüz yüze görüşmeye dayalı anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

- ◆ Üçüncü aşamada ise STM'ne süt vermeyip seyyar sütçülere süt veren “uygun seçim metoduna göre” belirlenmiş üreticilerle yüz yüze görüşmeye dayalı anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

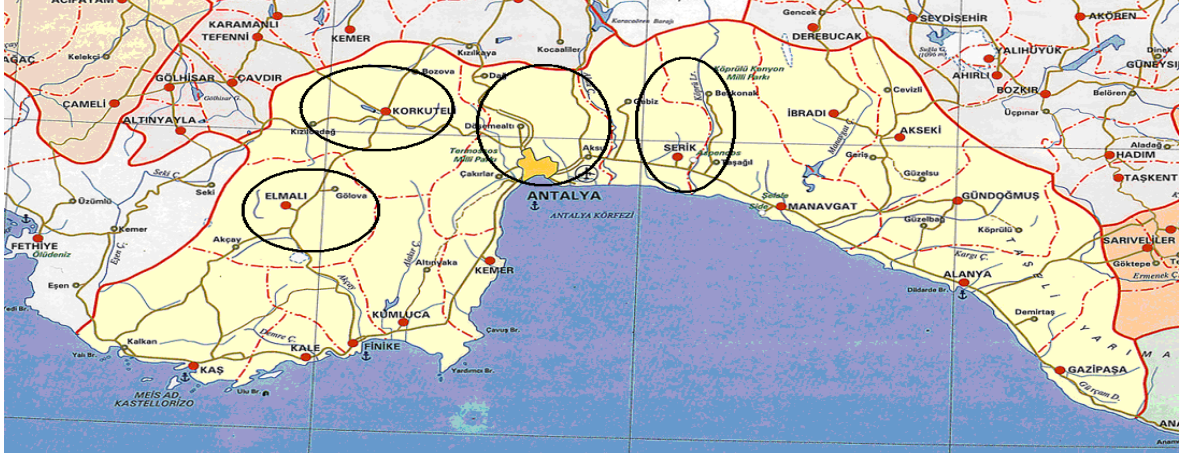
Anket formları, merkezlere ve her iki üretici grubuna yönelik olmak üzere 3 farklı şekilde hazırlanmıştır. İlk aşama olan STM'ne yapılan ankette; merkezin işleyiş yapısı, hammadde temini, kapasite durumları, üreticilerle olan ilişkileri ve sokak sütçülüğü konuları irdelenmiştir. Mevcut sayının çok fazla olmaması nedeniyle *araştırma kapsamına* Antalya ili genelindeki “*STM'nin tamamı*” alınmıştır. Antalya Tarım İl Müdürlüğü kayıtlarına göre ilde toplam STM sayısı 64 adet'tir. Ancak, bu merkezlerin 4 tanesi araştırma döneminde henüz faaliyete başlamamış ve 2 tanesi de diğerleri ile birleşmiş olduğu için toplam 58 adet STM yöneticisi ile görüşülmüştür (Çizelge 5) (Bkz. Ek 2).

Çizelge 5. Antalya ilindeki STM ve bu merkezlerle ilgili bazı tanımlayıcı göstergeler

No	STM adı	İlçe adı	Toplanan süt (kg/gün)	Süt alınan üretici sayısı (hane)	Tahmini üretici sayısı (hane)	Bölge sütünü toplama oranı (%)
1	Akyar	Korkuteli	3700	100	100	100
2	Anadolu Süt A.Ş.	Korkuteli	50000	500	500	100
3	Avdan	Korkuteli	2500	80	200	40
4	Avdan	Korkuteli	2500	50	55	90
5	Aygün Mand.	Korkuteli	2000	12	12	100
6	Büyükköy	Korkuteli	3000	75	150	50
7	Büyükköy	Korkuteli	4000	100	100	50
8	Canoğlu A.Ş.	Korkuteli	5000	60	200	30
9	Cemfa A.Ş.	Korkuteli	3500	150	250	60
10	Çaykenarı	Korkuteli	3000	60	60	100
11	Çomaklı	Korkuteli	3000	60	60	100
12	Dereköy	Korkuteli	3000	23	23	100
13	Garipçe	Korkuteli	1000	45	45	100
14	Gümüşlü	Korkuteli	2300	110	145	75
15	Karakaşoğlu süt işlet.	Korkuteli	7500	100	100	100
16	Kırkpınar	Korkuteli	1000	45	55	80
17	Korkuteli	Korkuteli	1000	30	85	35
18	Kozağacı	Korkuteli	3500	140	140	100
19	Osmankalfalar	Korkuteli	2400	40	40	100
20	Sülekler	Korkuteli	2400	60	120	50
21	Taşkesiği	Korkuteli	3000	100	100	100
22	Ulucak	Korkuteli	750	25	40	60
23	Yakaköy	Korkuteli	2600	95	100	100
24	Yazırköyü	Korkuteli	7000	200	200	100
25	Yelten	Korkuteli	7000	200	250	80
26	Yelten	Korkuteli	2000	50	100	50
27	Yeşilyayla	Korkuteli	4000	200	200	100
28	Bozhöyük	Elmalı	1200	40	80	50
29	Çalpınar	Elmalı	3000	50	60	90
30	Çobanisa	Elmalı	1000	30	30	100
31	Çukurelma	Elmalı	1200	30	60	50
32	Çukurelma	Elmalı	850	25	50	50
33	Elmalı	Elmalı	800	30	30	100
34	Elmiskoop	Elmalı	40000	100	200	50
35	Eymir	Elmalı	1000	30	45	70
36	Karamık	Elmalı	2800	50	50	100
37	Karaveliler	Elmalı	3000	70	70	100
38	Kışlaköy	Elmalı	3000	100	100	80
39	Mamatlar	Elmalı	15000	80	100	80
40	Mursal	Elmalı	2000	45	50	90
41	Özdemir	Elmalı	2000	20	20	100
42	Tavullar	Elmalı	1200	26	26	100
43	Yuva	Elmalı	5000	100	200	50
44	Dereli	Merkez	2000	100	200	50
45	Akdeniz Süt A.Ş.	Merkez	15000	50	50	100
46	Aşağıoba	Merkez	4000	100	111	90
47	Ekşili	Merkez	4000	135	135	100
48	Karaöz	Merkez	4000	100	160	60
49	Karataş	Merkez	4000	40	40	100
50	Kızıllı	Merkez	4000	100	125	80
51	Kirazoğlu A.Ş.	Merkez	17000	200	200	100
52	Kovanlık	Merkez	5000	135	135	100
53	Sema Süt A.Ş.	Merkez	10000	65	160	40
54	Şafak Süt A.Ş.	Merkez	8500	50	166	30
55	Akbaş	Serik	4000	150	150	100
56	Aşağıoba	Serik	5500	100	100	100
57	Aşağıoba	Serik	4000	40	65	60
58	Çandır	Serik	4000	150	150	100
Toplam			310.700	5.051	6.548	77

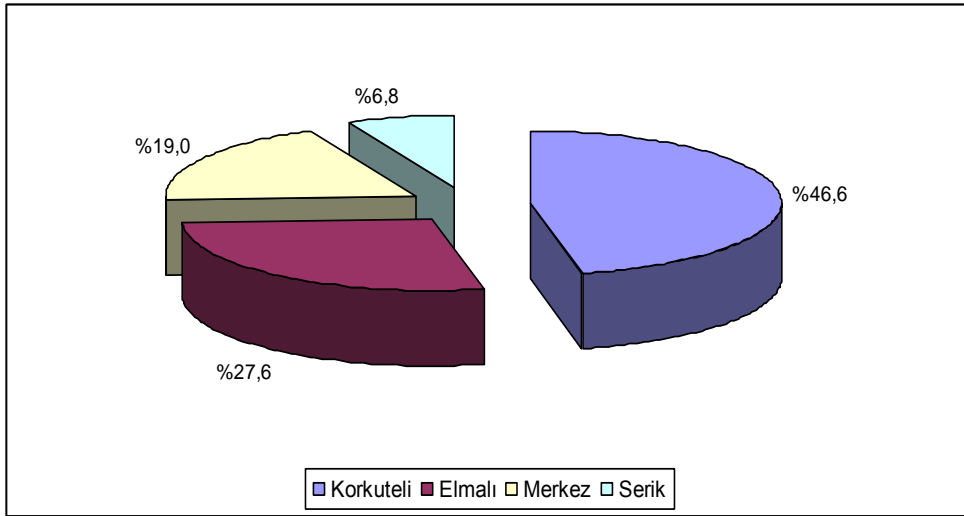
Bunun yanında, konunun üretici yönünden de incelenebilmesi için, “belirtilen merkezlere süt veren ve vermeyen üreticiler” de araştırma kapsamına dâhil edilmiştir. Böylece araştırmanın yürütüleceği “alan” olarak Antalya ili ve “hedef kitle” olarak ise; STM ve bunlara (STM’ne) süt veren üreticiler ile merkez yerine seyyar sütçülüğü (sokak sütçülüğünü) tercih eden süt üreticileri belirlenmiştir (Şekil 9) (Bkz.Ek 3 ve Ek 4).

Şekil 9. Antalya ili haritası ve araştırma bölgelerinin genel görünüşü



Kaynak: Anonim, 2007b.

Şekil 10. Antalya ilinde bulunan STM sayısının ilçelere göre oransal dağılımı (%)



Alan araştırmalarında *örnek hacminin* genellikle 60 denek ve üzerinde belirlenmesi yeterli görülmektedir (Çiçek ve Erkan, 1996). Araştırmanın ilk aşaması olan “STM’ne yönelik alan araştırmasından edinilen” bulgularına göre, Antalya ilindeki tüm STM’ne süt veren toplam kayıtlı üretici sayısı 5.051 hane ve STM’nin bulunduğu yerleşim yerlerindeki toplam tahmini üretici sayısı ise 6.548 hane’dir. Bu verilere göre STM, buldukları bölgelerdeki tüm süt üreticilerin %77,11’inin sütünü toplamaktadır. STM’ne süt veren üreticilerin büyük bölümü Korkuteli, Merkez ve Elmalı ilçelerinde yer aldığı için (Şekil 10) araştırmanın 2. aşaması olan “STM’ne süt veren üreticilere yönelik anket görüşmeleri”, belirtilen bölgelerde yer alan toplam 82 adet üretici ile gerçekleştirilmiştir (Çizelge 6).

Çizelge 6. STM'ne süt veren üreticilerin ilçelere ve köylere göre dağılımı

No	Köy	İlçe	Frekans	Pay (%)
1	Büyükköy	Korkuteli	9	11,0
2	Çomaklı	Korkuteli	8	9,8
3	Bozova	Korkuteli	8	9,8
4	Küçükköy	Korkuteli	5	6,1
5	Dereköy	Korkuteli	5	6,1
6	Yazır	Korkuteli	5	6,1
7	Sülekler	Korkuteli	3	3,7
8	Akyar	Korkuteli	4	4,9
9	Çaykenarı	Korkuteli	1	1,2
10	Kışlaköy	Elmalı	11	13,4
11	Çukurelma	Elmalı	4	4,9
12	Gölova	Elmalı	2	2,4
13	Çaybaşı	Elmalı	1	1,2
14	Hacımusalar	Elmalı	1	1,2
15	Elmalı merkez	Elmalı	1	1,2
16	İmircik	Elmalı	1	1,2
17	Beyler	Elmalı	1	1,2
18	Kovanlık	Merkez	6	7,3
19	Aşağıoba	Merkez	4	4,9
20	Karataş	Merkez	2	2,4
Toplam			82	100,0

Seyyar sütçülülere süt veren üreticilere veya diğer özel şahıslara yönelik *kayıtlı ve güvenilir istatistikî veri bulunmaması* ayrıca 1. ve 2. aşama alan araştırmalarından elde edilen bilgilere göre *seyyar sütçülerin; büyük çoğunlukla Merkez ve bağlı köylerde bulunmasından veya buralardaki üreticilerle diğer yerlere oranla çok daha yoğun ilişkide bulunduğunun anlaşılmasından hareketle* zorunlu olarak Merkez ve bağlı köyler 3. araştırma kapsamına alınmıştır. Yine aynı şekilde, STM'ne süt vermeyen üreticileri (popülasyonu) temsil edecek örnek hacminin belirlenmesinde, STM'ne süt veren ve vermeyen üreticilerin farklı yerleşim bölgelerinde olması ve özellikle şehir merkezine yakın olmaları nedeniyle aynı sayıda yapılamamıştır. Ayrıca, süt ile ilgili herhangi bir kooperatife veya derneğe kayıtlı olmayıp seyyar sütçülük yapan kişilerin bir kısmı anket görüşmesini kabul etmemiştir (Çizelge 7).

Çizelge 7. STM'ne süt vermeyen üreticilerin ilçelere ve köylere göre dağılımı

No	İlçe	Köy	Frekans	Pay (%)
1	Merkez	Nebiler	22	29,7
2	Merkez	Ekşili	15	20,3
3	Merkez	Varsak	7	9,5
4	Merkez	Ilıcaköy	5	6,8
5	Merkez	Çakırlar	4	5,4
6	Merkez	Hurma	4	5,4
7	Merkez	Camili	4	5,4
8	Merkez	Gaziler	4	5,4
9	Merkez	Fettahlı	3	4,1
10	Merkez	İhsaniye	2	2,7
11	Serik	Y. Kocayatak	4	5,4
Toplam			74	100,0

Belirtilen nedenlerle araştırmanın seyyar sütçülülere süt veren üreticilere yönelik olan 3. aşaması; en fazla seyyar sütçülük faaliyetinin olduğu bilgisine ulaşılan Merkez ilçeye bağlı 10 köyden ve ayrıca Serik ilçesine bağlı 1 köyden olmak üzere, “*seyyar sütçülük yapanlara süt veren*” veya “*seyyar sütçülük de yapan*” üreticilerden ulaşılabilen ve tesadüfen belirlenen toplam 74 adeti ile yüz yüze görüşmeye dayalı anket çalışması ile tamamlanmıştır. Dolayısıyla araştırmanın 2. aşamasında görüşme

yapılmış olan toplam 82 adet üretici sayısının bu aşamada da aynı sayıda olmasına büyük özen gösterilmiş olmasına karşın belirtilen korkulara bağlı olarak anket görüşmesine olumlu cevap veren üretici bulmak konusunda büyük güçlükler yaşanması nedeniyle ancak 74 adet üretici ile görüşme olanağı bulunabilmiştir. Bunun %94,6'sı Merkez ilçede (70 adet) ve %5,4'ü (4 adet) ise Serik ilçesinde yer almaktadır (Çizelge 7).

3.2. Yöntem

Araştırmanın ikinci ve üçüncü aşamasını oluşturan alan araştırması bölümlerinde üreticiler ile yapılan anket sonuçları, *üreticilerin sosyo-ekonomik özelliklerini yansıtan değişkenlerin süt toplama merkezlerine süt verme durumunu etkileyip etkilemediğini*, sınırlı bağımlı değişkenli bir model olan *Logit Modeli* kullanılarak değerlendirilmiştir.

Logistik model, Herath ve Takeya (2003), Thangataa ve Alavalapatib (2003), Sheikh ve ark.(2003) ve Gockowski ve Ndoumbé (2004) gibi birçok araştırmacı tarafından tarımsal araştırmalarda kullanılmıştır. Logistik regresyon modelinin; bireysel gözlemlere dayalı analizlerle grup verilerine dayalı analizler arasındaki farkı yansıtmakta uygun bir yöntem olduğu (İşyar, 1999), diğer kategorili değişken tahmin tekniklerinden daha fazla tercih edildiği (Maddala, 1983) ve açıklayıcı değişkenlerin nitel bağımlı değişkenler üzerindeki etkilerinin önemini ifade edilmektedir. Logistik model, tahmin edilen parametrelerin asimtotik normalite ve çok fazla örnekte uyum özellikleri gösterdiği için maksimum olabilirlik tahmini kullanılarak tahmin edilmektedir (Greene 2000; Karaman ve Yılmaz, 2007).

$$\text{Logistik model; } P_i = F(Z_k) = F(\alpha + \beta X_{ij}) = 1/[1 + \exp(-Z_i)] .$$

Modelde;

(Z_i) = Z_i indeksinin temelini oluşturan her bir olası değer ile ilgili kümülatif logistik fonksiyonun değerini gösterir,

P_i = Üreticilerin STM'ne süt verip vermeme olasılığı (0–1 arasında değerler almaktadır),

Z_i = indeks sayısı ya da βX_{ij} ve

α = sabit sayı,

βX_{ij} = açıklayıcı değişkenlerin doğrusal birleşimidir.

Veri analizi amacıyla, STM'ne süt veren üreticiler ile STM'ne süt vermeyen üreticilere yönelik gerçekleştirilmiş olan 2 ayrı anket formlarındaki ortak sorular birleştirilerek yeni bir veri tabanı hazırlanmıştır. Buna göre, bölgede süt toplama merkezlerini tercih eden üreticiler 1, seçmeyenler (sokak sütçülerini tercih edenler) ise 0 olarak kabul edilmiştir. Üreticilerin süt toplama merkezlerini seçimini etkileyen sosyo-ekonomik faktörler açıklayıcı değişken olarak modele dâhil edilmiştir. Model ile amaçlananlar, çalışmanın bulgular ve tartışma kısmında ayrıntılı olarak verilmiştir.

Böylece,

$$Z_i = \log[P_i/(1 - P_i)] = \beta_0 + \beta_1 X_{i1} + \beta_2 X_{i2} + \dots + \beta_n X_{in} + \varepsilon$$

$i = 1, 2, \dots, n$ (gözlemler),

$j = 1, 2, \dots, n$ (bağımsız değişkenler),

Z_i = gözlenilmeyen indeks düzeyi ya da i 'nci gözlemin tercihinin log-bahis oranı (log dds) ($-\infty$ ' dan $+\infty$ 'a değişmektedir),

X_{ij} = i 'nci gözlemin j 'nci açıklayıcı değişkeni,

β = tahmin edilen katsayı,

ε = stokastik hata terimi.

Denklemdaki bağımlı değişken Z_i , yapılan özel bir tercihin bahis oranlarının (odds'ların) logaritmasıdır. Parametre tahminleri, bağımsız değişkenlerin etkisini doğrudan vermemektedir. $Y=1$ olduğunda sürekli değişkenlerin (P_i) olasılığındaki değişmeler $(\partial P_i / \partial X_{ij}) = [\beta_j \exp(-\beta X_{ij})] / [1 + \exp(-\beta X_{ij})]^2$. Ancak, açıklayıcı değişkenlerin kalitatif olması durumunda $(\partial P_i / \partial X_{ij})$ sürekli olarak değişmez. Bu durumda olasılıktaki değişmeler, X_{ij} 'nin alternatif değerlerindeki P_i değerlendirilerek elde edilmek zorundadır. $(\partial P_i / \partial X_{ij}) = [P(Y_i | X_{ij} = 1) - P_i(Y_i | X_{ij} = 0)] / [1 - 0]$. Açıklayıcı değişkenlerin tahmin edilen katsayılarının doğal logaritma tabanına göre antilogaritması alınarak odds oranı hesaplanır. Odds oranı, $X=1$ için hesaplanan odds değerininin $X=0$ için hesaplanan odds değerine oranı şeklindedir $Odds.oranı = e^{\hat{\beta}_i}$ (Karaman ve Yılmaz, 2007).

Araştırmada diğer verilerin değerlendirilmesinde, şekil çizimlerinde, çizelge ve karşılaştırmalı yorumlarda, oransal değişim ve çapraz tablo yapma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Anket çalışmasında edinilen bilgilerin değerlendirilmesinde "SPSS 10.0 for Windows" paket programı kullanılmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

4.1. Süt Toplama Merkezlerine Yönelik Bulgular

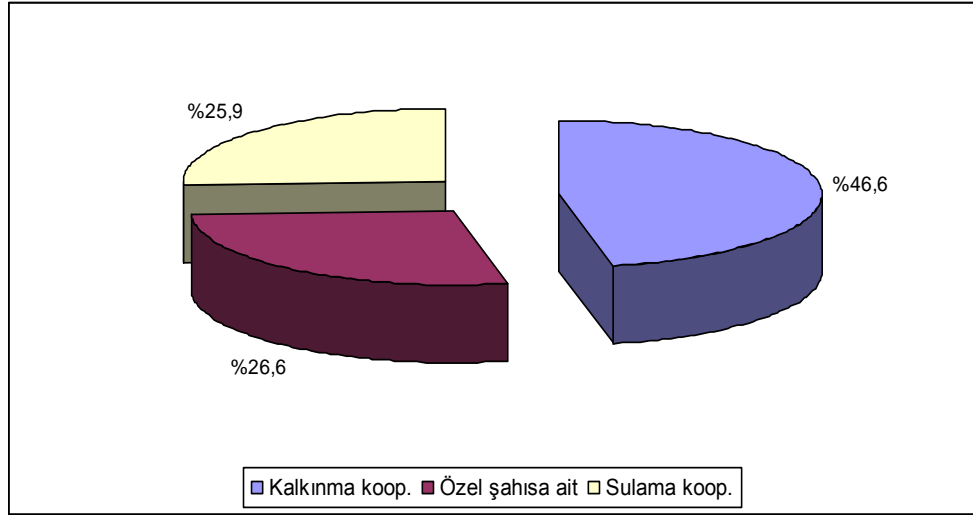
Antalya Tarım İl Müdürlüğü kayıtlarına göre Antalya il sınırları içerisindeki toplam STM sayısı 64 adet'tir. Ancak, bu merkezlerin 4 tanesi araştırma döneminde henüz faaliyete başlamamış ve 2 tanesi de diğer STM ile birleşmiş olduğu için toplam 58 adet STM yöneticisi ile görüşülmüştür. Antalya ilinde faal olarak süt alımı yapan STM'nin toplam sayısı 58 adet olup bunlar Korkuteli, Elmalı, Merkez, Serik ilçeleri ve köylerinde bulunmaktadır. En fazla STM bulunduran ilçe Korkuteli (%46,6)'dir (Şekil 10). STM'nin tamamını kapsayan alan araştırmasından elde edilen ve STM'ni bazı özellikler bakımından tanımlamaya yardımcı olan temel bulgular aşağıda verilmiştir.

4.1.1. STM Hakkında Genel Bilgiler

4.1.1.1. STM Çeşitleri

Antalya ilinde faaliyet gösteren STM'nin yaklaşık %72,4'ü köylerde bulunan *kooperatifler* tarafından idare edilmektedir. Diğer STM ise *özel şahıslar* (%26,6) tarafından işletilmektedir (Şekil 11).

Şekil 11. Toplam STM'nin tiplerine göre dağılımı



Kooperatifler de *tarımsal kalkınma* (%46,6) ve *sulama kooperatifi* (%25,9) şeklinde iki gruptur. Büyük çoğunlukla her yerleşim yerinde bunlardan sadece birisi bulunmaktadır. Ancak bazı köylerde her iki kooperatif de bulunmakta olup her ikisinin de süt alımı yaptığına rastlamak mümkündür. Faaliyet alanı itibariyle genelde tarımda sulama suyunun ekonomik kullanımı amacını taşıyan sulama kooperatiflerinin süt alımı yapmasının temel nedenleri arasında; köydeki tek kooperatif olma veya köy içi anlaşmazlıklar nedeniyle bazı üreticilerin mevcut diğer kalkınma kooperatifine süt vermeme istekleri yer almaktadır.

Özel şahıslara ait STM ise büyük çoğunlukla bir *mandıra* veya *fabrikanın temsilcisi* ya da sadece *kendi adına ticari amaçla süt toplayıp* bunu mandıra veya fabrikalara pazarlayanlardır.

4.1.1.2. Merkeze Ait Sabit Varlıklar

STM'nin önemli bir bölümünün (%56,9) kendisine ait *sabit bir merkez binası* bulunmamaktadır. Merkeze ait irtibat noktası olarak *köy kahvesi*, *muhtar odası*, *köy odası* gibi mekânlar kullanılmakta ve merkez tabelası buralara asılmaktadır. Diğer yandan mevcut STM'nin %43,3'ünün ise sabit bir merkez binası olup ayrıca bunun yanında bunlardan bir kısmının da depo, lojman, dinlenme alanı, banyo gibi çeşitli sosyal alanları bulunmaktadır.

4.1.1.3. Kurulu Süt Toplama Tankı Varlığı ve Kapasite Durumu

Araştırma kapsamındaki STM'nin ancak %62,1'inin *kurulu (sabit) süt tankı* bulunmaktadır. Diğer merkezler (%37,9) ise sabit tank yerine *gezici konumda olan süt toplama araçlarının tanklarını* kullanmaktadır.

Kooperatiflere ait merkezlerin kurulu süt tankı kapasiteleri 1–12 ton arasında değişmekte olup ortalama kurulu kapasite 4,7 ton'dur. Buna karşın *özel şahıslara ait* merkezlerin kurulu kapasiteleri daha yüksek olup bazılarının kapasiteleri 40–70 ton'a kadar ulaşabilmektedir. Yüksek kapasiteye sahip olanların bir kısmı mandıralara bir kısmı da fabrikalara aittir.

Araştırma alanındaki STM'nin tamamının kurulu süt tankı toplam kapasitesi 386 bin ton ve toplanan toplam süt miktarı ise yaklaşık 311 bin ton'dur. Mevcut toplamın *KKO'nu %80,5'dir*. Kooperatiflere ait kurulu kapasite payı %59,6 iken özel şahıslara ait kurulu kapasite payı %40,4 olarak belirlenmiştir.

STM'nin %81'ine göre mevcut kurulu süt tankı kapasitesi bu aşamada bölgenin ihtiyacını karşılar düzeydedir. Nitekim mevcut KKO bulgusu da bunu doğrular niteliktedir. Öte yandan %19 oranındaki bir grup ise mevcut kapasitenin artırılması gerektiği kanısına sahiptir. Bu nedenle bunların da önemli bir bölümü (%63,6) kurulu kapasite artırımını planlamaktadır.

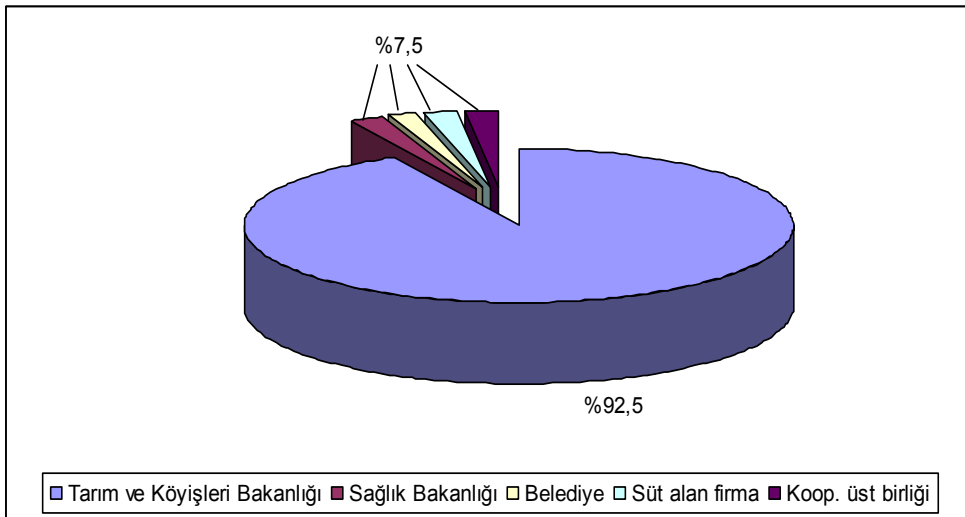
4.1.1.4. Süt Toplama Aracı Varlığı

Araştırma bulgularına göre, bölgedeki mevcut STM'nin %69,6'sı, süt toplama işlemini gerçekleştirmek için kendi mülkiyetinde bir adet süt toplama aracına sahiptir. Aracı olmayan STM ise araç kiralama veya diğer merkezlerin araçlarını kullanma gibi seçeneklere başvurmuştur. Araçlardaki süt toplama tankının ortalama süt alım kapasitesi 2,46 ton'dur.

4.1.1.5. STM Denetim Durumu

Bulgulara göre, son bir yıl içerisinde STM'nin %94,8'i çeşitli kurum ve kuruluşlarca denetlenmiş olmasına karşın %5,2'si herhangi bir kurum tarafından denetleme kapsamlı bir ziyaretle karşılaşmamıştır.

Şekil 12. STM'ni denetleyen kurum ve kuruluşlar



Denetlemesi yapılan STM'nin önemli bir bölümü (%92,5) ise TKB'nın il veya ilçelerdeki teknik elemanları tarafından denetlenmiştir. TKB dışında denetleme yapan kurumlar; Sağlık Bakanlığı, belediyeler, süt toplama merkezinden süt alan özel firmalar ve üreticilerin üye olduğu üst birlikleridir. Ancak bu kurumlarca denetlenmiş olan STM'nin toplam denetlenen merkezler içerisindeki payı oldukça düşük olup bu oran %7,5'tir (Şekil 12). Denetlenen merkezlerin %69,8'i ayda bir kez denetlenmiştir. Diğerlerinin *denetim sıklıkları* ise; 1–2 haftada bir (%9,5) ve iki aydan daha fazla sürede (%20,7) denetlenme şeklindedir.

4.1.1.6. Merkez Personeli Sayısı ve Özellikleri

Merkezler, kurulu süt tankı kapasitesi büyüklüğüne göre uygun sayıda eleman *istihdam* etmektedirler. Genelde sabit (kurulu) süt tankı olan bir merkezde 3 kişi bulunmaktadır. Bunlar; süt toplama *aracının şoförü*, *süt toplayıcısı* ve *merkezdeki süt tankı sorumlusu* şeklinde görev almaktadırlar. Ancak kurulu süt tankı olmayan merkezlerde ise çoğunlukla bir kişi (aynı zamanda kooperatif başkanı da olabilen) bütün işleri yapabilmektedir. Bütün merkezler dikkate alındığında ise bir merkezde *ortalama 1,7 kişinin* istihdam edildiği sonucuna ulaşılmaktadır. İstihdam edilen bu kişilerin tamamına yakınının sütte hijyenik koşulları sağlamaya dönük herhangi bir hizmet içi eğitimleri bulunmamaktadır. Sadece STM yöneticilerinden veya merkezdeki diğer personelden bilgi alınmakta ve onların yönlendirmeleri doğrultusunda gerekenler yapılmaktadır. Bu yaklaşımlar merkez personeli tarafından bir anlamda *hizmet içi eğitim* olarak değerlendirilmektedir.

4.1.2. Hammadde Temini

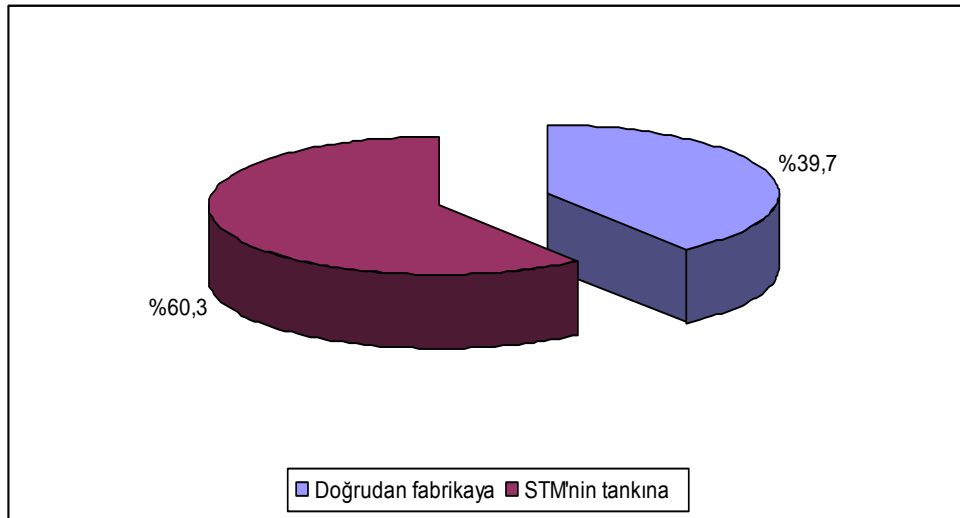
4.1.2.1. Sütün Toplanma Zamanı ve Toplama Sonrasında Ulaştırıldığı Birimler

STM dini bayramların ilk birkaç günü hariç yıl boyunca *sabah ve akşam* olmak üzere gün içerisinde iki defa üreticilerden süt toplamaktadır. Ancak kurulu süt tankı olmayan bazı merkezler ise toplama işini sadece sabah olmak üzere *günde bir defa* yapmaktadır.

Araştırmaya göre, bir merkez ortalama olarak sabah seferinde 3,8 ton ve akşam seferinde ise genelde 1,6 ton ile sabahki miktarın yarısına yakın miktarda süt toplamaktadır.

Üreticiden toplanan sütün tamamı aynı yerde depolanmayıp toplama sonrasında merkezin bağlı olduğu yere göre çeşitli toplama birimlerine gönderilmektedir. Araştırmaya göre, STM'nin %39,7'si toplanan sütü işlemek amacıyla doğrudan fabrikalara gönderilirken, %60,3'ü merkezin kurulu tankında depolandıktan sonra fabrikaya veya mandıraya göndermektedir (Şekil 13).

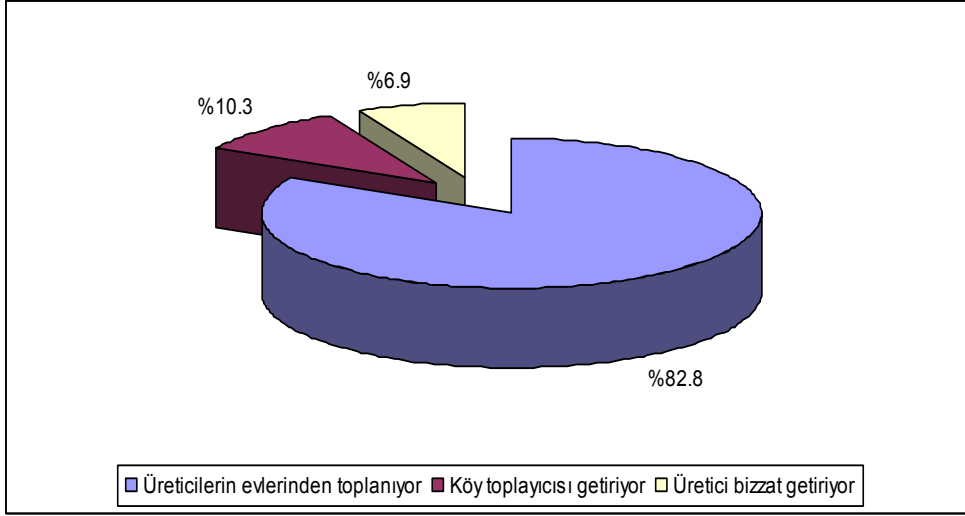
Şekil 13. Toplanan sütün ulaştırıldığı birimler ve payları (%)



4.1.2.2. STM'nin Süt Toplama Yöntemleri

STM'nin %82,8'i bizzat üreticilerin evinden süt almaktadır. Diğer merkezlerin %10,3'üne köy toplayıcısı süt getirirken, %6,9'una doğrudan üreticinin kendisi sütünü getirmektedir (Şekil 14). Doğrudan üreticilerin sütlerini kendilerinin getirdiği yerler, Antalya Tarım İl Müdürlüğü tarafından sağlanan desteklerle kurulan tankların bulunduğu merkezlerdir.

Şekil 14. Sağılan sütün merkeze geliş şekline göre STM'nin dağılımı (%)



4.1.2.3. STM'ne Kayıtlı (Süt Toplanan) Üretici Sayısı

Bölgede meyvecilik ve sebzeçilik faaliyeti üreticilerin ana geçim kaynağıdır. Ancak küçük ölçekli de olsa süt hayvancılığı yapılmaktadır. Antalya ili sınırları içinde farklı yerleşim birimlerine göre STM'ne kayıtlı üretici sayısı da değişmektedir. Örneğin, kıyı kesimlere yaklaşıldıkça hayvancılık faaliyeti azalmasına karşın iç kesimlerde daha yoğun bir hayvancılık yapılmaktadır. Mevcut duruma göre, araştırma bölgesindeki STM'ne kayıtlı üretici sayısı en az 1 ve en çok 1500 kişi arasında değişmekte olup *ortalama kayıtlı üretici sayısı 105'dir.*

4.1.2.4. Sütün, Üreticiden Toplanıp Merkeze Ulaştırılma Süresi

STM görevlisi, normal koşullarda sütü üreticiden aldıktan *1-2 saat* içerisinde sütü toplayıp soğutma sistemi bulunan merkez tanklarına getirebilmektedir. Bunda toplanan süt miktarının ve toplama personelinin 1 veya 2 kişi olmasının etkisi bulunmaktadır. Bu nedenler bazı merkezler, biri şoför ve diğeri toplayıcı olmak üzere 2 kişi ile toplama işini tamamlarken bazıları sadece bir kişi ile yetinebilmektedir.

Bu durumda, genellikle sabah saat 6:00 ve akşam saat 17:00'da başlayan süt toplama işi en geç iki saat içerisinde tamamlanıp STM'ne, fabrikaya veya mandıraya sabah saat 8:00 akşam ise 19:00 gibi ulaştırılmaktadır.

4.1.2.5. Toplama Sırasında Süt Kontrolü ve Yöntemleri

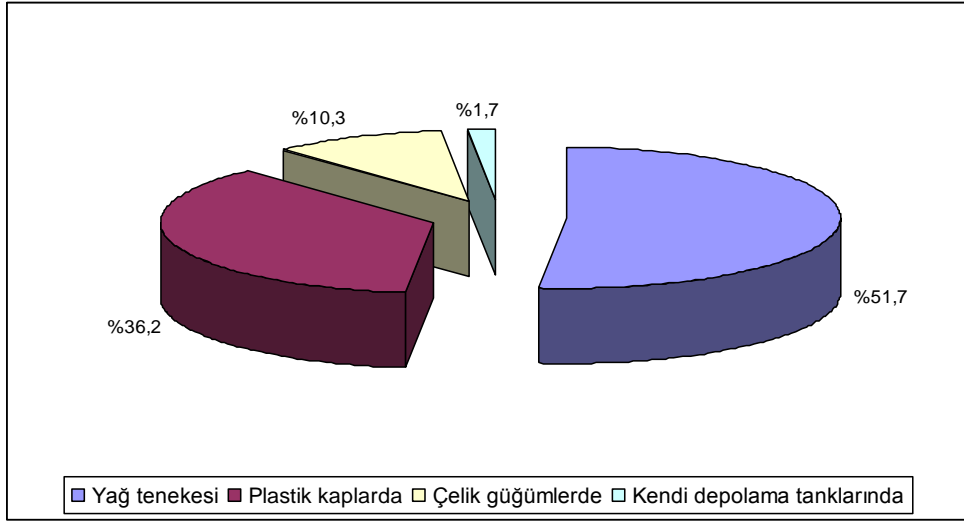
STM, toplama esnasında toplayıcı kişi tarafından öncelikle sütü kontrole tabi tutmaktadır. Nitekim araştırma bölgesindeki STM'nin %86,2'si, her süt toplanmasında kontrolün mutlaka yapıldığını belirtmiştir. Diğerleri ise çok sık olarak değil ama ihtiyaç duyulduğunda veya verilen süttten şüphelenildiği takdirde kontrol yoluna gittiklerini ifade etmiştir.

Kontrol kapsamında; merkez görevlilerinin en çok dikkat ettiği konulardan birisi üreticiden alınan su katılmış sütün, toplanan bütün sütün kalitesini etkilemesi veya bozması olasılığıdır. Bu nedenle merkez görevlilerince süte su katılıp katılmadığını kontrol etmek için *dürbün kullanımına* ve sütün kesik olup olmadığını kontrol için de *süt tabancası* kullanımına başvurulmaktadır.

4.1.2.6. Üreticilerin Süt Muhafaza Kabı Tercihleri

Üreticiler arasında sağım makinesi kullanımı sınırlıdır. Sağım işlemi genellikle elle yapılmaktadır. Öte yandan STM görüşüne göre; üreticilerin büyük çoğunluğu, sağım yapılan sütü, STM görevlisi toplamaya gelinceye kadar eski yağ tenekelerinde (%51,7) veya plastik kaplarda (%36,2) bekletmektedirler. Çelik güğümü tercih eden üreticilerin oranı %10,3, kendi depolama tankı bulunan üreticilerin oranı ise %1,7'dir (Şekil 15).

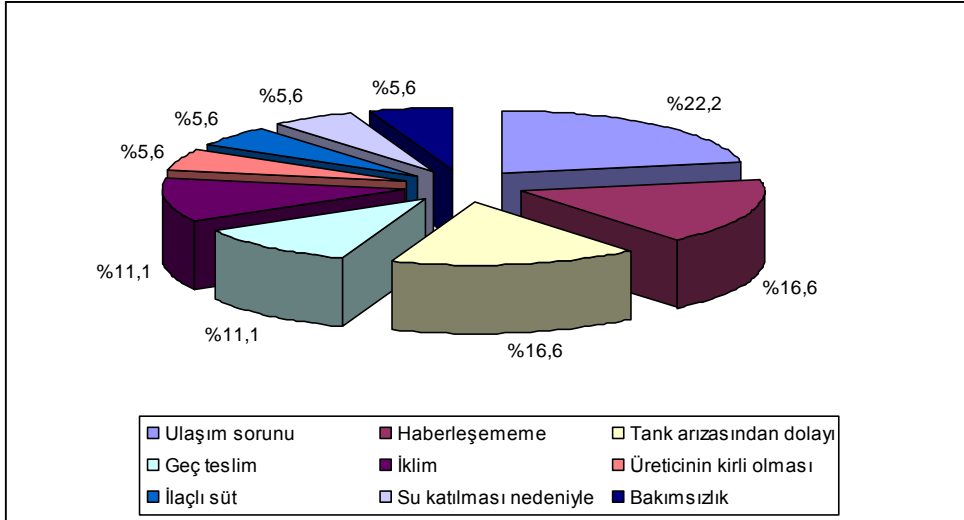
Şekil 15. Süt muhafaza kabı tercihlerine göre üreticilerin oransal dağılımı (%)



4.1.2.7. Üreticiden Süt Alımında Karşılaşılan Sorunlar ve Bozulma Vakaları

STM'ne göre, üreticilerden süt alırken çok önemli ve süregelen bir sorunla karşılaşmamaktadır. Ancak çok az düzeyde de olsa *süt kalitesi kapsamlı sorunlar* yaşanabilmektedir. Bunlar, süte su katılması nedeniyle su oranının artması veya sütün yağının çekilmesi gibi münferit olaylardır. Örneğin Elmalı ilçesinde, üreticilerin tamamı sütün yağını almakta ve kurulan ilçe pazarında bu yağlar satılmaktadır. Bu durum gerek merkez yönetimi gerekse toplayıcılar tarafından bilinmektedir. Öte yandan bu bölgedeki üreticilere de düşük yağ oranı nedeniyle diğerlerine oranla daha düşük bir süt alım fiyatı uygulanmaktadır.

Şekil 16. STM'ne göre, karşılaşılan süt bozulması vakalarının nedenleri



Merkezler aracılığıyla toplanan çiğ sütün merkeze veya işleme tesisine ulaştırılıncaya kadarki geçen sürede herhangi bir bozulma vakasıyla karşılaşılması istenen bir durumdur. Ancak devamlı olmamakla birlikte STM'nin %29,3'üne göre çeşitli nedenler dolayısıyla ara sıra da olsa bozulma vakalarına rastlanılmaktadır. Sorun yaşandığını belirten STM'nin büyük çoğunluğu (%22,2) en fazla bozulma nedeni olarak ulaşımdan kaynaklanan sorunları göstermektedir. Bunu; merkezlerdeki süt depolama tankları arızaları, çok sıcak devam eden iklim koşulları, bazı nedenlerle merkeze sütü geç teslim etme durumları gibi çeşitli nedenler izlemektedir (Şekil 16). Yukarıda da belirtildiği gibi, belirtilen bozulma nedenleri sürekli olmayıp elde olmayan ve istenmeden ortaya çıkmaktadır. Bu konuya yönelik araştırma bulguları, eğer geçmişte bazı bozulma vakaları görülmüş ise belirtilen

nedenlerden kaynaklanmış olduğunu açıklamak amacıyla burada belirtilmiştir. Buradan, çiğ süt toplayan STM'nin 1/3'üne yakınının sürekli bozulma vakaları ile karşılaşmakta olduğu anlamı çıkarılmamalıdır.

4.1.3. STM ve Üretici İlişkileri

4.1.3.1. Üreticilerle Sözleşme Yapma Durumu ve Kapsamı

STM ile üreticiler arasında *yazılı bir anlaşma* yapılmamaktadır. Merkezlerin genellikle yazılı anlaşmayı kapsayan örnek bir sözleşme modelleri de bulunmamaktadır. Dolayısıyla araştırma bölgesindeki merkezlerin, üreticilerden yazılı sözleşmeye dayalı çiğ süt alımını kapsayan genel bir uygulaması söz konusu değildir. Üreticilerin tamamına yakını merkeze ait olan herhangi bir kooperatife üye olduğu için *sözlü anlaşma* yeterli görülmekte ayrıca yazılı bir sözleşmeye gerek duyulmamaktadır. Ancak öte yandan kooperatif dışında kalan ve özel şahıslara ait olan merkezlerden bazılarının yazılı anlaşma yapma eğiliminde oldukları görülmektedir. Örneğin bunlardan 2 tanesi, üreticilerle yazılı anlaşma kapsamında süt toplama faaliyetlerini sürdürmektedirler.

STM ile üreticiler arasında ister sözlü ister yazılı anlaşma olsun dikkat edilen en önemli kıstas *kalite standartlarının* bozulmamasıdır. Çünkü bir üreticiden alınan olası kalitesiz süt nedeniyle, süt tankına aktarım sonrasında merkeze ait sütün tamamının kalitesi olumsuz etkileneceğinden, STM, sütün kalite özelliği üzerinde önemle durulmaktadır. Nitekim araştırma bulgularına göre de, STM'nin %93,2'si üreticilerden süt alımında kalite özelliğinin çok önemli olduğunu belirtmektedir. Diğer yandan, anlaşma kapsamında *toplanan süt miktarının ve üreticinin kooperatif üyesi olup olmama durumunun* önemli olduğunu belirten STM'nin oranları ise sırasıyla %5,1 ve %1,7'dir (Çizelge 8).

Çizelge 8. STM ve üretici anlaşması kapsamındaki kıstaslar

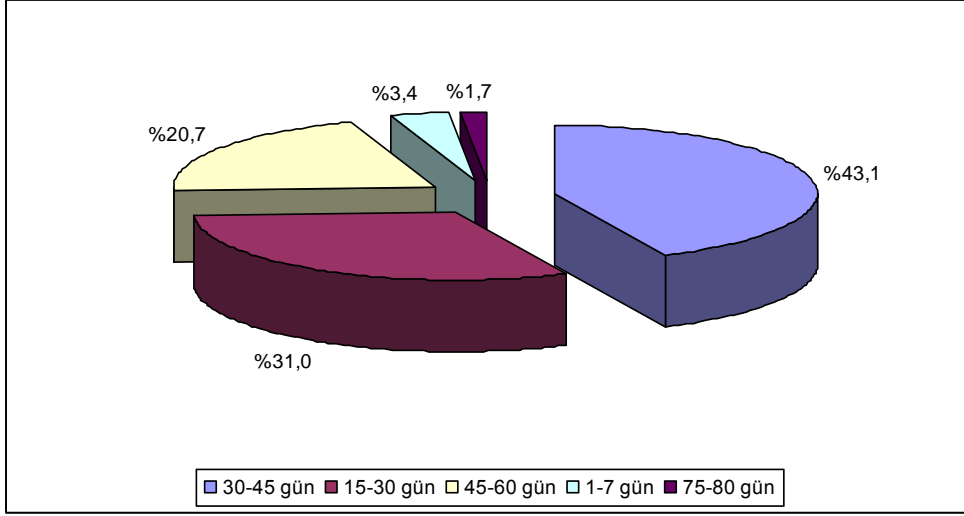
	STM sayısı	Pay (%)
Kalite	54	93,2
Miktar	3	5,1
Üyelik durumu	1	1,7
Toplam	58	100,0

STM ile yazılı veya sözlü anlaşma yapılmış da olsa karşılıklı olarak *anlaşmanın bozulması* durumlarıyla karşılaşılabilir. Araştırma sonuçlarına göre, çok az sayıda da olsa anlaşma kapsamına uyulmaması nedeniyle STM'nin üreticiden süt alımından vazgeçtiği durumlar yaşanmıştır. Buna karşın üreticilerin tek taraflı olarak anlaşmayı bozup merkeze süt vermeme durumuyla daha sık karşılaşmıştır. Örneğin STM'nin %25,9'u bir defa da olsa bazı dönemlerde üretici kaynaklı anlaşmayı bozma olayı ile karşılaşmıştır. Bu durumla karşılaşan STM'nin %66,7'sine göre, anlaşmayı bozan üreticilerin büyük çoğunluğu süt fiyatını yetersiz bulmuş, %33,3'üne göre ise hijyen koşullarındaki aşırı ısrarlar gerekçe gösterilmiştir.

4.1.3.2. Üreticilere Süt Bedeli Ödeme Dönemleri

STM, ister kendi tesislerinde işlesin veya isterse bir başka işleme tesisine satış yapsın üreticilere peşin olarak değil vadeli olarak süt bedeli ödemektedirler. Zaten süt işleme tesislerine yapılan satışların bedeli de vadeli olarak STM'ne ödenmektedir. Ancak üreticilere ödeme yapılan vadeler de tüm STM için aynı olmayıp satış yapılan işleme tesislerine göre farklı olmakla birlikte araştırma verilerine göre *ortalama vade süresi 30–45 gün* arasında değişmektedir. Nitekim STM'nin %43,1'i 30–45 gün, %31'i 15–30 gün arasında üreticilere süt bedelini ödemektedir (Şekil 17).

Şekil 17. Üreticilere süt bedeli ödeme dönemleri



4.1.3.3. Üreticilere STM Ayni Yardımları

STM, süt bedelini ödeme yanında ayrıca alım yaptıkları üreticilere bir takım ayni yardımlar da yapmaktadırlar. Bu yardımlar, hayvan besleme ve diğer süt hayvancılığında değişen masraflarını karşılama konusunda maddi sıkıntı çeken küçük üreticiler için büyük önem taşımaktadır. Çünkü araştırma bölgesindeki süt hayvancılığı yapan işletmelerin büyük çoğunluğu küçük aile tipi işletme yapısındadır. Ayni yardımlar, süt işleme tesisleri için önem taşıyan “yıl boyunca yeterli miktarda süt bulabilme” çabalarına önemli katkılar sağlamaktadır. Çünkü böylece süt üreticilerinin üretime devam etme istekliliği de desteklenmiş olmaktadır.

Ayni ödeme olarak genelde *süt yemi, silaj ve hayvan sağlığı ilacı* gibi girdiler verilmekte ve bunların bedeli ise daha sonra ödeme döneminde üretici süt bedelinden düşülmektedir. Araştırma bölgesinde bu şekilde ayni yardım yapan *STM oranı %75,9* olup bunların da *%88,6’sı* sadece süt yemi, *%11,4’ü* yem ve ilaç desteği sağlamaktadır.

4.1.3.4. Süt Fiyatı Oluşumu (Üretici, Satım ve İşleme Tesisi Rolü)

Süt fiyatı oluşumu ve üreticilerden satın alınan (üreticiye ödenen) *süt fiyatı düzeyi*; kooperatife (tarımsal sulama ve tarımsal kalkınma) veya özel şahsa ait (doğrudan mandıra veya fabrika için çalışan) merkez olma durumuna göre çok az da olsa değişiklik gösterebilmektedir.

Örneğin araştırma kapsamında yer alan Elmalı ve Korkuteli ilçelerindeki tarımsal kalkınma kooperatiflerine ait süt toplama merkezlerinin büyük çoğunluğu merkezi Korkuteli ilçesinde bulunan “*Türkiye Hayvancılık Kooperatifleri Merkez Birliği (HAYKOOP)*” Antalya Şubesi’ne üye olup bu bölgede süt fiyatı oluşumunda HAYKOOP’un büyük rolü bulunmaktadır. Çünkü belirtilen bölgede HAYKOOP kanalıyla her üç ayda bir süt satış ihalesi yapılmaktadır. İhale bir anlamda süt alıcıları (süt işleyen mandıra veya fabrika temsilcileri) ile kooperatif üyesi üreticilerden oluşan iki tarafın karşılıklı pazarlık yapması şeklinde gerçekleştirilmektedir. İhale sürecinde HAYKOOP üreticiler adına bir fiyat belirlemekte ve bunun üzerinde yapılan karşılıklı pazarlıklar ve tartışmalar sonucunda nihai bir fiyat üzerinde anlaşma sağlanmaktadır. Araştırma bölgesinde kooperatiflere ait süt işleme tesisi bulunmadığından kooperatif merkezleri kanalıyla toplanan sütün tamamı özel şahıslara ait süt işleme tesislerine pazarlanmaktadır.

Pazarlık sonucu belirlenen birim satış fiyatı, sadece Elmalı ve Korkuteli ilçelerinde değil aynı zamanda Antalya ili genelinde bulunan özel şahıslara veya kooperatiflere ait tüm diğer süt toplama merkezleri tarafından da dikkate alınmaktadır. Çünkü bölgedeki sütün tamamını zaten HAYKOOP ihalesine katılmış olan ve bölgedeki sayıları bir kaç geçmeyen özel işleme tesisleri almaktadır. Bunlar da kooperatif merkezlerinden alınacak süt fiyatına birlikte karar vererek ihaleye katılmaktadırlar. Yani

işleme tesisleri arasında da merkezlerden süt alım fiyatı konusunda ciddi bir görüş ayrılığı yaşanmamaktadır. HAYKOOP üyesi olsun veya olmasın bölgedeki tüm süt toplama merkezlerinden, kalite farklılıkları ve ulaşım mesafesine dayalı bazı nedenlerden ortaya çıkan çok küçük farklılıklar dışında ihalede belirlenmiş olan fiyat esas alındığından ortalama olarak aynı fiyat düzeyinden süt alımı yapılmaktadır.

Dolayısıyla ihale ile belirlenen fiyat uygulaması ile, bölgede bir anlamda *süt borsası* oluşturulmaktadır. Ayrıca hem üreticiyi hem de alıcıyı serbest piyasa koşullarında bir araya getiren bir *süt piyasası* oluşumuna önemli katkı sağlanmış olmaktadır.

Araştırma bulgularına göre, alan çalışması yapılan dönemde, yağ oranı ve diğer bazı nedenlere göre değişim göstermekle birlikte Antalya genelindeki tüm *STM'nin tarafından üreticilere ödenen ortalama süt alım fiyatı 390 Ykrş/lt'dir*. Bu fiyata, üreticiye destek amacıyla TKB tarafından verilen süt teşvik primi dâhil değildir. Tüm kooperatifler, süt toplama masraflarını karşılamak amacıyla, süt toplama merkezleri kanalıyla yapılan süt satış tutarı üzerinden ortalama olarak *3–4 Ykrş/lt* dolayında bir tutarı "*kooperatif payı*" adı altında kesinti yapmaktadırlar. Araştırma bölgesindeki *tüm merkezlerin işleme tesislerine yapmış oldukları sütün ortalama fiyatı ise 421 Ykrş/lt'dir*. Bu fiyatın, merkezin üreticilere verdiği ortalama fiyattan (390 Ykrş/lt) biraz farklı (31 Ykrş/lt) olması, büyük oranda HAYKOOP ihalesi dışında farklı kaliteler nedeniyle oluşan çeşitli fiyatlardan kaynaklanmaktadır. Çünkü araştırma verilerinden ortalama fiyat belirlenmesine dönük analizde süt kalitesine göre bir ayırım yapılmamıştır. Uygulamada yukarıda da belirtilmiş olan nedenler dolayısıyla aynı kaliteye yakın bütün süt satışları için uygulanan fiyatlar ufak sapmalar dışında aynı düzeyde seyretmektedir. Yani aynı kalitedeki süt için, merkezlerin işleme tesislerine satmış olduğu süt birim fiyatı ile merkezin üreticilere ödemiş olduğu süt birim satış fiyatı arasında önemli farklılıklar yoktur. Sadece üreticiye ödenen tutarlardan, kooperatiflere göre az düzeyde de olsa değişen oranlarda olmak üzere yaklaşık %1 dolayında kesinti yapılmaktadır.

4.1.3.5. STM Tarafından Süt Alımı Yapılan İşletmelerde Hayvan Varlığı

STM'nin süt alımı yaptıkları tarım işletmelerinin büyük çoğunluğu küçük aile tipi işletmeler olup işletme başına düşen *ortalama sağılan hayvan (inek) sayısı 3,8 adet*'tir. Sahip olunan büyükbaş hayvan sayısına göre işletmelerin dağılımı şöyledir: 1–2 hayvan %12, 3–5 hayvan %81, 6–10 hayvan %7'dir. Süt alımı sadece büyükbaş hayvan sütü ile sınırlı olup mevcut hayvanların da sayısı az olmakla birlikte tamamına yakını *kültür veya kültür melezi* ırklardan oluşmaktadır.

4.1.4. STM ve Süt İşleme Tesisi (Fabrika, Mandıra) İlişkileri

STM'nin %72,4'ü toplanan sütü bölgedeki anlaşmalı bir fabrikaya veya mandıraya vermektedir. Geriye kalan %27,6'sı ise kendi fabrikası veya mandırasında işlemek için süt toplamaktadır. Nitekim bu oranlar, bölüm başında da belirtilmiş olduğu gibi, özel şahıslara ait STM (%26,6) ve kooperatiflere ait STM (%73,4) çeşitleriyle de oransal olarak örtüşmektedir.

STM'nin %91,4'üne göre, süt satışı yapılan fabrika veya mandıralar arasında önemli olabilecek düzeyde sorunlar yaşanmamaktadır. Nitekim kuruluşundan araştırma dönemine kadarki geçen süreç içerisinde de süreklilik arz eden çok önemli bir sorun belirtilmemiştir. STM'nin çok az bir bölümünün (%8,6) ise ödeme dönemi ve fiyat düzeyi konularında tam bir memnuniyet içerisinde olmayıp sadece bazı dönemlerde bu konulara ilişkin aksaklıklar yaşandığı belirtilmektedir.

STM'nin %43,1'i toplamış olduğu sütü, merkeze ait kurulu süt tankı bulunmadığından merkezde depolayamamakta ve doğrudan anlaşmalı süt işleme tesisine göndermektedir. Kurulu (sabit) süt depolama tankı bulunan diğer merkezlerin sadece bir kısmı, toplanan sütü öncelikle merkez tanklarına boşaltmakta ve burada belirli bir süre *soğutma işlemine tabi tutuktan sonra* fabrikalara ait araçlarla süt işleme tesislerine nakletmektedirler. Kurulu deposu olduğu halde soğutma işlemi yapmayan merkezlerin de bir kısmı soğutma donanımı olmadığından bir kısmı ise soğutma donanımı olmasına karşın sütün depoda çok bekletilmeden hemen işleme tesisine ulaştırıldığı gerekçesi ile toplanan süte soğutma işlemini uygulamamaktadırlar. Araştırma bulgularına göre, gerek merkezin kurulu tankında ve gerekse süt nakil aracı donanımı vasıtasıyla *toplanan süte soğutma işlemi uygulayan STM'nin toplamdaki payı oldukça düşük olup %36,2'dir*.

4.1.5. STM'nin, Üretici ve Tüketici Açıklarından Sokak Sütçülüğüne Bakışı

4.1.5.1. STM'nin Sokak Sütçülüğünden Etkilenme Durumu

Araştırma sonuçlarına göre, araştırma kapsamındaki STM'nin %27'sinin bulunduğu bölgede sokak sütçülüğü faaliyeti bulunmaktadır. Buradaki merkezlerin, buldukları bölgedeki seyyar sütçülük faaliyetine bakışları farklılık göstermektedir. Örneğin seyyar sütçülük yapılan yerlerde bulunan bu merkezlerin %32,8'i süt toplama kapasitelerinin bundan olumsuz etkilendiğini, %6,9'u üreticiler arasında bölünmelere yol açtığını düşünmektedir. Bunun yanında, %60,3'lük büyük bir kesim ise her üreticinin kime (merkez veya seyyar sütçü) süt vereceği önceden bilindiği ve sokak sütçülüğünün zaten yasal bir pazarlama yöntemi olmadığı gibi gerekçelerle mevcut merkezlerin buldukları bölgelerde sürdürülmekte olan sokak sütçülüğü faaliyetinden olumsuz etkilenmeyeceklerini düşünmektedir.

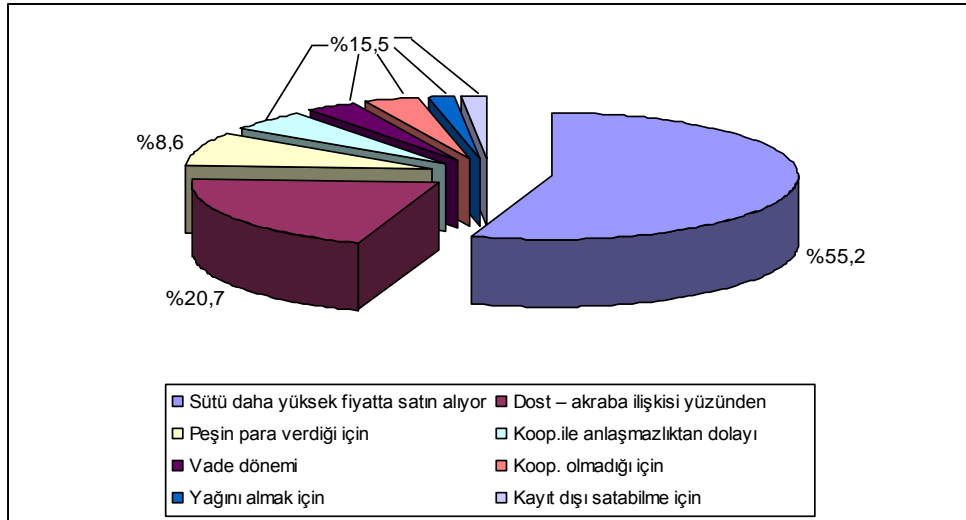
4.1.5.2. Sokak Sütçülüğünün Yaygın Olduğu Yerler ve Başlıca Nedenleri

Sokak sütçülüğü faaliyeti genellikle araştırma kapsamındaki Korkuteli ve Elmalı ilçelerinin ve Antalya Merkez ilçenin şehir merkezine yakın köylerinde daha yoğun olarak sürdürülmektedir. Çünkü şehir merkezine yakınlık, sokak sütçülüğü faaliyetini tercih eden üreticiler için önemli bir avantaj olarak öne çıkmaktadır. Örneğin Antalya şehir merkezine yakın *Nebiler köyü*, *Döşemealtı köyleri*, *Varsak belediyesi* gibi yerleşim birimlerinde STM'nin de bulunmasına karşın sokak sütçülüğü faaliyetine, şehir merkezine uzak yerleşim birimlerine oranla çok daha yaygın olarak rastlanılmaktadır.

4.1.5.3. STM'ne Göre, Niçin Üreticiler Sokak Sütçülüğünü Tercih Etmektedirler?

Araştırma bölgesindeki STM'ne göre, üreticilerin, STM yerine sokak sütçülerine süt vermeyi tercih etmelerine yol açan çeşitli nedenler bulunmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre; STM'nin %55,2'si daha yüksek fiyat nedeniyle, %20,7'si dost ve akraba ilişkileri nedeniyle, %8,6'sı peşin ödeme nedeniyle ve %15,5'i ise diğer bazı nedenler dolayısıyla bir kısım üreticinin sokak sütçülerine süt vermeyi tercih ettiklerini belirtmektedir (Şekil 18).

Şekil 18. STM'ne göre, üreticilerin sokak sütçülüğünü tercih etme nedenleri

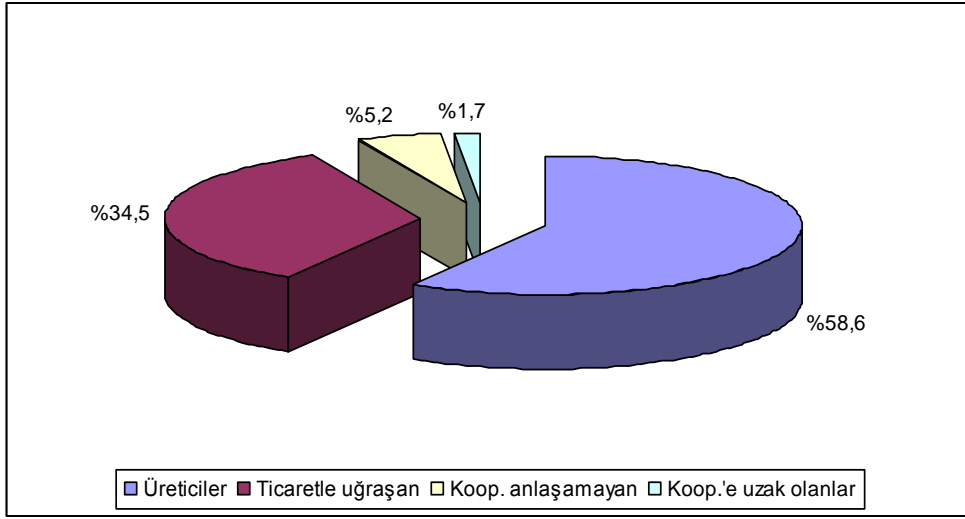


4.1.5.4. STM'ne Göre, Kimler Sokak Sütçülüğü Yapmaktadır?

Kimlerin sokak sütçülüğü yaptığı veya diğer bir ifade ile üreticiden sokak sütçülüğü adına kimlerin süt satın aldığı konusu araştırıldığında birkaç grubun bu yola başvurduğu görülmektedir. Örneğin STM'nin %58,6'sına göre, sokak sütçülüğünü yapan en önemli grup üreticilerin kendisidir. Bir kısım üretici, kendi ürettiği süt yanında ayrıca buldukları yerleşim yerindeki bazı üreticilerden de süt toplayarak en yakın şehir merkezinde pazarlamaktadır. STM'nin %15,5'ine göre de, sokak sütçülüğü yapan bir diğer önemli grup çeşitli ticari faaliyetlerle uğraşan kişilerdir. Bunları daha az

sayıda olmakla birlikte; nakliye aracı olanlar, eskiden üreticilik yapanlar, STM'ne uzak yerde bulunan üreticiler, STM bulunan herhangi bir kooperatif üyesi olmayan veya kooperatif üyesi olduğu halde kooperatifle anlaşamayan üreticiler izlemektedir (Şekil 19).

Şekil 19. STM'ne göre, sokak sütçülüğü yapan gruplar



4.1.5.5. STM'ne Göre, Tüketici Niçin Sokak Sütünü Tercih Etmektedir?

Araştırma bölgesindeki STM'nin %44,8'i uygun fiyatlar nedeniyle, %25,9'u daha taze olacağı düşüncesiyle, %15,5'i kapıya kadar sütün getirilmiş olması nedeniyle ve %13,8'i ise veresiye, alışkanlık ve benzeri nedenler dolayısıyla şehir merkezindeki tüketicilerin sokak sütünü tercih ettiklerini düşünmektedirler.

Diğer yandan, STM'nin %60,3'üne göre, gerçekte tüketiciler sokak sütü yerine işlenmiş ve paketlenmiş süte daha fazla ilgi duymaktadır. Çünkü böyle düşünen merkezlerin %65,7'ine göre, tüketici, içeriğinin belli olması nedeniyle paketlenmiş sütü daha güvenilir bulmakta; %22,9'una göre, tüketici, açık sütte (su katma, yağını alma vb.) bazı hilelerin olduğunu düşünmektedir.

Buna karşın, tüketicinin gerçekte sokak sütüne daha fazla ilgi duyduğunu düşünen STM'nin oranı %39,7 olup bunların da %87 gibi büyük bir çoğunluğu, paketlenmiş süte oranla sokak sütünün daha ucuz olması nedeniyle tüketicilerin sokak sütünü tercih ettiğini düşünmektedirler.

4.1.5.6. STM'ne Göre, STM ile Sokak Sütçülüğü Önlenebilir mi?

Araştırma kapsamındaki STM'nin %70,7'sine göre, STM'nin geliştirilmesiyle sokak sütçülüğünün önlenmesi sağlanabilecektir. Bunun da büyük oranda kooperatiflere bağlı STM kanalıyla yeni süt toplama tanklarının kurulması veya gerekli görülen yerlerdeki mevcut kapasitenin artırılması yoluyla gerçekleştirilebileceği öngörülmektedir. Öte yandan bir grup STM'ne göre (%29,3) ise; sokak sütçülüğü yapan veya sokak sütçüsüne süt satan üreticilerin eline merkezlerle oranla daha yüksek fiyat geçmesi, yeterli kooperatif yatırımının olmaması, serbest piyasa koşullarının varlığı, tüketicinin kapısına kadar sütü götürme avantajı gibi çeşitli nedenlerle sokak sütçülüğünün tamamen önlenmesi oldukça zordur.

Araştırma bulgularından da anlaşıldığı gibi, gelinen noktada, daha etkin süt pazarlama kanalı oluşturabilmek ve tüketiciye daha sağlıklı süt ve süt ürünleri sunulmasını sağlamak için üreticiler açısından sokak sütçülüğünü STM'ne göre daha avantajlı kılan nedenleri iyi anlamak ve merkezlerin de sokak sütçülerine kıyasla daha rekabetçi ve tercih edilebilir bir konuma nasıl getirilebileceği konularında alternatif çözüm arayışlarına yönelmek ihtiyacı bulunmaktadır.

4.2. STM'ne Süt Veren Üreticilere Yönelik Bulgular

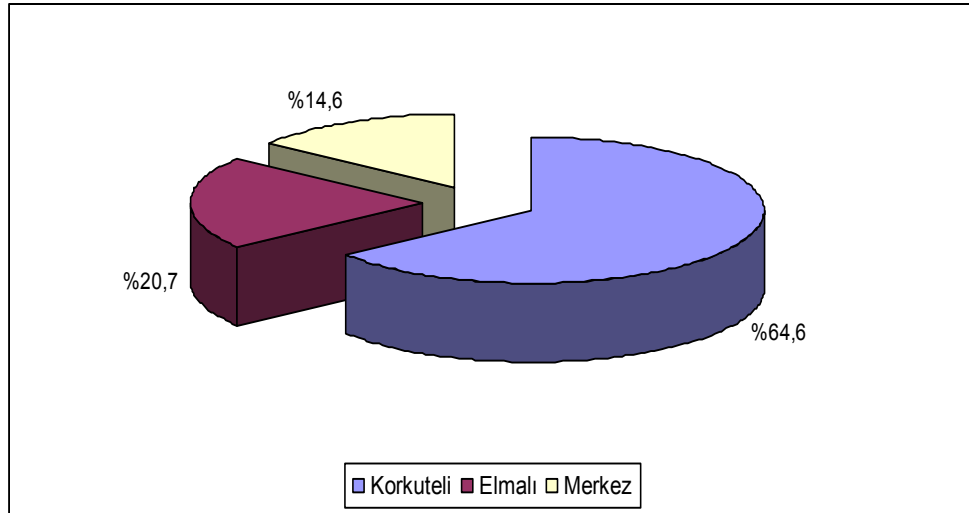
Bu bölümde yer alan araştırma bulguları, STM'ne süt veren ve tesadüfi olarak seçilmiş üretici grubundan sağlanan verilere dayanmaktadır. Araştırmanın ilk aşaması olan "STM'ne yönelik alan araştırması" bulgularına göre, Antalya ilindeki tüm STM'ne süt veren toplam kayıtlı üretici sayısı

5.051 hane ve STM'nin, bulunduğu yerleşim yerindeki toplam tahmini üretici sayısı 6.548 hane'dir. Bu verilere göre, STM, buldukları bölgedeki tüm süt üreticilerinin %77,1'inin sütünü toplamaktadır. STM'ne süt veren üreticilerin büyük bölümü Korkuteli, Merkez ve Elmalı ilçelerinde yer aldığından araştırmanın 2. aşaması olan "STM'ne süt veren üreticilere yönelik anket görüşmeleri", belirtilen bölgelerde yer alan toplam 82 adet üretici ile gerçekleştirilmiştir.

Nitekim yaklaşık yarısı Korkuteli ilçesinde olmak üzere tüm STM'nin %93,2'si bu ilçelerde bulunmaktadır. Bu nedenle, Korkuteli ağırlıklı olmak üzere STM'ne süt veren üreticiler bu bölgelerden belirlenmiştir. Bu bölgelerin seçiminde ayrıca, birbirine yakın olma, araştırmanın zaman kısıtlılığı, ulaşım kolaylığı ve maliyeti gibi ölçütler de dikkate alınmıştır.

Bu amaçla öncelikle toplam STM sayısı (58 adet) kadar üretici ile görüşme planlanmış ve bu sayı, toplam STM sayısındaki paylarına göre belirtilen 3 ilçeye dağıtılmıştır. Ancak daha sonra, olanaklar dâhilinde üretici sayısının %50 (29 adet üretici) artırılarak aynı oranlarda adı geçen ilçelere dağıtılması planlanmış olmasına karşın, araştırmada karşılaşılan çeşitli sınırlılıklar nedeniyle bu sayı 24 adet ile sınırlandırılmıştır. Böylece sonuç olarak, %64,6'sı Korkuteli (53 adet üretici), %20,7'si Merkez (17 adet üretici) ve %14,6'sı (12 adet üretici) Elmalı ilçelerinde olmak üzere, STM'ne süt veren toplam 82 adet üretici ile yüz yüze görüşmeye dayalı anket çalışması gerçekleştirilmiştir (Şekil 20).

Şekil 20. STM'ne süt veren üreticilerin ilçelere dağılımı



4.2.1. Başlıca Sosyo-Ekonomik Özellikler

4.2.1.1. Cinsiyet ve Eğitim Düzeyi

Araştırma kapsamında görüşme yapılan işletme sahibi üreticilerin %90,2'si erkek olup yaş ortalaması 47,5'dir. Üreticilerin büyük çoğunluğu (%79,3) ilköğretim mezunu, %15,9'u lise ve üzeri mezuniyet derecesine sahiptir (Çizelge 9).

Çizelge 9. Eğitim düzeyine göre üreticilerin durumu (%)

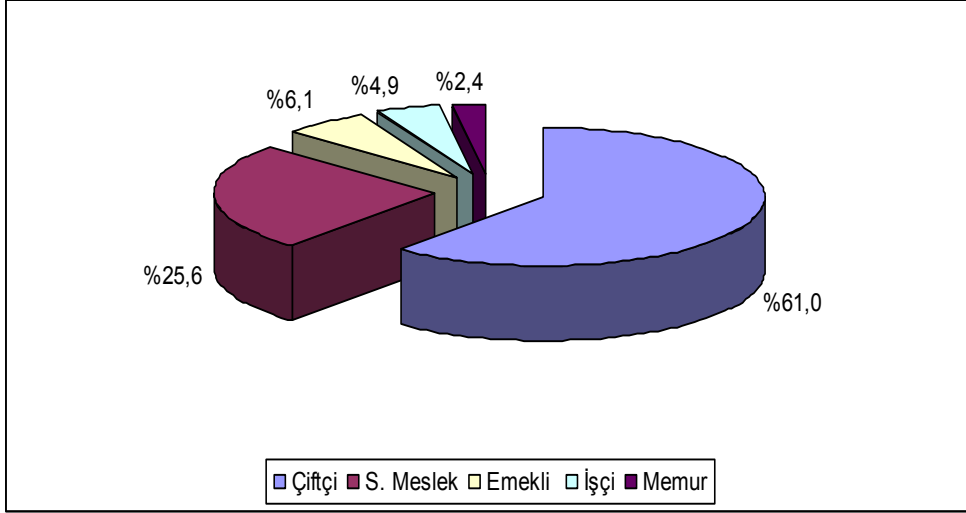
Eğitim durumu	Üretici sayısı	(%)
Okur-Yazar	4	4,9
İlköğretim	65	79,3
Lise	9	11,0
Yüksekokul	1	1,2
Üniversite	3	3,7
Toplam	82	100,0

4.2.1.2. Üreticilik Deneyimi

STM'ne süt veren üreticilerin ortalama çiftçilik deneyimleri 23,5 yıl ve süt hayvancılığı yapma deneyimleri ise ortalama 19,3 yıl olarak belirlenmiştir. Anlaşıldığı gibi üreticiler süt hayvancılığı faaliyetini uzun süredir sürdürmektedirler.

Nitekim genel olarak çiftçilik faaliyeti veya süt hayvancılığı faaliyeti öncesinde hangi işlerle uğraşıldığına yönelik elde edilen bulgulara göre, süt hayvancılığı da yapan üreticilerin %61'i tüm yaşamı boyunca çiftçilik yapmış ve yapmaya da devam etmektedir. Buna karşın üreticilerin %25,6'sı çiftçilik öncesinde serbest meslek alanındaki bir ticari faaliyetle uğraşmıştır. Bu grubu daha az sayıda olmak üzere emekli, işçi ve memur kategorisi izlemektedir (Şekil 21).

Şekil 21. Daha önceki uğraşılan iş alanına göre üreticilerin dağılımı (%)



4.2.1.3. İşletmelerin Bitkisel Üretim Alanı ve Hayvan Varlığı

Araştırma sonuçlarına göre üreticilerin tamamına yakını (76 işletme – tamamının %92,7'si) süt hayvancılığı yanında bitkisel üretim faaliyeti de yapmaktadır. Bölgenin özelliği nedeniyle kıyı kesimine yaklaşıldıkça örtü altında ve açıkta sebze yetiştiriciliği, daha içerilere doğru yayla kesimine yaklaşıldıkça ise tarla sebze yetiştiriciliği, hububat ve meyvecilik ağırlıklı bitkisel üretim faaliyeti yapılmaktadır. Ortalama bitkisel üretim alanı 66,9 da ve ortalama parça sayısı 3 adet'tir. Bitkisel üretim de yapan işletmelerdeki arazi mülkiyet dağılımı; %80,3 mülk, %11,8 ortakçı ve %7,9 kira arazisidir. Bu yapı Türkiye ortalamalarına uygun düşmektedir. Türkiye'de ortalama tarımsal işletme büyüklüğü 59 da, ortalama parçalılık 3-5 adet ve büyük çoğunluğu mülk arazi şeklindedir. Hayvancılık yapan tarım işletmelerinin hayvan yemi ihtiyacını karşılamak için, yeterli düzeyde yem bitkisi üretim alanı veya köyde ortak kullanıma uygun kaliteli otu olan meralara sahip olması beklenmektedir. Araştırma gözlemlerine göre, özellikle iç kesimlerde mera alanı varlığı yanında hem iç hem de kıyı kesimlerde hayvan yemi üretimi için bitkisel üretim alanı varlığından söz edilebilir, ancak bu alanların tamamen yeterli olduğu söylenemez.

Çizelge 10. İşletmelerdeki hayvan varlığı

BB Hayvan sayısı	İşletme sayısı	(%)
1 – 2	31	37,8
3 – 4	21	25,6
5 – 6	17	20,7
7 – 8	7	8,6
9 – 12	6	7,3
Toplam	82	100,0

Tüm süt üretimi yapan işletmelerdeki ortalama büyükbaş hayvan varlığı 8,5 baş ancak halen sağım yapılan ortalama büyükbaş hayvan varlığı ise 3,9 baş'tır. Sadece 1–2 büyükbaş hayvana sahip işletmelerin toplamdaki payı (%37,8) en fazladır (Çizelge 10). İşletmelerin büyük çoğunluğunda (%82,9), ölüm nedeniyle hayvan varlığı azalması olayına rastlanmamıştır. Ölüm olayı yaşananlarda da, doğum kaynaklı neden ilk sırada yer alırken bunu daha az düzeyde olmak üzere hastalık ve diğer nedenler izlemektedir.

4.2.1.4. İşletmelerin Alet Ekipman (Donanım) Varlığı

İşletmelerin %62'si bir adet traktöre ve %54,9'u da bir adet nakliye amaçlı traktör römorkuna sahiptir. İşletmelerde hayvancılık yanında bitkisel üretim faaliyeti de yapılıyor olması çeşitli toprak işleme ve nakliye araçlarına duyulan gereksinimi arttırmaktadır. Bunlar aynı zamanda hayvancılık üretim faaliyetinde de çeşitli amaçlar için kullanılabilir. İşletmelerin %38'inin bir traktöre sahip olmaması, araştırma alanında önemli oranda küçük aile tipi işletmeler olduğu görüşünü doğrulamakta ve bu durum, bölgede gerek süt üretim faaliyeti ve gerekse diğer tarımsal faaliyet alanlarında tarımsal örgütlenmenin gerekliliğini ve önemini bir kat daha arttırmaktadır. Nitekim araştırma bulgularına göre de, araştırma kapsamındaki işletmelerde 1–2 adet büyükbaş hayvana sahip olan işletmelerin payı en yüksektir (Çizelge 10). Bu yapı, bölgede, kooperatiflere bağlı STM'nin varlığını ve gerekliliğini anlamlı kılmaktadır.

İşletmelerin %73,2'si süt sağım makinesine sahiptir. Bu oran bölgede, süt üretim zincirinde ilk aşama olan sağım faaliyetinin daha hijyenik bir şekilde yapılmasına olanak sağlamaktadır. Ancak işletmelerin bir kısmının az sayıda hayvana sahip olan küçük ölçekli işletme konumunda olması, maddi olanaksızlıklara ve dolayısıyla süt sağım makinesi temininde bazı güçlüklerle yol açabilmektedir. Bu nedenle işletmelerin yaklaşık $\frac{1}{4}$ 'ü hayvan sağımını elle yapmaktadır. Nitekim mevcut işletmelerin tamamına yakını, toplanan sütü evde depolayabilecek bir *süt toplama tankına sahip olmayıp bu amaçla çeşitli kaplar* kullanılmaktadır. Kuşkusuz bunda, süt tankı satın almanın ekonomik olmaması, üreticinin konuya bakış açısı gibi nedenler yanında, bir seferlik sağımla elde edilen süt miktarının (az sayıdaki hayvan nedeniyle) depolanmayacak kadar az olarak görülmesinin de önemli etkisi olduğu düşünülmektedir.

4.2.2. Üretim, STM Tercih ve Ulaşım Kapsamlı Bulgular

4.2.2.1. Üreticilerin, Süt Sağımı ve Muhafaza Kabı Tercihleri

Elle veya sağım makinesi kullanılarak yapılan sağımların %97,6'sı hayvanın bulunduğu ahırda ve %2,4'ü ise genellikle evin bahçesinde gerçekleştirilmektedir.

Elde edilen sütün, sağım sonrasında ilgili merkez tarafından toplanıncaya kadarki geçen süre boyunca muhafaza edilmesi amacıyla çeşitli kaplar kullanılmaktadır. Araştırma bulgularına göre, kapsamdaki üreticilerin %53,7'si bu amaçla çelik güğümleri kullanırken, %32,9'u özel hazırlanmış yağ tenekelerini, %13,4'ü ise plastik kap kullanımını tercih etmektedir (Çizelge 11).

Çizelge 11. Üreticilerin süt muhafaza kabı tercih durumu (%)

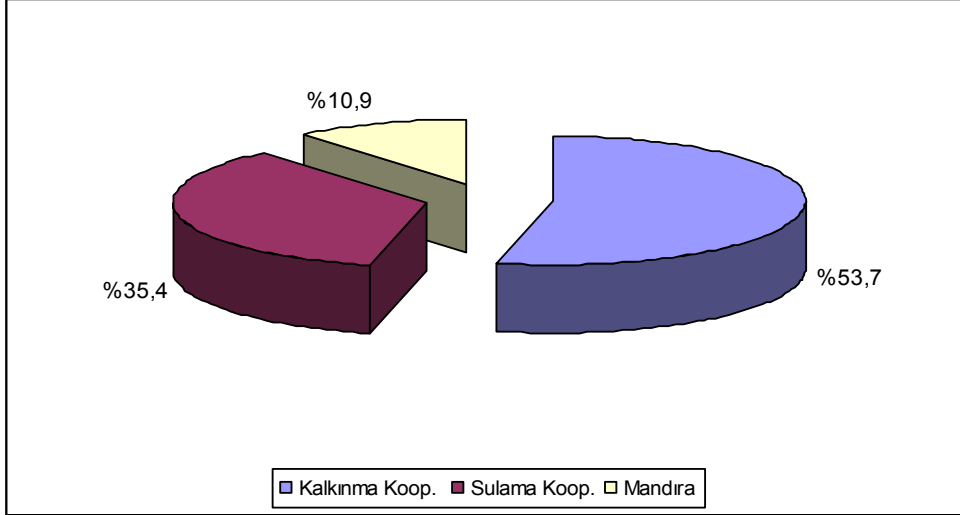
	Üretici sayısı	(%)
Çelik güğüm	44	53,7
Teneke	27	32,9
Plastik kap	11	13,4
Toplam	82	100,0

Araştırmanın STM kapsamlı bulgular bölümündeki, STM'ne süt veren tüm üreticilerin muhafaza kabı tercihlerine ilişkin STM'nden edinilen bulgulara göre ise plastik kap ve yağ tenekesi kullanan üretici oranı daha yüksek buna karşın çelik güğüm kullanan oranı daha düşüktür (Çizelge 9). Aradaki bu fark, kap tercihine ilişkin STM bulgularının, süt alınan *tüm üreticileri kapsayan bir tahmine* dayanmasından kaynaklanmaktadır.

4.2.2.2. Süt Satışı Yapılan Birimler

Araştırma kapsamındaki üreticilerin büyük çoğunluğu (%89,9) kooperatiflere ait STM'ne süt vermektedir. Diğer üreticiler ise mandıra ve fabrikaları kapsayan özel şahıslara ait STM'ne süt vermektedir (Şekil 22). Nitekim Antalya genelindeki tüm STM'nin $\frac{3}{4}$ 'ü kooperatiflere aittir (Şekil 11).

Şekil 22. Üreticilerin süt verdikleri kurumlar



4.2.2.3. Üreticilerin Seyyar Sütçüler Yerine STM'ni Tercih Nedenleri

Seyyar sütçüler yerine STM'ne süt vermeyi tercih eden üreticilerin niçin bu tercihe yönelmiş oldukları veya bu tercihe yönelmeye yol açan başlıca nedenlerin neler olduğu konusu, süt toplama merkezlerinin geliştirilmesi veya seyyar sütçülüğün kontrol altına alınmasına dönük politikaların oluşturulmasına katkı sağlanması bakımından önem taşımaktadır.

Çizelge 12. STM'ni ilk tercih nedenlerine göre üreticilerin dağılımı (%)

İlk tercih nedenleri	Üretici sayısı	(%)
Kooperatife ait olması	14	25,9
Köye ait tesis olması	9	16,7
Alım garantisi olması	6	11,1
Fiyatın belirli olması	5	9,3
Başka alıcı olmaması	5	9,3
Sağlıklı olması	4	7,4
Prim desteği alabilme	3	5,6
Zorunluluk	3	5,6
Girdi temin etmesi	2	3,7
Ahşkanlık	2	3,7
Gelirin köyde kalması	1	1,9
Toplam	54	100,0

STM'ni tercih etmede, diğer nedenler arasında en önemli görülen veya birinci tercih olarak öne çıkan nedenin hangisi olduğu konusundaki araştırma sonuçlarına göre; üreticilerin %25,9'u birinci tercih nedeni olarak merkezin kooperatife ait olmasını belirtmiştir. Birinci tercih nedeni olarak, bulunulan köye ait bir tesis olmasını belirten üreticilerin oranı %16,7, alım garantisi olmasını birinci tercih

nedeni olarak belirten üreticilerin oranı %11,1'dir. Bunları; fiyatın belirli olması, tek alıcı olma, daha sağlıklı bir yol olması, prim desteği alabilme, girdi temini gibi çeşitli diğer tercih nedenleri izlemektedir (Çizelge 12).

Belirtilen nedenlerin tamamı, farklı üreticilerin birinci tercih nedeni olarak öne çıkmaktadır. Ancak bir üretici için öncelikli görülen bir neden diğer üretici için 2. veya 3. derecede tercih nedeni olarak görülebilmekte olup burada sadece birinci tercih olarak görülen nedenlere yer verilmiştir.

4.2.2.4. Üreticilerin STM'nden Memnuniyet Derecesi

Araştırma kapsamındaki üreticilerin, yukarıda belirtilen çeşitli nedenler dolayısıyla STM'ne süt vermeyi tercih etmelerine karşın bu durum, üreticilerin merkezlerin faaliyetlerinden çok memnun oldukları anlamına gelmemektedir.

Araştırmada, üreticilerin memnuniyet derecesini belirlemek için, "1.Hiç memnun değilim", "2.Memnun değilim", "3.Kararsızım", "4.Memnunum" ve "5. Çok memnunum" aralığında oluşturulan 5'li dereceleme ölçeği kullanılmış ve üreticilerin %90,2 sinin memnun ile çok memnun kategorisinde tercih belirttiği saptanmıştır. Belirtilen dereceleme göre de üreticilerin STM'nin faaliyetlerine yönelik *ortalama memnuniyet derecesi 4,14'tür.*

4.2.2.5. STM'ne Süt Teslim Şekli

Üreticilerin büyük çoğunluğu (%82,9), merkezlere ait araçların sütü almak için sağım yerlerine kadar geldiğini, diğerleri (%17,1) ise merkeze olan yakınlık dolayısıyla kendilerinin sütü merkezlere götürdüklerini belirtmektedir. Araştırmadan elde edilen bu veriler, STM'nin üreticilerden süt toplama yöntemleri bölümünde saptanmış olan bulgularla da örtüşmektedir. Çünkü belirtilen bölümdeki saptamalara göre, STM'nin yaklaşık %80'i, sütü üreticilerin evinden kendi araçları ile toplamaktadır (Şekil 14).

Araştırma döneminde, Antalya genelinde süt toplama tankları kurulması ile birlikte "*üreticinin sütünü tanka kendisinin getirmesi*" uygulaması başlatılmıştır. Ancak bu uygulama, genellikle yerleşim merkezlerinde kurulu süt toplama tanklarına yakın olan üreticileri kapsamıştır. Çünkü bu tip yerleşim birimlerinde araçla süt toplama için harcanan zaman daha fazla olabilmektedir. Üretici doğrudan sağım yapılan muhafaza kabı ile veya sağım yapılan sütü biriktirdiği büyük bir kap ile merkeze sütü kendisi taşımaktadır. Taşıma işinde ise büyük *çoğunlukla el arabası ve benzeri küçük taşıma araçları* kullanılmaktadır.

Araştırma bölgesinde, ister merkez tarafından isterse üretici kanalıyla süt toplama işi yapılsın sağımdan itibaren genelde 1–2 saat içerisinde, ortalama olarak ise *1,3 saat* içerisinde sağım yapılan süt merkez tankına ulaştırılmaktadır.

Merkezlere ait süt toplama araçlarının az bir bölümü (%12,2) başka köyden gelmekte, önemli bir bölümü (%87,8) bulunulan köydeki üreticilerin sütünü toplamaktadır. Bu durum, daha kısa bir sürede süt toplanmasına katkı sağlamaktadır. STM genelde faaliyet gösterdikleri köylerden süt toplamaya gayret etmekte ve STM bulunan diğer köylerin alanlarına girmemeye çalışmaktadırlar. Ancak sadece özel şahıslara ait merkezlerden olan *mandıralar farklı köylerin üreticilerinden de süt alabilmektedirler.*

Üreticilerin merkezlere süt teslimine kadarki geçen süre içerisinde bozulma vakaları ile karşılaşma olayı devamlı olmayıp değişik zamanlarda ve çok nadir (%3,7) olarak rastlanılmaktadır. Bunlar da büyük ölçüde ulaşım, haberleşememe ve yaz sıcaklığı gibi nedenlerden kaynaklanmaktadır.

4.2.3. Üretici ve STM İlişkileri

4.2.3.1. STM İle Sözleşme Durumu ve Kapsamı

STM ile üreticiler arasında herhangi bir *yazılı anlaşma bulunmayıp* genelde birbirlerini tanıma gerekçesiyle sözlü anlaşmalar yeterli görülmektedir. Sözlü anlaşmalar da büyük oranda belirli miktarlarda süt alım garantisi anlamına gelip sütü başkasına vermemeyi kapsayan karşılıklı güvene dayanmaktadır.

Üreticilerin %30,5'i merkezlerin *anlaşma koşullarını* sözlü de olsa açıkça belirlediğini ve %69,5'i ise süt verilen merkezlerin çerçevesi çizilmiş çok özel koşullar ileri sürmediğini belirtmektedirler. Anlaşıldığı gibi araştırma bölgesinde, üreticiler ile STM arasında sözlü de olsa standart bir anlaşma tipi bulunmamakta ve taraflar anlaşmanın koşullarını veya kapsamını bağımsız olarak belirlemektedirler. Nitekim araştırma bulgularına göre de üreticilerin %73,2'si standart bir anlaşmanın olmadığını doğrulamaktadır.

Çizelge 13. STM ile anlaşmadaki en önemli seçeneğe göre üretici payı (%)

Seçenekler	Üretici sayısı	(%)
Alım fiyatı	30	36,6
Alım miktarı	24	29,3
Alım garantisi	18	22,0
Alım dönemi	4	4,9
Kooperatife ait olma	3	3,7
Temizlik	2	2,4
Süt alım garantisi	1	1,2
Toplam	82	100,0

STM yanında üreticiler de, karşılıklı anlaşma yaparken bazı konulara önem vermekte ve eğer anlaşma yapılacak STM tercihi söz konusu ise olanaklar dâhilinde bu konulara dikkat ederek karar vermeye çalışmakta ve STM'nin bu konulardaki tutumlarıyla yakından ilgilenmektedirler. Anlaşma öncesinde üzerinde durulan konular arasında; STM süt alım fiyatı, süt alım miktarı, süt alım garantisi, süt alım dönemi (1 yıl, 6 ay), süt alım zamanlaması (sadece sabah veya akşam, sabah ve akşam), kooperatife ait bir merkez olması, çalışma koşullarının temizliği gibi çeşitli ölçütler yer almaktadır. Araştırma bulgularına göre, üreticilerin %36,6'sı diğerlerine oranla en önde gelen seçim nedeni olarak *süt alım fiyatını* görmektedir. Süt alım miktarını en önemli ölçüt olarak gören üreticilerin oranı %29,3 ve alım garantisini en önemli görenlerin oranı ise %22'dir. Diğer ölçütleri önemli görenlerin oransal toplamı %12,2'dir (Çizelge 13).

STM ilke olarak daha önceden anlaşma yapmış oldukları üreticilerden süt almalarına karşın bazen *anlaşma yapılmamış da olsa süt alımı* söz konusu olabilmektedir. Dolayısıyla bazı üreticiler hiç anlaşma yapmamış da olsa STM'ne süt verebilmektedirler. Örneğin araştırma kapsamındaki tüm üreticilerin sözlü de olsa daha önce bir anlaşma yapmış olduğu anlaşılmakla birlikte kapsamdaki bazı üreticilere (%19,5) göre, bulunulan bölgede anlaşmasız da STM'ne süt veren üreticiler bulunmaktadır.

Bu durum, özellikle kooperatiflere ait merkezlerde yaşanmaktadır. Üreticilerin birbirini tanımaları nedeniyle kooperatif üyesi olmasa dahi merkeze süt veren üreticilerin sütü alınabilmektedir. Çünkü bazı üreticilerin az sayıdaki hayvan varlığı nedeniyle sürekli ve yeterli miktarda süte sahip olmaması da anlaşma yapmadan kooperatif merkeze süt vermesine yol açabilmektedir. Bu durum, diğer üyeler ve merkez tarafından bilindiğinden kabul edilebilir bir neden olarak görülebilmektedir.

Üreticiler ile STM arasında bazen çeşitli nedenler dolayısıyla *anlaşmayı bozma* durumları söz konusu olabilmektedir. Örneğin araştırma bulgularına göre kapsamdaki üreticilerin %12,2'si, çeşitli tarihlerde ve başta *fiyat düzeyi* olmak üzere çeşitli nedenlere dayanarak tek taraflı olarak anlaşmayı bozmuştur.

4.2.3.2. Süt Bedeli, Ödeme Şekli ve Ayni Yardımlar

Araştırma kapsamındaki tüm üreticilerin STM'nden almış olduğu birim süt bedeli ortalaması 429,5 *Ykrş/lt*'dir. Araştırmanın STM kapsamlı birinci bölümünde açıklanan STM kaynaklı verilere göre ise merkezlerin üreticilere ödediği ortalama süt bedeli 390 *Ykrş/lt* ve işleme tesislerinin merkezlere ödediği ortalama süt bedeli 421 *Ykrş/lt* olarak bulunmuştur. Süt fiyatı oluşumu STM kapsamlı araştırmada belirtildiği gibi gerçekleşmektedir.

STM'ne teslim edilen *süt bedeli genelde vadeli* olarak ortalama 30–45 içerisinde alınmaktadır. Ancak bazen mandıraların veya fabrikaların süt taleplerinin çok yüksek olduğu dönemlerde peşin ödeme yaparak da üreticiden süt toplanabilmektedir. Araştırma bulgularına göre, belirtilen nedene dayalı olarak *peşin satış* yapmış olan üreticilerin payı %8,5'dir.

Üreticiler anlaşma yapmış oldukları STM'nden bir takım *ayni yardımlar* da almaktadırlar. Ancak bu yardımlar karşılıksız olmayıp süt satış bedelini ödeme zamanı toplam tutardan düşme şeklinde uygulanmaktadır. Bu yöntemle üretici hem nakit parası olmadan hemen ihtiyacını gidermekte hem de yardım kapsamında aldığı girdinin fiyatı dışında ayrıca bir faiz ödememektedir. Destek sağlanan girdiler kapsamında çoğunlukla süt yemi, veteriner ilacı, silaj ve mazot gibi üreticinin sürekli ihtiyaç duyduğu bazı üretim girdileri yer almaktadır. Araştırma kapsamındaki üreticilerin %68,3'ü bu uygulamadan yararlanmıştır. STM kapsamlı araştırmada da, aynı yardım yapan STM'nin toplamdaki payı ise %75,9 olarak bulunmuştur.

4.2.3.3. Anlaşmalı STM İle Yaşanan Başlıca Sorunlar

Araştırma kapsamındaki üreticilere, genel olarak STM ile sorunlar yaşayıp yaşamadığı sorulduğunda %67,1'i sorun olmadığı ve %32,9'u da çeşitli konularda bazen aralarında sorunlar yaşanmakta olduğu yönünde görüş belirtmiştir.

Çizelge 14. Üreticilerin STM ile yaşadığı başlıca sorun alanları ve önem dereceleri

Sorun alanları	1. Derece önemli		2. Derece önemli		3. Derece önemli		Toplam üretici sayısı
	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	
1. Fiyat düzeyi	27	54,0	6	13,0	4	10,8	37
2. Ödeme zamanı	7	14,0	10	21,7	4	10,8	21
3. Süt kalitesi	5	10,0	11	23,9	3	8,1	19
4. Süt toplama zamanı	2	4,0	2	4,3	2	5,4	6
5. Süt toplama şekli	2	4,0	2	4,3	4	10,8	8
6. Ölçümle ilgili sorunlar	2	4,0	5	10,9	2	5,4	9
7. Toplama personeli tavrı	-	-	-	-	-	-	-
8. STM yönetimiyle ilişkiler	-	-	-	-	3	8,1	3
9. Hizmet kalitesi	1	2,0	1	2,2	4	10,8	6
10. Kredi temini	1	2,0	-	-	-	-	1
11. Girdi temini	1	2,0	8	17,4	4	10,8	13
12. Süt hijyeni	2	4,0	1	2,2	7	18,9	10
Toplam	50	100,0	46	100,0	37	100,0	133

Ancak sorun alanları hatırlatılarak, “*sizce en çok hangi konularda sorunlar yaşanıyor, ilk üçünü önem derecesine göre sıralayabilir misiniz?*” şeklinde seçim yapmaya dayalı görüşler sorulduğunda ise başlangıçta sorun olmadığını belirten üreticiler de görüş belirtmiş ve Çizelge 14'de belirtilmiş olan sonuçlar elde edilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre, 1. derecede önemli görülen sorun alanı olarak en fazla “*fiyat düzeyi*” konusu öne çıkmıştır. Çünkü görüş belirten toplam 50 adet üreticinin %54'ü bu konuda birleşmiştir. (Bu sayı aynı zamanda araştırma kapsamındaki toplam üreticilerin de %60,9'unu oluşturmaktadır.) Bunu “*ödeme zamanı*” konusu izlemiştir. Bunun yanında, 2. derecede önemli görülen sorun alanı konusunda görüş belirten üreticilerin büyük çoğunluğu “*ödeme zamanı*” (%21,7), “*süt kalitesi*” (%23,9) ve “*girdi temini*” (%17,4) konularında birleşmiştir. Ancak 3. derecede önemli görülen sorun

alanları konusunda görüş belirten toplam 37 adet üreticiden en fazla olarak %18,9'u "süt hijyeni" konusunda sorun yaşadığını belirtmiştir. Oysa STM kapsamlı araştırma bölümündeki bulgulara göre, en önemli sorun alanları olarak "süt kalitesi" konusu öne çıkmıştır (Çizelge 14).

Buradan da anlaşılacağı gibi, STM ile üreticilerin sorun alanları ve bunların öncelik sıraları birbirinden farklılıklar göstermekte ve her iki taraf da kendi ihtiyaçlarına göre sorun alanlarını öncelik sırasına koymaktadır. Çünkü üretici, doğrudan gelirini etkilediği için "süt satış fiyatını" çok fazla önemserken STM, tüketiciye sağlıklı ürün sunarak hem imajını hem de satış gelirini arttırabilmek için en önemli hammadde konumundaki sütün "yüksek kalitede" olmasını önemsemektedir.

Öte yandan, her bir sorun alanına yönelik görüş belirten tüm üreticilerin ilk 3 tercih toplamları karşılaştırıldığında üreticilerin en çok fiyat düzeyi, ödeme zamanı ve süt kalitesi alanlarını önemli sorun alanları olarak gördükleri veya diğer bir ifade ile çoğunlukla bu konularda STM ile sorun yaşamakta oldukları anlaşılmaktadır (Çizelge 14).

4.2.4. Üreticilerin Seyyar Sütçülüğe Bakışı

4.2.4.1. Seyyar Sütçülükten Etkilenme, Yaygınlık ve Yönelim Durumu

Araştırma kapsamındaki üreticilerin (%26,8) yer aldığı yerleşim birimlerinin bir kısmında seyyar sütçülük faaliyeti yapılmaktadır. Bu oran, STM kapsamlı araştırmada saptanan oran (%27) ile yaklaşık aynıdır.

Üreticilerin %85,4'üne göre seyyar sütçülük faaliyeti üretici işletmelerin faaliyetlerini olumsuz etkilememekte ancak %14,6'sına göre çeşitli yönlerden olumsuz etkiler söz konusu olabilmektedir.

Üreticilerin %54,9'una göre ticaretle uğraşanlar, %25,6'sına göre üreticiler, %2,4'üne göre kooperatife karşı olanlar ve %15,9'una göre diğer kişiler seyyar sütçülük yapmaktadır. Oranlar farklı olmakla birlikte STM kapsamlı araştırma bulgularında da, üreticiler (%58,6) ve ticaretle uğraşanlar (%34,5) seyyar sütçülük yapan iki önemli grup olarak öne çıkmaktadır (Şekil 19).

4.2.4.2. Üreticilere Göre, "Niçin Üreticiler Seyyar Sütçülere Süt Vermektedirler?"

Üreticilerin "seyyar sütçülere süt vermelerine yol açan" çeşitli nedenler bulunmaktadır. Bu nedenler aslında bir anlamda STM'ne süt vermeyen üreticilerin de "niçin STM'ne süt vermediklerini" de açıklamaktadır.

Araştırma kapsamında üreticilere, üreticilerin seyyar sütçülere süt verme nedenlerinin neler olabileceği ve bunların önem derecelerinin (en önemli ilk 3 neden) nasıl olduğu yönündeki görüşleri sorulduğunda, Çizelge 15'de belirtilmiş olan bulgular elde edilmiştir.

Buna göre, üreticilerin seyyar sütçüye süt verme konusunda en fazla öne çıkan 1. derecede etkili neden "akraba ve komşuluk ilişkileri" (%56,1) ile "yüksek fiyat" (%16,7) seçeneğidir. İkinci derecede etkili nedenler arasında öne çıkan "aynı köyden olma" (%20) ve "avans para alma" (%20) seçenekleridir. Üretici tercihinde üçüncü derecede etkili olan nedenler de 2. ile aynıdır.

Üreticilerin seyyar sütçüye süt verme nedenlerinin her birine yönelik olarak etki dereceleri konusunda görüş belirten tüm üreticilerin ilk 3 tercih toplamları karşılaştırıldığında da, üreticilerin sırasıyla akraba ve dost ilişkileri, yüksek fiyat, avans para alma ile aynı köyden olma nedenlerini tercihte önemli etkenler olarak gördükleri anlaşılmaktadır (Çizelge 15).

Çizelge 15. Üreticilerin seyyar sütçülere süt verme nedenleri ve bunların etki dereceleri

Üreticilerin seyyar sütçüye süt verme nedenleri	1. Derecede etkili		2. Derecede etkili		3. Derecede etkili		Toplam üretici sayısı
	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	
1. Yüksek fiyat	11	16,7	9	15,0	3	9,1	23
2. Peşin ödeme alma	5	7,6	10	16,7	1	3,0	16
3. Akraba, komşu ilişkileri	37	56,1	9	15,0	2	6,1	48
4. Sürekli süt verme olanağı	1	1,5	3	5,0	3	9,1	7
5. Aynı köyden olma	-	-	12	20,0	6	18,2	18
6. Seyyar sütçüye güven duyma	-	-	2	3,3	3	9,1	3
7. Girdi desteği alma	1	1,5	1	1,7	1	3,0	3
8. Avans para alma	1	1,5	12	20,0	8	24,2	21
9. Sıkı olmayan hijyen kontrolü	4	6,1	2	3,3	6	18,2	12
10. Kooperatif üyesi olmama	3	4,5	-	-	-	-	3
11. Süt tankı olmaması	2	3,0	-	-	-	-	2
12. Koop. yönetimiyle anlaşmazlık	-	-	-	-	-	-	-
13. Kooperatif olmaması	1	1,5	-	-	-	-	1
Toplam	66	100,0	60	100,0	33	100,0	155

4.2.4.3. Üreticilere Göre, “Tüketici Niçin Sokak Sütünü Tercih Etmektedir?”

Günümüzde iletişim olanaklarının genişliği nedeniyle artık kırsaldaki üreticiler de yakın çevresi, bölgesi veya ulusal düzeyde ortaya çıkan kendileriyle ilgili konuları ve gelişmeleri kısmen veya tamamen de olsa yakından takip etme olanağına sahip bulunmaktadır. Örneğin süt üretimi yapan üreticiler sadece üretimle ilgilenmemekte ayrıca iletişim kaynaklarının da etkisiyle artık tüketicilerin sokak sütü veya işlenmiş süt tercihleri hakkında bile belirli bir kanaate sahip bulunmaktadırlar.

Nitekim araştırma bulgularına göre, araştırma kapsamındaki üreticilerin %82,9'u, tüketicilerin genelde seyyar sütçülerin pazarladığı *açık süt yerine perakende mağazalarda satışa sunulan işlenmiş ve paketlenmiş süte daha fazla ilgi* gösterdiklerini düşünmektedir. Öte yandan üreticiler ayrıca daha az oranda olmak üzere bir kısım tüketicinin de çeşitli nedenler dolayısıyla açık süte ilgisinin olduğunu düşünmektedirler.

Üreticilerin büyük çoğunluğuna göre (%70,1) işlenmiş ve paketlenmiş süt yerine sokak sütünü (açık süt) tercih eden tüketicilerin seçiminde en fazla *“düşük fiyat”* etkili olmaktadır. Nitekim seyyar sütçülerin, paketlenmiş süte oranla daha düşük fiyattan tüketicilere açık süt pazarlamakta olduğu bilinmektedir. Sokak sütünün paketlenmiş süte oranla *“daha taze olacağı”* yönündeki tüketici inancı sokak sütü tercihinde 2. önemli neden olarak öne çıkmaktadır. Tazelik konusunu, *“sütün tüketicinin kapısına kadar getirilmesi”* seçeneği izlemektedir (Çizelge 16).

Çizelge 16. Üreticilere göre, tüketicilerin sokak sütünü tercih nedenleri

Tercih nedenleri	Üretici sayısı	(%)
Düşük fiyat	58	70,1
Sütün kapıya kadar getirilmesi	8	10,4
Daha taze olduğu inancı	16	19,5
Toplam	82	100,0

4.2.4.4. Seyyar Sütçülüğünün Önlenmesine Yönelik Üretici Görüşleri

Süt toplama merkezlerine süt veren araştırma kapsamındaki üreticilerin %81,7'si, STM faaliyetlerinin daha da geliştirilmesi ve üreticiler açısından tercih edilebilir avantajlarla donatılması durumunda üreticilerin seyyar sütçülüğü daha az tercih edeceği görüşündedir. Bu durum, “STM'nin üretici açısından daha cazip hale getirilmesi nasıl sağlanabilir?” sorusunu gündeme getirmektedir. Öte yandan, “seyyar sütçülüğün üreticiler ve tüketiciler için cazip olmaktan çıkarılması için neler yapılabilir?” sorusu da gündeme gelmektedir. Nitekim bu yöndeki araştırma bulgularına göre, üreticiler her iki sorunun da cevabı olacak şekilde çeşitli görüşler belirtmiş olup bunlar Çizelge 17'de verilmiştir.

Çizelge 17. Sokak sütçülüğünü önlemeye yönelik üretici görüşleri

Üretici görüşleri	Üretici sayısı	(%)
Yasal sınırlamalar getirmek	15	18,3
STM süt alım fiyatlarını yükseltmek, primi arttırmak	13	15,9
STM'ne zorunlu süt satış koşulu getirmek	3	3,7
Sokak sütü satışlar için denetimleri arttırmak	7	8,5
Üreticiye süt alım garantisi sağlamak	2	2,4
Üretim bölgelerine yakın modern tesisler kurmak	4	4,9
Modern sağım sistemlerini teşvik etmek	2	2,4
STM'ni modernize etmek	4	4,9
Süt alımı yapan kooperatifleri desteklemek	2	2,4
Cevapsız	30	36,6
Toplam	82	100,0

Bulgular incelendiğinde üreticilerin seyyar sütçülüğün önlenmesi konusunda çok farklı görüşler taşıdığı anlaşılmaktadır. Diğer bir ifadeyle üreticiler aslında seyyar sütçülüğün önlenmesi konusunda net bir görüşe veya çoğunluğun ortak paydası olabilecek bir görüşe sahip değildirler. Üreticilerin %36,6 gibi önemli bir bölümünün seyyar sütçülüğün önlenmesi konusunda bir görüşe sahip olmaması, bir anlamda *bu konunun üreticiler tarafından tam olarak bir sorun şeklinde algılanmamasından* kaynaklanmış olabileceği veya üreticilerin bu konuya aslında kayıtsız kalmak istedikleri şeklinde yorumlanabilir. Bütün bu olası saptamalara karşın, görüş belirten üreticilerden sağlanan bulgulara göre de, “yasal sınırlamalar” ve “STM süt alım fiyatlarının yükseltilerek” seyyar sütçülüğüne yönelimin özellikle buna eğilim gösteren üreticiler için cazip olmaktan çıkarılması şeklindeki önerilerin en fazla taraf bulduğu söylenebilir.

4.2.5. Hayvan Barınağı ve Sağlığı, Süt Hijyeni, Kontrol ve Kaliteye İlişkin Bulgular

4.2.5.1. Hayvan Barınağı

Günümüzde tüketicilere daha sağlıklı ürünler sunmak amacıyla, sadece daha yoğun olarak kamuoyu gündeminde olan yaş meyve ve sebze ürünleri için değil aynı zamanda pek çok hayvansal ürün için de “izlenebilirlik” konusu büyük önem taşımaktadır. Artık bir yandan yaş meyve ve sebzeler için “tarladan sofraya veya çatala kadar izlenebilirlik” konuşulurken diğer yandan da süt gibi hayvansal ürünler için “ahırdan veya barınaktan sofraya izlenebilirlik” konuşulur ve önem verilir bir duruma gelmiştir. Örneğin hayvansal ürünler tüketen tüketicilerin sağlığının, “hayvan sağlığı” ve dolayısıyla “hayvan refahıyla” da yakından ilişkili olduğu olgusunun, pek çok tüketici ve üretici tarafından bilinen veya yakından izlenen bir noktaya doğru bakış gelişmiştir. Bu durum hayvan sağlığı veya refahının temelinde yer alan hayvan barınakları konusunu öne çıkarmıştır. Böylece sağlıklı barınaklarda hayvan besleme konusu, sağlıklı ürün üretmenin ilk aşaması olarak genel kabul görmüştür.

Belirtilen nedenlerle, araştırma kapsamındaki üreticilerin, hayvan refahını sağlamaya dönük bazı barınak özelliklerine ilişkin *genel eğilimlerinin* ve bu özelliklere verilen *önem derecelerinin* hangi yönde olduğunun belirlenmesi amaçlanmış ve elde edilen sonuçlar Çizelge 18’de özetlenmiştir. Bulgulara göre, üreticilerin büyük çoğunluğu 1. derecede önemli olarak *ahırın genel temizliğini* (%47,6) ve *barınak genişliğini* (%30,5) önemsemektedirler. İkinci derecede önemsenen konular arasında yine en fazla genel temizlik, genişlik ve sıcaklık-nem yer almaktadır.

Çizelge 18. Hayvan barınağı konusunda, önem derecesine göre üretici görüşleri

Hayvan barınağında önem verilen konular	1. Derece önemli		2. Derece önemli		3. Derece önemli		Toplam üretici sayısı
	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	
1. Sıcaklık ve nem	5	6,1	19	23,2	29	39,2	53
2. Genel temizlik	39	47,6	24	29,3	12	16,2	75
3. Barınak genişliği	25	30,5	21	25,6	15	20,3	61
4. Aydınlatma	1	1,2	12	14,6	17	23,0	30
5. Açık sistem olması	9	11,0	2	2,4	-	-	11
6. Yarı açık sistem olması	2	2,4	2	2,4	1	1,4	5
7. Havalandırma	1	1,2	2	2,4	-	-	3
Toplam	82	100,0	82	100,0	74	100,0	238

Üreticilerin hayvan refahını sağlamaya dönük barınak özelliklerinin her birine yönelik önem dereceleri konusundaki ilk 3 tercih toplamlarına bakıldığında da, üreticilerin sırasıyla *genel temizlik*, *barınak genişliği* ve *barınak sıcaklık-nem* konularını daha fazla önemsemiş oldukları anlaşılmaktadır (Çizelge 18).

Barınak temizliği en az hayvan sağlığı kadar önem taşımaktadır. Pek çok hastalık için uygun ortam oluşturulmamasına dikkat etmek gerekmektedir. Nitekim araştırma bulgularına göre de, kapsamdaki üreticilerin %84,2’si günde 1–3 kez olmak üzere, %6’sı 1 hafta ile 1 ay arasında, %9,8’i 1 ay ile 1 yıl arasında barınak temizliği yapmaktadır.

4.2.5.2. Hayvan Sağlığı

Kuşkusuz hayvan barınaklarının durumunun hayvan refahını sağlayacak şekilde iyileştirilmesi ile hayvan sağlığı önemsenmektedir. Ancak sadece barınak konusu ile hayvan sağlığını korumak yeterli olmayıp ayrıca bir takım diğer sağlık önlemlerine de gereksinim bulunmaktadır. Bunlar arasında başlıca olarak; koruyucu aşılama, düzenli veteriner kontrolü, kan ve süt muayeneleri ve genel olarak barınak temizliği gibi önlemler söylenebilir. Araştırma kapsamındaki üreticilerin de hayvan sağlığına ne derece önem verdiklerinin belirlenmesi amaçlanmış ve verilerin analiziyle Çizelge 19’daki bulgular elde edilmiştir.

Bulgulara göre, üreticilerin tamamı 1. derecede önemli gördüğü uygulamalar konusunda görüş belirtmiş ve %54,9’u, 1.derecede önemli hayvan sağlığı koruma tedbiri olarak *barınak temizliğini* seçmiştir. İkinci ve 3. derecede önemli görülen seçeneklerden en fazla olarak *koruyucu aşı yaptırmayı* seçim oranı da %36,4 olarak belirlenmiştir. Düzenli olarak *veterinere hayvan kontrolü yaptırmayı* seçimi ise görüş belirtenler arasında en fazla (%47,2) öne çıkan 4. derecede önemli tercih olarak belirlenmiştir (Çizelge 19).

Üreticilerin hayvan sağlığını koruma amaçlı uygulamaların her birine yönelik önem dereceleri konusundaki 4 tercihin de toplamlarına bakıldığında, üreticilerin önem dereceleri farklı olmakla birlikte sırasıyla genelde tüm koruma uygulamalarını önemsemiş oldukları anlaşılmaktadır (Çizelge 19).

Çizelge 19. Hayvan sağlığı konuları ve üretici açısından önem dereceleri

Hayvan sağlığını korumaya ilişkin uygulamalar	1. Derece önemli		2. Derece önemli		3. Derece önemli		4. Derece önemli		Toplam üretici sayısı
	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	
Kan ve süt muayenesi	6	7,3	11	14,3	25	14,3	20	37,7	62
Koruyucu aşı yaptırma	11	13,4	28	36,4	28	36,4	6	11,3	73
Barınak temizliği	45	54,9	23	29,9	3	29,9	2	3,8	73
Düzenli veteriner kontrolü	20	24,6	15	19,4	7	19,4	25	47,2	67
Toplam	82	100,0	77	100,0	63	100,0	53	100,0	275

Hayvan sağlığına verilen önemin başlıca göstergelerinden birisi de kuşkusuz hayvan hastalıklarından kaynaklanan ölüm oranıdır. Araştırma bulgularına göre kapsamdaki üreticilerin sadece %17,1'i son yıllarda hayvan ölümü vakası ile karşılaşmıştır. Ancak bu ölümlerin tamamı hastalık kaynaklı olmayıp doğum, kaza gibi çeşitli nedenlere de dayanmaktadır. Dolayısıyla araştırma bölgesinde hastalık kaynaklı ölüm oranı çok az düzeydedir.

Diğer yandan, yine araştırma bulgularına göre, nedeni tam olarak belirlenememiş olmakla birlikte, çok az düzeyde de olsa (%9,8) günümüze kadarki süreç içerisinde araştırma kapsamındaki üreticilerden hayvan hastalıklarından etkilenenler bulunmaktadır. Bu hastalıklardan en fazla görüleni tıp dilinde “Bruselloz” olarak bilinen ve “Akdeniz Humması” olarak da adlandırılan hastalıktır. Özellikle Akdeniz Bölgesi’nde görülen bu hastalık hayvanlardan insanlara bulaşmaktadır. Bu nedenle bulaşıcı bir hastalık olan Akdeniz Humması’na üreticilerin dikkat etmesi gerekmektedir. Hastalıktan etkilenmeyenlerin oranının yüksek olması (%91,2) hastalık sorununun önemsiz olduğu anlamına gelmemektedir. Beklenen sonuç ise bölgede hiçbir hastalık vakasının olmaması yönündedir.

Hayvanların hastalık riskinden uzaklaştırılması için diğer sağlık önlemleri yanında düzenli olarak genel temizliklerinin de yapılması gerekmektedir. Araştırma bulgularına göre, kapsamdaki üreticilerin %15,9’u hayvanlarının genel temizliği ile hiç ilgilenmemektedir. Hayvan temizliği ile ilgilenen üreticilerin de temizlik sıklıkları birbirlerinden farklılıklar göstermektedir. Örneğin üreticilerin %64,8’si 1 hafta ile 1 ay arasında temizlik yaparken, %26,5’i 1 haftadan daha az sürede, %8,7’si 1 ay ile 1 yıl arasındaki bir sürede hayvan temizliği yapmaktadır. Temizlik malzemesi olarak da büyük çoğunlukla su, kaşığı ve fırça kullanılmaktadır.

Araştırma kapsamındaki üreticilerin tamamının hayvanlarına ait bir “hayvan kimlik numarası” bulunmaktadır. Bu durum hayvanların sağlık durumu, mülkiyet, nakil, verimlik, damızlık ve benzeri amaçlar için izlenmesini kolaylaştırmaktadır. Üreticilerin %40,7’sinin hayvanlarına ait kimlik numaraları DSYB tarafından ve %59,2’sinin ise bölgedeki tarım il veya ilçe müdürlükleri tarafından verilmiştir.

4.2.5.3. Süt Hijyeni ve Kontrol

Sağlıklı süt üretimi için önemli olan bir diğer konu, çeşitli aşamalarda uygulanan ve doğrudan sütle ilgili olan sağlık önlemleri ve kontrolleridir. Bu nedenle konuyla ilgili olarak araştırma bölgesinde sürdürülmekte olan uygulamaların ve bunlara ilişkin üretici görüşlerinin belirlenmesi önem taşımaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre, kapsamdaki üreticilerin %86,6’sı, STM’nin kendilerinden süt alımı aşamasında, süt hijyeni konusunda yeterli düzeyde kontrol yaptıklarını düşünmektedirler. Bu oran yüksek olmakla birlikte %13,4 oranındaki üreticinin de kontrolün yetersiz olduğu yönündeki görüşlerini de göz ardı etmemek gerekmektedir. Çünkü sütün üretildiği noktadan ilk çıkışı ve ilk kontrolü bu aşamada başlamakta olup tüm kontrollerin eksiksiz yapılmış olması gerekmektedir.

STM, üreticilerden süt alımında genellikle; *su oranı, yağ oranı, asit düzeyi ve ilaç kalıntısı* konularında sütü kontrole tabi tutmaktadırlar. Ancak bunların sadece birini uygulayan merkezler olabildiği gibi bir kaçını birden veya bazen tamamını da uygulayan merkezler de olabilmektedir. Nitekim araştırma bulgularına göre de, görüş belirten üreticilerin büyük çoğunluğu (%35,4) *su ve yağ* oranına ilişkin kontrol yapıldığını belirtmiştir. Belirtilen kontrollerin tamamının (%5,1) veya bir kaçının (%16,5 - %13,9) yapıldığını belirten üretici oranı ise çok düşüktür (Çizelge 20).

Araştırma sonuçlarına göre, kapsamdaki süt üreticilerinin %82,9'u *hayvan sağlığı için kullanılan kimyasal ilaçların sütü etkilememesi* konusunda duyarlı davranmakta ve konuyla ilgili olarak bilgi almaya çalışmaktadırlar. Nitekim bir diğer araştırma bulgusuna göre, üreticilerin bilgi kaynaklarına başvuru konuları arasında ilaç kullanımı en önde (%16) gelen konular arasında yer almaktadır (Çizelge 20).

Çizelge 20. STM'nin, üreticilerden çiğ süt alımında uyguladığı kontrol kriterleri

	Üretici sayısı	(%)
Sadece su oranı	7	8,9
Sadece yağ oranı	2	2,5
Asit (ph)	3	3,8
Su oranı - yağ oranı	28	35,4
Su oranı - ilaç kalıntısı	3	3,8
Su oranı - asit	3	3,8
Yağ oranı - ilaç kalıntısı	2	2,5
Yağ oranı - asit	3	3,8
Su oranı - yağ oranı - ilaç kalıntısı	13	16,5
Su oranı - yağ oranı - asit	11	13,9
Su oranı - yağ oranı - ilaç kalıntısı - asit	4	5,1
Toplam	79	100,0

Üreticilerin ilaç kullanımı konusundaki duyarlılığının önemli oranda uygulamaya da yansımakta olduğu araştırmadan elde edilen bir diğer sonuçtur. Çünkü *üreticilerin %72'si hayvana ilaç verildiği günün sonrasında sağılan sütü STM'ne vermemektedir*. Süt veren üretici oranı %28 olup bunların da uygun çeşit, dozaj, zaman ve miktarda ilaç kullanımı konusunda bilgilendirilerek insan sağlığına olası olumsuz yansımaların önüne geçilmesi gerekmektedir.

Çizelge 21. Üreticinin, hijyen konusunda süt hayvancılığının çeşitli alanlarına verdiği önem dereceleri

Hijyen konuları	Önem dereceleri (1'den - 5'e)					Toplam üretici sayısı	Ortalama puan (1-5)
	Hiç önemli değil (1)	Önemli değil (2)	Fikrim yok (3)	Önemli (4)	Çok önemli (5)		
Süt üretim işletmesi hijyeni	1	2	2	15	41	61	4,44
Sağım işlemi hijyeni	-	2	3	9	47	61	4,62
Alet ve ekipmanların hijyeni	2	5	1	16	37	61	4,31
Personel hijyeni	-	19	2	11	28	60	3,76
Toplam üretici sayısı	3	28	8	51	153	243	

Sadece süt kapsamlı değil aynı zamanda süt hayvancılığının *retim işletmesi ortamı, sağım işlemi, alet-ekipman ve personel hijyeni* gibi önemli tamamlayıcı unsurlarına yönelik üretici görüşleri analiz edildiğinde ise izelge 21’de belirtilmiş olan bulgulara ulaşılmaktadır. Analizde retici görüşleri, ‘‘hiç önemli değil (1)’’ ile ‘‘ok önemli (5)’’ arasında yer alan 5’li likert leğine göre belirlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, araştırma kapsamındaki üreticiler, sadece personel hijyeni konusunu (ortalama 3,76 puan ile) nemliye yakın, diğer hijyen konularını (ortalama 4,31–4,62 arası puan ile) ok önemliye yakın düzeyde derecelendirmiştir (izelge 21).

4.2.5.4. Üreticilerin Süt Kalite Standartları Bilgi Düzeyi

Araştırma sonuçlarına göre, kapsamdaki tüm üreticilerin sadece %61’i (50 adet üretici) sütün kalite standartları konusunda bilgi sahibi olduğunu belirtmiştir. Yani %39 oranındaki üreticinin bu konuda bir bilgisi bulunmamaktadır.

Çizelge 22. Süt kalite standartları konusunda üretici görüşleri

	üretici sayısı	(%)
Renk	3	6
Akışkanlık	2	4
Yağ oranı	25	50
Koku	2	4
Renk-Akışkanlık-Yağ oranı-Koku	5	10
Renk-Akışkanlık	6	12
Renk-Koku	1	2
Akışkanlık-Yağ oranı	6	12
Toplam	50	100

Bu oran, sağlıklı süt üretiminin sağlanması için üreticilerin süt kalite standartları konusunda bilgilendirilmeleri gereğini açıkça ortaya koymaktadır. Bu değer ayrıca; üreticilerin bu konudaki bilgi kaynaklarının neler olduğu, bunların ihtiyaı karşılamadaki yeterliliği, hangi konularda bunlardan yararlanıldığı, yararlanma sıklıkları, yararlanma olanakları gibi pek çok konuyu ne çıkarmakta, gerekli ve önemli kılmaktadır. Süt kalite standartları konusunda bilgi sahibi olduğunu belirten üreticilerin (50 adet), kalite ve standart ölçüsü ile ne anladıkları veya hangi kriter(ler)i esas aldıklarına ilişkin görüşleri izelge 22’de özetlenmiştir. Bulgulara göre, görüş belirten üreticilerin yarısı süt kalite standardı kavramından sadece *sütün yağ oranını* almaktadır.

4.2.5.5. Üreticilerin Süt Hayvancılığı Konusundaki Başlıca Bilgi Kaynakları

Araştırma kapsamındaki üreticiler bilgi kaynağı olarak; kooperatif STM’ni, özel veterineri, tarım il veya ilçe müdürlüklerini, damızlık hayvan süt sığırısı yetiştirici birliğini, ziraat odasını, fabrika veya mandırayı kullanmaktadırlar. Bilgi alınan konular çok çeşitli olup bunlar; ahır temizliği, süt sağımı, hayvan besleme, süt kalitesi, hayvan sağlığı, süt muhafaza kapları, kayıt tutma, hayvanlara ilaç kullanımı ve süt işleme gibi konulardan oluşmaktadır (izelge 23).

Çizelgede belirtilmiş olan araştırma bulgularına göre, araştırma kapsamındaki toplam 82 adet üretici, araştırma dönemi öncesi son bir yıl içerisinde toplam 362 kez çeşitli konular için bilgi kaynaklarına başvurmuştur. En fazla başvuru yapılan bilgi kaynağı ise *zel veteriner (%36,7) ile kooperatif STM (%32,3)* olmuştur. Farklı kaynaklar olmak üzere bilgi kaynaklarından en fazla *hayvan sağlığı (%17,1), hayvanlar için ilaç kullanımı (%16) ve hayvan besleme (%11)* konularında danışmanlık hizmeti alınmiştir (izelge 23).

Çizelge 23. Üretici bilgi kaynakları ve yararlanılan konulara göre üretici sayıları

Bilgi kaynakları Başvuru konuları	Koop. STM	Özel veteriner	Tarım il, ilçe müdür.	Damızlık hayvan SSYB	Ziraat odası	Kendi bilgim	Mandıra fabrika	Toplam	(%)
Ahır temizliği	6	6	2	4	-	4	-	22	6,1
Süt sağımı	17	6	3	3	-	3	-	32	8,8
Süt kalitesi (yağlı/yağsız)	22	-	2	5	-	2	1	32	8,8
Süt kapları (çeşit/temizlik)	22	2	1	5	-	2	1	33	9,1
Sütün bekletilmesi	20	3	2	3	-	2	1	31	8,6
Hayvan besleme	9	9	8	10	-	4	-	40	11,0
Kayıt tutma	7	1	12	8	2	2	-	32	8,8
Hayvan sağlığı	4	50	3	4	-	1	-	62	17,1
İlaç kullanımı	1	52	2	1	-	2	-	58	16,0
Süt işleme	9	4	1	4	-	1	1	20	5,5
Toplam	117	133	36	47	2	23	4	362	100,0
(%)	32,3	36,7	9,9	12,9	0,6	6,4	1,2	100,0	

Bilgi kaynakları ile danışılan konular da birbirleriyle örtüştüğüne göre, üreticilerin büyük oranda hayvan sağlığı konularında bilgilendirilmesinin veya hayvan sağlığı konularında üreticileri destekleyecek araçları da kapsayan politikalar izlenmesinin tutarlı bir yaklaşım olacağı söylenebilir.

Üreticiler, bilgi kaynaklarını yukarıda belirtilen nedenler dolayısıyla farklı sıklıklarda ziyaret etmektedirler. Bu yöndeki araştırma bulgularına göre; hiç ziyaret etmeyen üretici sayısının en fazla olduğu bilgi kaynağı *ziraat odası*, her gün ziyaret ettiğini belirten üretici sayısının en fazla olduğu bilgi kaynağı *kooperatif STM* ve genelde ihtiyaç oldukça ziyaret edilen bilgi kaynağı ise *özel veterinerdir* (Çizelge 24).

Çizelge 24. Bilgi kaynaklarını ziyaret sıklığına göre üretici sayıları

Bilgi kaynakları Ziyaret sıklığı	Koop. STM	Özel veteriner	Tarım il ve ilçe müdür.	Damızlık hayvan SSYB	Ziraat odası	Toplam
Hiç	6	-	11	14	36	67
Her gün	53	1	1	2	-	57
Haftada	2	9	18	2	2	33
1 ayda	2	17	11	11	3	44
3 ayda	2	19	21	13	-	55
Yılda	2	-	-	12	7	21
İhtiyaç oldukça	-	22	-	2	-	24
Toplam	67	68	62	56	48	301

4.3. Seyyar Sütçülere Süt Veren Üreticilere Yönelik Bulgular

Bu bölümde yer alan araştırma bulguları, STM yerine seyyar sütçülere süt veren ve tesadüfi olarak seçilmiş üretici grubundan sağlanan verilere dayanmaktadır. Araştırmanın 2. aşaması olan “STM’ne süt verenlere yönelik alan araştırması”, STM’ne süt veren üreticilerin büyük bölümünün yer aldığı *Korkuteli, Merkez ve Elmalı* ilçeleri merkez ve köylerindeki *toplam 82 adet üretici* ile

gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın 3. ve son aşaması olan seyyar sütçülere süt veren üreticilere yönelik alan araştırması ise 2. aşamanın gerçekleştiği bölgelerde ve eşit sayıdaki üretici ile yapılması planlanmış olmasına karşın, büyük çoğunlukla *Merkez ve bağlı köylerdeki üreticilerle yüz yüze görüşmeye dayalı anket çalışması* ile tamamlanmıştır.

Seyyar sütçülülere süt veren üreticilere veya diğer özel şahıslara yönelik *kayıtlı ve güvenilir istatistiki veri bulunmaması* ayrıca 1. ve 2. aşama alan araştırmalarından elde edilen bilgilere göre *seyyar sütçülerin; büyük çoğunlukla Merkez ve bağlı köylerde bulunmasından veya buralardaki üreticilerle diğer yerlere oranla çok daha yoğun ilişkide bulunduğunun anlaşılmasından hareketle zorunlu olarak Merkez ve bağlı köyler araştırma 3. aşama kapsamına alınmıştır.*

Seyyar sütçülük faaliyetinin Merkez ve bağlı köylerde odaklanmasının temelinde de, çiğ süt talep eden tüketicilerin çoğunlukla şehirde ikamet etmesi bulunmaktadır. Çünkü seyyar sütçüler, *şehre yakınlık, ulaşım avantajı ve sütün tazeliğini muhafaza etme* gibi avantajları değerlendirmektedir. Seyyar sütçülüğe yönelik sağlıklı istatistik kayıtlar olmamasının temelinde ise hem bunları *kayda alan bir kurumun olmaması* hem de seyyar sütçülük faaliyeti yapanların, *vergi ve ceza gibi çeşitli korkular* nedeniyle bunu açıklamaktan çekinmeleri yatmaktadır. Aslında Antalya ilinde konuya en yakın örgütlenme olarak *Sütçüler ve Yoğurtçular Derneği* olmasına karşın mevcut kayıtlarda sadece seyyar sütçülük yapanları kapsayan sağlıklı veri bulunmamaktadır.

Belirtilen nedenlerle araştırmanın seyyar sütçülere süt veren üreticilere yönelik olan 3. aşaması; en fazla seyyar sütçülük faaliyetinin olduğu bilgisine ulaşılan Merkez ilçeye bağlı 10 köyden ve ayrıca Serik ilçesine bağlı 1 köyden olmak üzere, *“seyyar sütçülük yapanlara süt veren” veya “seyyar sütçülük de yapan” üreticilerden ulaşılabilen ve tesadüfen belirlenen toplam 74 adeti ile yüz yüze görüşmeye dayalı anket çalışması* ile tamamlanmıştır. Dolayısıyla araştırmanın 2. aşamasında görüşme yapılmış olan toplam 82 adet üretici sayısının bu aşamada da aynı sayıda olmasına büyük özen gösterilmiş olmasına karşın belirtilen korkulara bağlı olarak anket görüşmesine olumlu cevap veren üretici bulmak konusunda büyük güçlükler yaşanması nedeniyle ancak *74 adet üretici ile görüşme olanağı* bulunabilmiştir. Bunun *%94,6’sı Merkez ilçede (70 adet) ve %5,4’ü (4 adet) ise Serik ilçesinde* yer almaktadır.

Seyyar sütçülük faaliyetini, *aynı zamanda süt hayvancılığı da yapan üreticiler yanında hiç üretim yapmayıp* sadece üreticiden aldığı sütü şehirde pazarlayan *özel satıcılar* da yapabilmektedir. Bu aşamadaki araştırma kapsamına, STM’ne süt veren üreticilerle karşılaştırmalı analiz yapabilmek amacıyla; *üretim yanında seyyar satıcılık da yapan üreticiler* ile *“özel satıcılar” olarak tanımlanan seyyar satıcılara süt veren üreticiler* dâhil edilmiştir. Sadece seyyar sütçüler kapsamlı bir alan araştırması konusu; proje amaçlarındaki önceliklerde olmaması, zaman sınırlılığı (1 yıl), projenin zaten üç ayrı alan aşamasından oluşan yoğunluğu ve yardımcı personel sayısının sınırlılığı gibi nedenlerle bu araştırmanın kapsamı dışında bırakılmış olup burada özellikle *seyyar sütçülere süt veren üreticiler üzerinde odaklanılması hedeflenmiştir.* Zaten seyyar sütçülük yapan üreticilere yönelik kayıtlı veri temini zorluğu yanında özel satıcılara yönelik kayıtlı veri bulmada daha büyük bir zorluk söz konusudur. Öte yandan bütün bu zorluklara karşın özel satıcılara ilişkin veri bulunsa dahi bunlarla görüşme olanağı oldukça zayıftır. Nitekim çeşitli tarihlerdeki uygulanan bölgesel kapsamlı yasaklamalar, vergi ve ceza uygulaması gibi endişelerin, üreticilere oranla sayıları çok az olduğu sanılan özel seyyar satıcılarda daha yüksek olduğu, araştırmada ortaya çıkan önemli gözlemlerdendir.

4.3.1. Başlıca Sosyo-Ekonomik Özellikler

4.3.1.1. Yaş, Cinsiyet ve Eğitim Düzeyi

Araştırma kapsamında görüşme yapılan üreticilerin *%74,3’ü erkek* olup yaş ortalaması *50,7’dir.* Seyyar sütçülere süt veren üreticilerin büyük çoğunluğu (*%90,5*) ilköğretim, *%2,7’si* lise mezuniyet derecesine sahiptir (Çizelge 25).

Eğitim düzeyi konusunda seyyar sütçülere süt veren üreticilerin, STM’ne süt veren üreticilerden ayrılan ve öne çıkan bazı farklı yanları; kadın oranının daha fazla olması, yüksekokul mezununun hiç olmayıp büyük çoğunluğunun ilköğretim mezunu (*%90,5*) olmasıdır (Çizelge 25).

Çizelge 25. Eğitim düzeyine göre seyyar sütçülerin durumu (%)

Eğitim durumu	Üretici sayısı	(%)
Okur-yazar olmayan	5	6,8
İlköğretim	67	90,5
Lise	2	2,7
Toplam	74	100,0

4.3.1.2. Üreticilik Deneyimi

Seyyar sütçülere süt veren üreticilerin ortalama *çiftçilik deneyimleri 22,1 yıl* ve *süt hayvancılığı yapma deneyimleri ise ortalama 17,9 yıl* olarak belirlenmiştir. Anlaşıldığı gibi bu grup üreticiler de STM'ne süt veren üreticiler gibi süt hayvancılığı faaliyetini uzun zamandır sürdürmektedirler.

Aynı üreticilerin %77'si tüm yaşamı boyunca çiftçilik yapmaktayken, %23'ü çiftçilik faaliyeti veya süt hayvancılığı faaliyeti öncesinde serbest meslek alanındaki bir ticari faaliyetle veya işçilikle uğraşmıştır.

4.3.1.3. İşletmelerin Bitkisel Üretim Alanı ve Hayvan Varlığı

Araştırma sonuçlarına göre seyyar sütçülere süt veren üreticilerin yarısından biraz fazlası (40 işletme – tamamın %54,1'i) süt hayvancılığı yanında *bitkisel üretim faaliyeti* de yapmaktadır. Bu oran daha önceki bölümde belirtildiği gibi STM'ne süt veren üreticilerde çok daha yüksektir (%92,7).

Tüm seyyar sütçülere süt veren işletmelerdeki ortalama büyükbaş hayvan varlığı 8,5 baş ancak halen sağım yapılan ortalama büyükbaş hayvan varlığı ise *4,2 baş'tır*. İşletme büyüklüğü bakımından da bu gruptaki üreticilerin STM'ne süt veren üreticilerden önemli farklılığı bulunmamaktadır.

4.3.2. Süt Pazarlaması

4.3.2.1. Süt Sağımı ve Muhafaza Kabı Tercihine İlişkin Bulgular

Gerek STM'ne süt veren ve gerekse vermeyen üreticiler arasında süt sağım şekli bakımından farklılık bulunmamakta aksine aynı oranlara yakın değerlerle karşılaşılmaktadır. Bu aşamadaki bulgulara göre, üreticilerin %70,3'ü 2. aşamadaki verilere göre ise %70,7'si *sağım makinesi* kullanırken diğerleri elle sağım yapmaktadır.

Sağım yapılan yer konusunda da bu iki üretici grubu arasında benzer bir durum söz konusudur. Çünkü STM'ne süt vermeyen (yani seyyar sütçüleri tercih eden) üreticilerin %98,6'sı verenlerin ise %97,6'sı *sağım işini ahırda* yaparken diğerleri bahçeyi tercih etmektedir.

Araştırmadan elde edilen bir diğer bulguya göre de; üreticilerin büyük çoğunluğu (%74,3), sağım yapılan sütü seyyar sütçülere verilmeye kadar (eğer kendileri seyyar sütçülük yapıyorsa, şehre pazarlama için gönderilecek araç tankına aktarılınca kadar) *çelik güğümlerde* muhafaza etmektedir. Bunlar da büyük çoğunlukla sağım makinesinin güğümleri olmaktadır. Buna karşın üreticilerin bir kısmı plastik kapları (%17,6) bir kısmı da (%8,1) temizlenmiş yağ tenekelelerini bu amaç için kullanmaktadır.

STM'ne süt veren üreticilerden çelik güğümü tercih edenlerin oranının (%53,7) bu grup üreticilerden tercih edenlerin oranından daha az olması dikkati çekmektedir. Mevcut bulguların tam aksine, *örgütlü süt pazarlamayı tercih eden üreticilerin büyük çoğunluğunun plastik kap ve teneke yerine daha sağlıklı olan çelik güğümleri tercih etmeleri beklenmekteydi*. Kuşkusuz bunda muhafaza kapları arasındaki maliyet farklılığının büyük etkisi bulunmaktadır. Çünkü *eğitim düzeyi* bakımından seyyar sütçülüğü tercih eden üreticilerin STM'ne süt verenlere oranla belirgin bir üstünlükleri bulunmayıp tam aksine ilköğretim düzeyindeki üreticilerin oranı daha yüksektir.

Öte yandan, seyyar sütçülere süt veren üreticilerin, STM kanalıyla satışı yapılanlara oranla daha yüksek fiyat düzeyinde süt pazarlaması yaptıklarından elde etmiş oldukları *gelir düzeyi daha yüksektir*. Bunun yanında, seyyar satıcılıkta genelde *soğutma sistemi* olmayan araçlarla şehre süt

taşıdığından, özellikle pazarlamanın daha yoğun olduğu yaz mevsiminde, sütün kısa sürede bozulması riskine girilmek istenmemesi de çelik güğümleri tercih etmenin başka bir nedeni olarak öne çıkmaktadır.

Sağılan süt, seyyar sütçülere verilinceye kadar (eğer kendileri seyyar sütçülük yapıyorsa, şehre pazarlama için gönderilecek araç tankına aktarılincaya kadar) bahçede, sağım yapılan ahırda veya evde serin olan bir yerde (çok az miktarda ise bazen buzdolabında) bekletilmektedir. Bulgulara göre, *evde bekletmeyi tercih edenlerin oranı %51,4* ile en fazladır. Bunu ahırda (%25,7) ve bahçede (%23) bekletenler izlemektedir.

4.3.2.2. Fiyat Oluşumu

Çiğ süt fiyatı oluşumu, STM kanalıyla yapılan pazarlama ile seyyar sütçülük yoluyla gerçekleştirilen pazarlamaya göre farklılık göstermektedir.

Birinci yöntemde süt fiyatı oluşumu, STM kapsamlı bölümde ayrıntılı olarak açıklandığı gibi kooperatif merkez birliği ile süt fabrikaları arasında gerçekleştirilen ihale sistemi ile sağlanmaktadır.

İkinci yöntemde fiyat oluşumu ise seyyar sütçülerin üretici olup olmamasına bağlı olarak değişmekle birlikte genellikle piyasa koşullarına göre tek taraflı olarak fiyat belirlenmesi şeklinde meydana gelmektedir. Böylece *çiğ süt pazarlama sisteminde pazarlayana göre değişen farklı fiyat oluşumu* ile karşılaşmaktadır.

Örneğin araştırmadan elde edilen bulgulara göre, STM kaynaklı satışta *çiğ süt fiyatı 421 Ykrş/lt* iken seyyar sütçülükte iki farklı seçenek belirmektedir. Bunlardan birincisine göre, eğer şehirdeki tüketicilere pazarlamayı doğrudan üretici yapıyorsa *çiğ süt fiyatı 800–1000 Ykrş/lt* dir. İkinci seçeneğe göre de, eğer üretici doğrudan satış yerine (üretici olsun veya olmasın) başka bir seyyar sütçüye satış yapıyorsa *çiğ süt fiyatı 600 Ykrş/lt*, bu seyyar sütçünün tüketiciye satış yaptığı fiyat düzeyi ise *800–1000 Ykrş/lt* arasında değişmektedir (Bkz. Çiğ Süt Pazarlama Kanalları).

4.3.2.3. Üreticiler Kimlere Süt Satışı Yapmaktadır?

STM'ne süt vermeyen üreticiler iki ayrı satış kanalı seçeneği üzerinde karar vermektedirler:

- a) Bunlardan ilki, eğer üretici yeterli miktarda süt üretimine sahipse, “sadece kendi üretimini doğrudan kendisinin seyyar sütçülük yoluyla pazarlama yapmasıdır”.
- b) İkinci seçenek ise üreticinin kendisinin pazarlama yapmayıp sütünü “diğer seyyar sütçülük yapanlara vermesidir”. Diğer seyyar sütçüler de;
 - b₁) “kendi üretimi yanında diğer üreticilerin de sütünü pazarlayan üreticiler” ve
 - b₂) “hiç üretim yapmayıp sadece üreticilerin sütünü alıp pazarlayan özel satıcılar” şeklinde iki alt gruba ayrılmaktadır.

Araştırma bölgesindeki (74 adet üreticiyi kapsayan) mevcut uygulamaya ilişkin bulgulara göre;

- ◆ “*kendi ürettiği sütü seyyar sütçülükle pazarlayan üreticilerin oranı %56,8*” ve
- ◆ “*diğer seyyar sütçülere süt veren üreticilerin oranı ise %43,2*” dir.

Anlaşıldığı gibi, kamuoyunda sokak sütçülüğü olarak da bilinen *seyyar sütçüğün temelinde süt üretimi yapan üreticilerin önemli payı* bulunmaktadır. Kuşkusuz bunun da gerisinde, diğer etkenler yanında, sokak sütçülüğünde kooperatife oranla daha yüksek fiyattan süt pazarlama ve daha yüksek gelir olanağı sağlama düşüncesinin de etkisi olduğu düşünülmektedir. Çünkü mevcut bulgulara göre, seyyar sütçülükle üreticiden tüketiciye doğrudan yapılan satış fiyatı ile kooperatife bağlı STM kanalıyla yapılan satış fiyatı arasında *yaklaşık 2 kat fark* bulunmaktadır.

4.3.2.4. Üreticilere Göre, “ Kimler Seyyar Sütçülük Yapmaktadır? ”

Hangi birimlere (*kimlere*) *süt satışı yapıldığına* ilişkin mevcut uygulama yukarıda belirtildiği şekilde olmakla birlikte, genellikle *kimlerin seyyar sütçülük yapmakta olduğu* konusundaki üretici görüşlerine başvurularak elde edilen sonuçlar biraz daha farklıdır. Buna göre üreticilerin;

- ◆ *%83,8'i*, seyyar sütçülüğü gerçekte *üreticilerin* yaptığını,

- ◆ %5,4'ü, hem üretici hem de özel satıcıların yaptığını ve
- ◆ %10,8'i ise sadece özel satıcıların yaptığını düşünmektedir.

Bu sonuç, bir önceki bölümde belirtilmiş olan “*üreticilerin seyyar sütçülük faaliyetinde önemli payı bulunduğu*” yönündeki araştırma bulgusuyla örtüşmekte ve onu desteklemektedir.

4.3.2.5. “*Niçin Üreticiler Seyyar Sütçülüğü Tercih Etmektedirler?*”

Üreticilerin “*seyyar sütçülere süt vermesine veya seyyar sütçülüğü tercih etmesine yol açan*” çeşitli nedenler bulunmaktadır. Bu nedenler bir anlamda, üreticilerin “*niçin STM’ne süt vermeyi tercih etmedikleri veya veremedikleri*” sorusuna ait bazı cevapları da içerisinde barındırmaktadır. Araştırma kapsamındaki üreticilere, “*seyyar sütçülere süt verme veya seyyar sütçülüğü tercih etme*” nedenlerinin neler olabileceği ve bunların etki derecelerinin (en önemli ilk 3 neden) nasıl olduğu yönündeki görüşleri sorulduğunda, Çizelge 26’da belirtilmiş olan bulgular elde edilmiştir.

Çizelge 26. Üreticilerin seyyar sütçüye süt vermeyi tercih etme nedenleri ve bunların etki dereceleri

Üreticilerin seyyar sütçüye süt vermeyi tercih nedenleri	1. Derecede etkili		2. Derecede etkili		3. Derecede etkili		Toplam üretici sayısı
	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	
1. Fiyatın yüksek olması	58	78,4	8	10,8	3	4,1	69
2. Peşin veya kısa sürede ödeme	1	1,4	14	18,9	6	8,1	21
3. Akraba olması	-	-	1	1,4	1	1,4	2
4. Arkadaş olması	-	-	4	5,4	1	1,4	5
5. Aynı köyden olması	2	2,7	5	6,8	4	5,4	11
6. Tanıdık olması	2	2,7	5	6,8	6	8,1	13
7. Güven duyma	-	-	3	4,1	5	6,8	8
8. Girdi desteği vermesi	-	-	-	-	-	-	-
9. Avans para vermesi	-	-	-	-	1	1,4	1
10. Kendi işim	6	8,1	26	35,1	2	2,7	34
11. Mandıranın az fiyat vermesi	-	-	-	-	2	2,7	2
12. Başka satış seçeneği olmaması	4	5,4	4	5,4	1	1,4	9
13. Üreticinin satış imkânı zayıflığı	1	1,4	1	1,4	-	-	2
14. Üretici satışının masraflı olması	-	-	1	1,4	1	1,4	2
15. Cevapsız	-	-	2	2,7	41	55,4	43
Toplam	74	100,0	74	100,0	74	100,0	222

Bulgulara göre, üreticilerin seyyar sütçüye süt verme konusunda en fazla öne çıkan 1. derecede etkili neden “*fiyat yüksekliği*” (%78,4) seçeneğidir. İkinci derecede etkili nedenler arasında öne çıkan “*peşin ödeme olması*” (%18,9) seçeneğidir. Üretici tercihinde üçüncü derecede etkili olan nedenler arasında öne çıkan çok belirgin bir seçenek bulunmamaktadır. Ancak *akraba, arkadaş, köylüm ve tanıdık* şeklindeki nedenlerin toplamı, 2. ve 3. derecede etkili nedenler toplamında 1/5’in üzerinde paya sahip olup dikkat çekmektedir (Çizelge 26).

Bu aşamadaki verilerden de anlaşıldığı gibi *yüksek fiyat vermesi, peşin ödeme yapılması ve dost-akraba ilişkileri seyyar sütçüye süt satışında en etkili nedenlerdir*. Bu sonuç, farklı bakış açılarını karşılaştırma ve bulguları kontrol etme amacıyla STM kapsamlı ve STM’ne süt veren üreticiler

kapsamlı diğer iki farklı gruba da yöneltilen “niçin üreticiler seyyar sütçüye süt vermektedirler” sorgusuna cevaben elde edilen bulgularla, oranları farklı olmakla birlikte büyük oranda örtüşmektedir.

Hem süt hayvancılığı hem de seyyar sütçülük yapan üreticilerin ise diğer öne çıkan nedenler yanında ayrıca “kendi işim” seçeneğini de belirtmiş oldukları görülmektedir. Nitekim bu seçeneği açıkça belirten üreticilerin sayısı 34 olup bu değer, araştırmanın bu aşamasındaki toplam 74 adet üreticinin yaklaşık %46’sıdır (Çizelge 26). Bu oran önceki bölümde saptanmış olan değere (%56,8 - ürettiği sütü kendi pazarlayan üreticilerin oranı) yakındır. Bir kısım üreticinin, diğer öncelikli seçenekler nedeniyle kendi işim seçeneğini bu aşamada dikkate almayabileceği olasılığı düşünüldüğünde hem üretici ve hem de seyyar satıcılık yapanların toplamdaki oranının en az %50 düzeyinde olduğu gerçeğinin daha net anlaşıldığı söylenebilir.

4.3.2.6. “ Niçin Üreticiler STM’ne Süt Vermemektedirler? ”

Üreticilerin Çizelge 26’da belirtilen nedenlerle seyyar sütçülüğü tercih etmesi yanında ayrıca STM kaynaklı bazı nedenlerin de etkisiyle seyyar sütçülüğün üreticilere daha cazip hale gelmiş olabileceği düşünülmüştür. Araştırmada konunun bu yönden de incelenmesinin anlamlı olacağı kabul edilerek, üreticilerin “STM’ne süt vermemesine veya STM’ni tercih etmemesine yol açan” ve dolaylı olarak “üreticileri STM yerine seyyar sütçülüğe doğru yönlendiren” STM kaynaklı çeşitli nedenlerin bulunabileceği varsayımı üzerinde durulmuştur.

Bu nedenle araştırmanın bu aşamasında yer alan seçilmiş üreticilere, “STM’ne süt vermeme” nedenlerinin neler olabileceği ve bunların etki derecelerinin (en önemli ilk 3 neden) nasıl olduğu yönündeki görüşleri sorulduğunda Çizelge 27’de belirtilmiş olan bulgulara ulaşılmıştır.

Bulgulara göre, üreticilerin STM’ne süt vermeme konusunda en fazla öne çıkan 1. derecede etkili neden “süt alım fiyatının düşüklüğü” seçeneğidir. Bu sonucun, “seyyar sütçüye süt verme konusunda 1. derecede etkili olan nedenin fiyat yüksekliği (%78,4) (Çizelge 26)” olduğu şeklindeki bulgunun tam tersi olduğu görülmektedir.

Çizelge 27. Üreticilerin STM’ne süt vermeme nedenleri ve bunların etki dereceleri

Üreticilerin STM’ne süt vermeyi tercih etmeme nedenleri	1.Derecede etkili		2.Derecede etkili		3.Derecede etkili		Toplam üretici sayısı
	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	
1. Bölgede STM’nin olmaması	11	14,9	5	6,8	-	-	16
2. STM’nin uzak bölgede olması	3	4,1	8	10,8	7	9,5	18
3. STM’ne üyeliğin olmaması	3	4,1	-	-	1	1,4	4
4. STM yönetimi ile anlaşamama	1	1,4	7	9,5	-	-	8
5. STM’nin üyelik aidatı istemesi	-	-	1	1,4	6	8,1	7
6. Süt alım fiyatının düşük olması	51	68,9	6	8,1	1	1,4	58
7. STM’nin yağlı süt istemesi	-	-	2	2,7	-	-	2
8. Süt kalitesinde anlaşamama	-	-	1	1,4	3	4,1	4
9. STM’nin destek vermemesi	1	1,4	21	28,4	9	12,2	31
10. STM’nin geç ödeme yapması	2	2,7	12	16,2	18	24,3	32
11. Kazancın az olması	-	-	2	2,7	-	-	2
12. STM’nin yemi pahalı vermesi	-	-	1	1,4	-	-	1
13. Cevapsız	2	2,7	8	10,8	29	39,2	39
Toplam	74	100,0	74	100,0	74	100,0	222

Anlaşıldığı gibi, üreticilerin mevcut pazar kanalı seçiminde en fazla belirleyici etken *çiğ sütün satış fiyatı* düzeyidir. İkinci derecede etkili nedenler arasında “*STM'nin destek vermemesi*” (%28,4) ve 3. derecede etkili nedenler arasında “*STM'nin geç ödeme yapması*” (%24,3) seçenekleri öne çıkmaktadır (Çizelge 27).

Üreticilerin STM'ne süt vermeme nedenlerinin her birine yönelik olarak etki dereceleri konusunda görüş belirten tüm üreticilerin ilk 3 tercihleri toplamları karşılaştırıldığında da, üreticilerin sırasıyla; *düşük süt alım fiyatı, destek vermeme ve geç ödeme yapma* nedenlerini önemli etkenler olarak gördükleri anlaşılmaktadır (Çizelge 27).

4.3.2.7. Üreticilere Göre, “ Tüketiciler Niçin Sokak Sütünü Tercih Etmektedirler? ”

Araştırmanın 1. aşama bulgularına göre “*STM'nin %60,3'ü*” ve yine araştırmanın 2. aşama bulgularına göre de “*STM'ne süt veren üreticilerin %82,9'u*”, tüketicilerin *sokak sütü yerine işlenmiş ve paketlenmiş süte daha fazla ilgi duymakta olduğu* görüşündedirler. Buna karşın araştırmanın “*seyyar sütçülere süt veren üreticilerin %98,6'sına göre*” ise tüketiciler, sokak sütü olarak da adlandırılan açık süte daha fazla ilgi duymakta ve onu tercih etmektedirler. Görüldüğü gibi her üç grup üretici de, içerisinde yer aldığı pazarlama ağı ve ürün şeklinin tüketici tarafından daha fazla tercih edildiği görüşündedirler.

İlk iki grup paketlenmiş süt pazarlama ağında yer alırken son grup seyyar sütçülük şeklindeki pazarlama ağında faaliyet göstermektedir. Her üç grup da, kendi hedef kitleleri olan tüketicilerin, kendileri açısından daha avantajlı olan tercih nedenlerini öne sürmektedirler. Dolayısıyla bu verilere göre, üreticilerin, tüketici görüşleri konusunda bir ölçüde yanlı olabilecekleri söylenebilir. Tercih nedenlerine dayalı yaklaşımların doğru olma olasılığı olmakla birlikte, bu aşamada, kapalı ve açık süt kullanımını tercih eden tüketicilerle yapılan alan araştırması ile bunların doğrulanması veya reddedilmesi olanağı bulunmamaktadır. Sonuç olarak, mevcut bulguların, sadece her bir grubun eğilim ve beklentilerini yansıtan genel görüşler olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Alan araştırmasının 3. aşamasında yer alan “*seyyar sütçülere süt veren üreticilerin*” görüşlerine göre, üreticilerin seyyar sütçülere süt vermeyi tercih etmeleri konusunda en fazla öne çıkan 1. derecede etkili neden, tüketicilerin “*açık sütün daha taze olacağına olan inancıdır*”. İkinci derecede önemli görülen nedenler arasında “*açık sütün fiyatının düşük olması*” (%40,5) ve üçüncü derecede önemli nedenler arasında ise “*veresiye satış olanağı*” (%16,2) ve “*sütün kapıya kadar getirilmiş olması*” (%14,9) seçenekleri öne çıkmaktadır (Çizelge 28).

Çizelge 28. Üreticilere göre, tüketicilerin açık sütü tercih etme nedenleri ve bunların önem dereceleri

Üreticilere göre, “tüketicilerin açık sütü tercih etme nedenleri”	1. Derece önemli		2. Derece önemli		3. Derece önemli		Toplam üretici sayısı
	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	
1. Fiyatının düşük olması	1	1,4	30	40,5	4	5,4	35
2. Sütün kapıya kadar getirilmesi	1	1,4	20	27,0	11	14,9	32
3. Daha taze olduğu inancı	70	94,6	-	-	-	-	70
4. Veresiye olanağı sunulması	-	-	1	1,4	12	16,2	13
5. Tadının güzel olması	2	2,7	1	1,4	1	1,4	4
6. Kapalı sütte ilaç olduğu inancı	-	-	4	5,4	-	-	4
7. Cevapsız	-	-	18	24,3	46	62,1	64
Toplam	74	100,0	74	100,0	74	100,0	222

Tüketicilerin tercih nedenleri ve bunların önem dereceleri konusunda görüş belirten tüm üreticilerin ilk 3 tercihleri toplamları karşılaştırıldığında da, üreticiler sırasıyla; *tazeliğe olan inanç, düşük fiyat ve*

sütün kapıya kadar getirilmesi nedenlerinin, tüketicilerce en önemli nedenler olarak görüldüklerini düşünmektedirler (Çizelge 28).

Buradan da anlaşılacağı gibi, tüketicilerin paketli mi yoksa açık süt mü tercih ettikleri konusunda *farklı* düşünen üç üretici grubu, açık sütün tercih edilmesine yol açan başlıca nedenler konusunda ise *ortak* düşünceye sahip bulunmaktadır. Özellikle “*düşük fiyat*” ve “*tazelik*” konusu her üç alan araştırması sonucunda ortaya çıkan ve tüketici tercihlerinde en etkili oldukları düşünülen ortak nedenlerdir.

4.3.3.1. Başlıca Göstergelere Göre Üretici ve Seyyar Sütçü İlişkileri

Seyyar sütçülük faaliyeti içerisinde yer alan (ve büyük çoğunlukla seyyar sütçülere satış yapan) üreticiler ile seyyar sütçüler arasındaki bazı önemli ilişkilerin, *araştırma kapsamındaki üreticilerin görüşlerine başvurularak* açıklığa kavuşturulması amaçlanmış ve sonuçlandırılan anket verilerine dayalı analizlerde ortaya çıkan başlıca bulgular aşağıda sırasıyla özetlenmiştir.

4.3.3.2. Süt Bozulması Olayları

Araştırma sonuçlarına göre, üreticilerin tamamına yakını (%97,3), seyyar sütçülere verilen veya seyyar sütçülükle pazarlanan süt ile ilgili olarak hiç *bozulma vakası* ile karşılaşmamıştır. Üreticilerin sadece çok az bir bölümü (%2,7), yaz döneminde yaşanan yüksek sıcaklar dolayısıyla sütün seyyar sütçüye teslim edileceği zamana kadarki süreçte nadir de olsa bozulma vakası yaşamıştır.

4.3.3.2. Seyyar Sütçüler ile Sözleşme Durumu ve Kapsamı

Daha önce açıklanmış olan “*üreticilerin kimlere süt satışı yaptığı*” başlıklı bölümde de belirtildiği gibi, üreticilerin yarısından biraz fazlası (42 üretici – toplamın %56,8’i) sadece kendi üretimini “*doğrudan kendisi*” seyyar sütçülükle pazarlamakta, geriye kalan bölümü (32 üretici – toplamın %43,2’si) ise “*diğer seyyar sütçülere*” süt vermektedir. Dolayısıyla sütü alan *üreticilerle sözleşme* yapılması durumu, ürününü kendi pazarlayanlar için değil sadece diğer seyyar sütçüler için söz konusu olmaktadır.

Yapılan sözleşmeler de *yazılı olmayıp* karşılıklı güvene dayanan *sözlü anlaşma* şeklinde gerçekleştirilmektedir. Nitekim gerek STM’ne süt veren üreticiler ve gerekse STM kapsamlı alan araştırmaları bulgularına göre de, üretici ve pazarlayıcı arasındaki mevcut ilişkiler yazılı sözleşmeye göre değil sözlü anlaşmaya dayalı olarak yürütülmektedir.

Seyyar sütçülere süt veren ve sözlü anlaşma yapan üreticilerin büyük çoğunluğu (%85,3), *anlaşma kapsamında* öncelikle *süt fiyatını* öne çıkarmaktadır. Yani bir anlamda süt fiyatı, her iki tarafça da, karşılıklı olarak öncelikle kararlaştırılması gereken bir konu olarak görülmektedir. Fiyat konusunu önem sırasına göre; *süt alım miktarı* ve *süt alım dönemi veya zamanı* izlemektedir. Bu bulguların, STM’ne süt veren üreticiler konusundaki bulgularla, hem anlaşma kapsamında dikkat edilen konular hem de bunların önem sıralaması bakımından benzerlik gösterdiği görülmektedir.

Araştırma bulgularına göre, üreticiler ile seyyar sütçüler arasındaki *anlaşmanın bozulması* olayı ile hiç karşılaşılmamış ancak çeşitli nedenlerle seyyar sütçünün bu işi bırakması durumunda süt verme işinden vazgeçildiği görülmüştür.

4.3.3.3. Süt Bedeli, Ödeme Şekli ve Aynı Yardımlar

Araştırma bulgularına göre, seyyar sütçülükte iki farklı seçenek belirlemektedir. Bunlardan birincisine göre, eğer şehirdeki tüketicilere pazarlamayı doğrudan üreticinin kendisi yapıyorsa çiğ süt fiyatı *800–1000 Ykrş/lt*’dir. İkinci seçeneğe göre de, eğer üretici doğrudan satış yerine seyyar sütçülük yapan başka bir üreticiye veya özel satıcıya satış yapıyorsa çiğ süt fiyatı *600 Ykrş/lt*, bu seyyar sütçünün tüketiciye satış yaptığı fiyat düzeyi ise *800–1000 Ykrş/lt* arasında değişmektedir (Bkz. Çiğ Süt Pazarlama Kanalları).

Fiyat oluşumu ise *serbest piyasa* koşulları altında ve taraflar arasındaki anlaşmaya göre gerçekleşmektedir. Kuşkusuz bunda STM tarafından sütü alan üreticilere verilen fiyat ile paketli sütlerin piyasa satış fiyatlarının önemli etkisi bulunmaktadır.

Üreticilerden süt alarak pazarlama yapan (ve toplam sayısı 32 adet olan) tüm seyyar sütçülerin %76,5'i vadeli, %23,5'i peşin olarak üreticilere süt bedeli ödemektedir. Vadeli ödeme yapanların da %94,1'i en fazla 15–30 gün içerisinde ve %5,9'u ise en geç 2 ay içerisinde ödemeleri tamamlamaktadır. Görüldüğü gibi seyyar sütçülerin yaklaşık ¼'ü üreticilere peşin ödeme yapması yanında ödeme vadeleri de, STM'ne süt veren üreticiler için saptanmış olan ortalama 30-45 güne göre daha kısadır.

Dolayısıyla hem fiyat ve peşin ödeme oranının yüksekliği hem de vadeli ödemelerdeki vadenin daha kısa oluşu, üreticilerin STM yerine seyyar sütçülere süt vermesini daha cazip hale getirmektedir.

Seyyar sütçülere süt veren (toplamı 32 adet olan) üreticilerin %29,4'ü, ihtiyaçları olduğunda süt verdikleri seyyar sütçülerden süt yemi sağlamaktadırlar. Yem bedeli ise üreticilerin seyyar sütçülerden süt bedelini alacakları zaman toplam süt bedelinden düşülmektedir.

4.3.3.4. Seyyar Sütçüler İle Üreticiler Arasında Yaşanan Başlıca Sorunlar

Kendi ürettiği sütü doğrudan tüketicilere pazarlayan üreticiler için böyle bir durum söz konusu olmamakla birlikte, araştırma bulgularına göre, üreticiler ile süt verdikleri seyyar sütçüler arasında bazı konularda sorunlar yaşanmaktadır. Her ne kadar seyyar sütçülerin süt bedelini ödeme vadesi büyük çoğunlukla 15–30 gün arasında değişmekte ise de bunlara süt veren (toplamı 32 adet olan) üreticilerin %85,3'ü ödeme zamanı konusunda bazı dönemlerde sorun yaşadıklarını belirtmektedir. Geriye kalan %11,8 oranındaki üretici grubu da fiyat düzeyi konusunda bazen sorun yaşamakta olduğunu belirtmektedir.

Anlaşıldığı gibi, gerek STM'ne gerekse seyyar sütçülere süt veren üreticiler, öncelik sıralaması ve toplamdaki payları farklı olmakla birlikte büyük çoğunlukla fiyat düzeyi ve ödeme zamanı konularında sorun yaşamakta ve bu iki konuyu ortak sorun alanı olarak öne çıkarmaktadırlar. Burada dikkati çeken ise, seyyar sütçülere süt veren üreticilerin STM'ne süt veren üreticilere göre daha avantajlı oldukları konuları sorun olarak görmeleridir. Sütünü kendi pazarlayan üreticiler için bu sorunlar söz konusu olmadığına göre, peşin ödeme veya kısa vadede ve geciktirme yapılayacak yeni ödemeler ile üreticilerin fiyat düzeyini belirlemede daha etkin olmasının sağlanması gibi seçeneklerle bu sorunların çözülebileceği anlaşılmaktadır.

4.3.4. Hayvan Barınağı ve Sağlığı, Süt Hijyeni, Kontrol ve Kaliteye İlişkin Bulgular

4.3.4.1. Hayvan Barınağı

STM'ne süt veren üreticilerde olduğu gibi, seyyar sütçülere süt veren veya sütünü kendisi pazarlayan üreticilerin de, hayvan refahını sağlamaya dönük bazı barınak özelliklerine ilişkin genel eğilimlerinin ve bu özelliklere verilen önem derecelerinin hangi yönde olduğunun belirlenmesi amaçlanmış ve elde edilen sonuçlar Çizelge 29'da özetlenmiştir.

Çizelge 29. Hayvan barınağı konusunda, önem derecesine göre üretici görüşleri

Hayvan barınağında önem verilen konular	1.Derece önemli		2.Derece önemli		3.Derece önemli		Toplam üretici sayısı
	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	
1. Sıcaklık ve nem	10	13,5	12	16,2	34	45,9	56
2. Genel temizlik	30	40,5	29	39,2	14	18,9	73
3. Barınak genişliği	30	40,5	30	40,5	11	14,9	71
4. Aydınlatma	-	-	2	2,7	1	1,4	3
5. Yarı açık sistem olması	4	5,4	1	1,4	-	-	5
6. Cevapsız	-	-	-	-	14	18,9	14
Toplam	74	100,0	74	100,0	74	100,0	222

Bulgulara göre, üreticilerin büyük çoğunluğu 1. derecede önemli olarak *ahırın genel temizliğini* (%44,5) ve *barınak genişliğini* (%40,5) önemsemektedirler. İkinci derecede önemsenen konular arasında yine en fazla genel temizlik ve genişlik yer almaktadır.

Üreticilerin hayvan refahını sağlamaya dönük barınak özelliklerinin her birine yönelik önem dereceleri konusundaki ilk 3 tercih toplamlarına bakıldığında da, üreticilerin sırasıyla *genel temizlik*, *barınak genişliği* ve *barınak sıcaklığı-nem* konularını daha fazla önemsemiş oldukları anlaşılmaktadır (Çizelge 29). Bu bulgularla STM'ne süt veren üreticilerden elde edilen bulguların çok büyük oranda örtüşmekte oldukları görülmektedir.

4.3.4.2. Hayvan Sağlığı

Araştırmanın bu aşamasındaki üreticilerin de STM'nde olduğu gibi hayvan sağlığına ne derece önem verdiklerinin belirlenmesi amaçlanmış ve elde edilen analiz sonuçları Çizelge 30'da verilmiştir.

Çizelge 30. Hayvan sağlığını korumaya ilişkin uygulamalar ve üretici açısından önem dereceleri

Hayvan sağlığını korumaya ilişkin uygulamalar	1. Derece önemli		2. Derece önemli		3. Derece önemli		4. Derece önemli		Toplam üretici sayısı
	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	Üretici sayısı	(%)	
Kan ve süt muayenesi	5	6,8	-	-	8	12,3	40	54,1	53
Koruyucu aşı yaptırma	21	28,4	22	29,7	28	43,1	-	-	71
Barınak temizliği	16	21,6	33	44,6	22	33,8	3	4,1	74
Düzenli veteriner kontrolü	32	43,2	19	25,7	7	10,8	11	14,9	69
Toplam	74	100,0	74	100,0	65	100,0	54	100,0	267

Bulgulara göre üreticilerin %43,2'si, 1.derecede önemli hayvan sağlığı koruma tedbiri olarak *düzenli veteriner kontrolünü* seçmiştir. Üreticilerin %44,6'sı 2. derecede önemli olarak *barınak temizliğini*, %43,1'i 3. derecede önemli olarak *koruyucu aşı yaptırma* seçeneğini ve %54,1'i ise 4. derecede önemli olarak *kan ve süt muayenesi* seçeneğini belirtmiştir. Anlaşıldığı gibi seyyar sütçüye süt veren tüm üreticiler, önem dereceleri farklı olmak üzere tüm hayvan sağlığını koruyucu uygulamalara önem vermekte ve bunların önem derecelerine ilişkin sıralama konusunda da büyük çoğunluğu benzer düşünceleri paylaşmaktadırlar. Bu durum çizelgede de açıkça görülebilmektedir. Nitekim uygulamaların her birine yönelik önem dereceleri konusundaki 4 tercihin de toplamlarına bakıldığında, üreticilerin genelde tüm koruma uygulamalarını önemsemiş oldukları anlaşılmaktadır (Çizelge 30).

Hayvan sağlığına verilen önemin başlıca göstergelerinden birisi de hayvan hastalıklarından kaynaklanan ölüm oranıdır. Araştırma bulgularına göre kapsamdaki tüm üreticilerin %23'ü (17 üretici) son yıllarda hayvan ölümü vakası ile karşılaşmıştır. Bu üreticilerin %47'si ölüm nedeni olarak doğumu, %23,5'i meme hastalığını, %17,6'sı mide kaynaklı hastalıkları ve %11,9'u ise yılan sokmasını göstermektedir.

Bulgulara göre, üreticilerin hayvan sağlığını koruma önlemlerini tümünü önemsemesi ve özellikle yarısına yakınının da düzenli veteriner kontrolünü 1.derecede önemli koruyucu uygulama olarak görmelerine karşın hastalık kaynaklı hayvan ölümleri ile karşılaşma oranının daha düşük olması *beklenmekteydi*. Bu durum, bir yandan konuya yönelik üretici görüşleri ile üretici uygulamaları arasında tam bir tutarlılık olmadığı kuşkusunu uyandırırken bir yandan da araştırma bölgesinde az düzeyde de olsa hayvan hastalıkları konusunda sorunlar yaşanmakta olduğunu düşündürmektedir.

Nitekim yine aynı üreticileri kapsayan ve doğrudan *hayvan hastalığı* konusuna yönelik araştırma sorgusuna göre, üreticilerin sadece %54,1'i araştırma tarihine kadar herhangi bir hayvan hastalığı ile karşılaşmamışken %45,9'u çeşitli zamanlarda çeşitli hayvan hastalıklarıyla karşı karşıya kalmıştır. Hayvan hastalığı ile karşılaşan üreticilerin de; %85,3'ü *meme hastalığı*, %2,9'u ayak hastalığı, %5,9'u mide kaynaklı hastalık ve %5,9'u hem şap hem de meme hastalığı ile uğraşmıştır. Yukarıda da bahsedildiği gibi belirtilen hastalıklar nedeniyle hayvan ölümleri de gerçekleşmiştir.

Gelinen noktada, mevcut araştırma bulgularına dayanarak, bölgedeki mevcut uygulamaların yetersiz kalması nedeniyle, bireysel olarak üreticilerin ve ilgili üretici örgütleri ile kamunun *hayvan hastalıklarını önleme amaçlı daha etkin olarak uygulanan koruyucu önlemler almaları gerektiği* sonucuna ulaşılmaktadır.

Araştırma kapsamındaki üreticilerin tamamının hayvanlarına ait bir “*hayvan kimlik numarası*” bulunmaktadır. Bu durum, hayvanların çeşitli amaçlar için izlenmesini ve kontrolünü kolaylaştıran olumlu bir gelişmedir. Üreticilerin %83,8’inin hayvanlarına ait kimlik numaraları tarım il veya ilçe müdürlükleri tarafından, %14,9’unun hayvanlarına serbest bir veteriner hekim tarafından ve %1,4’ünün hayvanlarına ise DSYB tarafından verilmiştir.

4.3.4.3. Süt Hijyeni ve Kontrol

Sağlıklı süt üretimi için, henüz üretim aşamasında *doğrudan sütle ilgili olan sağlık önlemleri ve kontrolleri* önem taşımaktadır. Bu nedenle konuya yönelik sürdürülen uygulamalar ve bunlara ilişkin üretici görüşleri de araştırma kapsamına alınmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre, kapsamdaki üreticilerin %56,8’i, seyyar sütçülükle tüketiciye pazarlanan sütün henüz üretici aşamasında *süt hijyeni konusunda yeterli düzeyde kontrol yapıldığını* düşünmektedir. Bu grup üreticiler, sadece kendi sütünü seyyar sütçülükle pazarlayanlardır. Bunlar tüketiciyle doğrudan kendileri karşılaştıkları için birbirlerini iyi tanımakta ve birbirlerine süt hijyeni, tazelik gibi konularda güvenmektedirler. Bu ortamın korunması için de, üreticiler, süt hijyeni kontrolünü de ihmal etmediklerini ifade etmektedirler. Kontrol amacıyla uygulanan kriterler ve bunları uygulayan üretici sayıları Çizelge 31’de verilmiştir.

Çizelge 31. Seyyar satıcılıkla sadece kendi sütünü pazarlayan üreticilerin çığ süte uyguladığı kontrol kriterleri

Kontrol kriterleri	Üretici sayısı	(%)
Sadece su oranı	13	17,6
Sadece yağ oranı	13	17,6
İlaç kalıntısı	13	17,6
Su oranı - yağ oranı	1	1,4
Yağ oranı - ilaç kalıntısı	2	2,8
Toplam	42	100,0

Seyyar sütçülere süt veren diğer bir kısım üretici (32 üretici – toplamın %43,2’si) ise seyyar sütçülük yapanların kendilerinden süt alımı aşamasında herhangi bir kontrol yapmadıklarını belirtmektedirler. Buradaki seyyar sütçüler de, kendi sütü yanında diğer üreticilerden de süt alıp pazarlayan üreticiler ile sadece pazarlama yapan özel satıcılardır. Anlaşıldığı gibi, mevcut bulgulara göre, seyyar sütçülük yoluyla süt pazarlamasının genelinde uygulanan süt hijyeni kontrol kriterleri STM kanalıyla yapılan kontrol kriterlerine oranla oldukça yetersiz olması yanında ayrıca önemli bir kısım seyyar sütçünün de hiç kontrol yapmaması, seyyar sütçülük faaliyetinin insan sağlığı açısından daha fazla risk taşıdığı düşüncesini kuvvetlendirmektedir.

Sadece süt kapsamlı değil aynı zamanda süt hayvancılığının *üretim işletmesi ortamı, sağıım işlemi, alet-ekipman ve personel hijyeni* gibi önemli tamamlayıcı unsurlarına yönelik üretici görüşleri analiz edildiğinde ise Çizelge 32’de belirtilmiş olan bulgulara ulaşılmaktadır. Analizde üretici görüşleri, “Hiç önemli değil (1)” ile “Çok önemli (5)” arasında yer alan 5’li likert ölçeğine göre belirlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, araştırma kapsamındaki üreticiler, tüm hijyen konularını (ortalama 4,37–4,85 arası puan ile) çok önemliye yakın düzeyde derecelendirmiştir (Çizelge 32).

Üreticilerin bu bulgulara göre, süt hayvancılığının çeşitli aşamalarındaki tüm hijyen konularını önemli görmelerine karşın, kendilerinden süt alan seyyar sütçülerin önemli bir bölümünün süt alımında

gerekli hijyen kontrollerini yapmamaları bir çelişki olarak görülmekte ve bu durum hijyen kontrol zincirinde bir kopma olduğunu göstermektedir.

Çizelge 32. Seyyar sütçülere süt veren üreticilerin, hijyen konusunda süt hayvancılığının çeşitli alanlarına verdiği önem dereceleri

Hijyen konuları	Önem dereceleri (1'den - 5'e)					Toplam üretici sayısı	Ortalama puan (1-5)
	Hiç önemli değil (1)	Önemli değil (2)	Fikrim yok (3)	Önemli (4)	Çok önemli (5)		
Süt üretim işletmesi hijyeni	-	-	-	11	63	74	4,85
Sağım işlemi hijyeni	-	1	-	11	62	74	4,80
Alet ve ekipmanların hijyeni	1	1	3	19	50	74	4,56
Personel hijyeni		2	12	16	44	74	4,37
Toplam üretici sayısı	1	4	25	47	219	296	

4.3.4.4. Üreticilerin Süt Kalite Standartları Bilgi Düzeyi

Araştırma sonuçlarına göre, kapsamdaki tüm üreticilerin sadece %63,5'i (47 adet üretici) sütün kalite standartları konusunda bilgi sahibi olduğunu belirtmiştir. Yani %36,5 oranındaki üreticinin bu konuda bir bilgisi bulunmamaktadır. Bu sonuç, sağlıklı süt üretimi için üreticilerin ilgili taraflar aracılığıyla süt kalite standartları konusunda bilgilendirilmeleri gereğini ortaya koymaktadır.

Süt kalite standartları konusunda bilgi sahibi olduğunu belirten üreticilerin, kalite ve standart ölçüsü ile ne anladıkları veya hangi kriter(ler)i esas aldıklarına ilişkin görüşleri Çizelge 33'de özetlenmiştir. Bulgulara göre, görüş belirten üreticilerin yarısından biraz fazlası süt kalite standardı kavramından sadece *sütün akışkanlığını* anlamaktadır.

STM kapsamlı araştırmada ortaya çıkan ve çoğunluk üreticinin görüşüne göre ise süt kalite kriterinden anlaşılan *sütün yağ oranıdır*. Görüldüğü gibi bu konuda da üreticiler arasında ortak bir düşünce bulunmamakta ve mevcut bulgular, tüm üreticilerin süt kalite ve standartları konusunda bilgilendirilmeleri gereğini desteklemektedir.

Çizelge 33. Seyyar sütçülere süt veren üreticilerin, süt kalite standart ölçüleri konusundaki görüşleri

Kalite standart ölçüleri	Üretici sayısı	(%)
Renk	11	23,4
Akışkanlık	26	55,3
Yağ oranı	7	14,9
Koku	3	6,4
Toplam	47	100,0

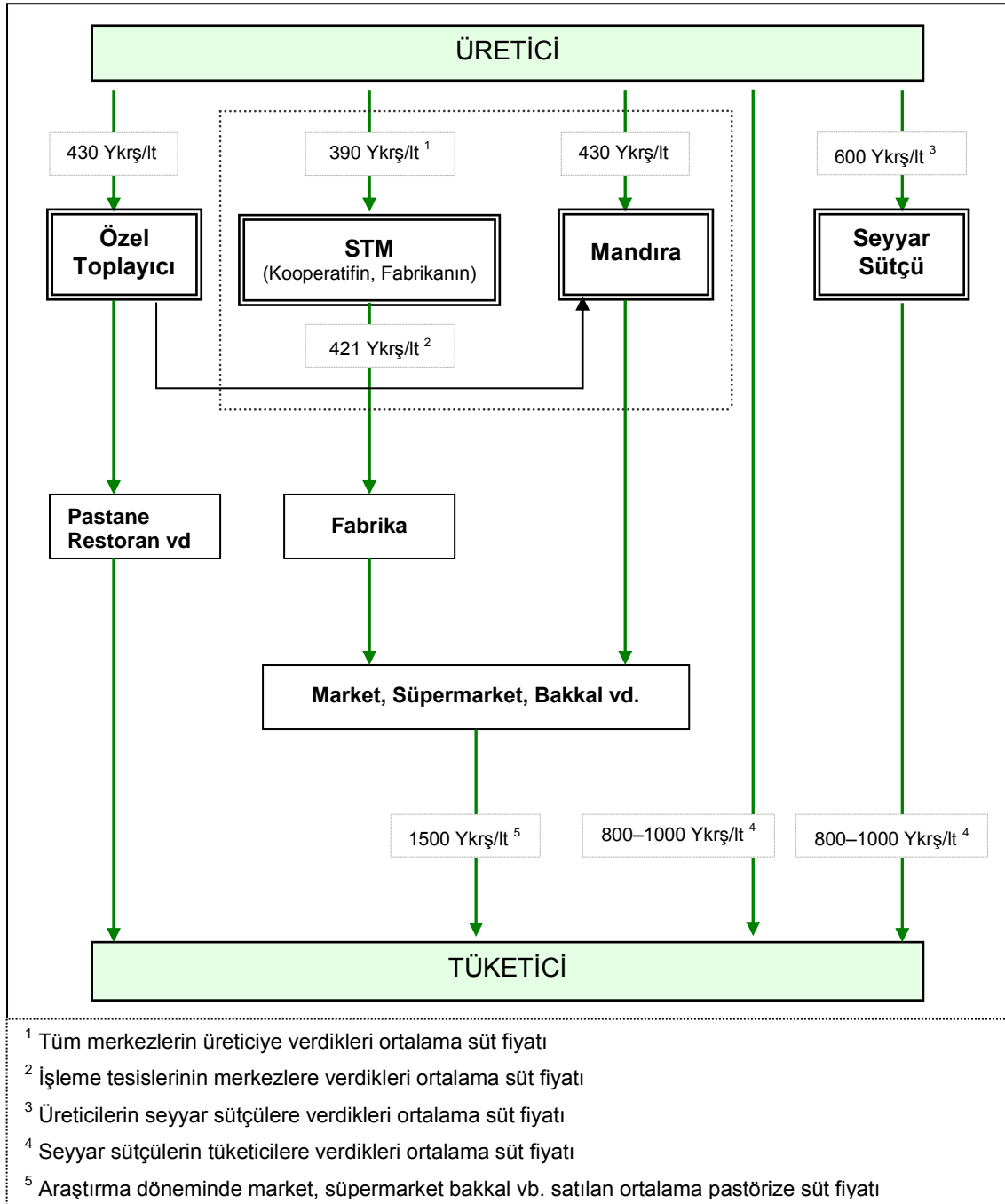
4.4. Antalya İlinde Çiğ Süt Pazarlama Kanalı ve Süt Fiyatı Oluşumu

Pazarlama kanalları, bir ürünün pazarında yer alan üretici ve aracılardan yanı sıra genel ekonomik yapı açısından da oldukça önemli öğelerdir. Tarım kesiminde faaliyet gösteren üreticiler genellikle pazarlama olanakları kısıtlı olan küçük işletmelerdir. Bunlar, pazarlama kanallarının etkinliği sayesinde bu kısıtlı olanakları ortadan kalkabilmekte ve yerel pazarlar dışındaki pazarlara kolaylıkla ulaşabilmektedirler. Tarım ürünlerinin pazarlama sistemi ise ürünlerin özelliğine göre farklılık

göstermektedir. Pazarlama kanallarında, bazı ürünler için kamu kuruluşları ve kooperatifler ön plana çıkarken bazı ürünlerde pazarlama işlevi genellikle özel sektör ağırlıklı işletmeler üzerinden yürütülmektedir (Emeksiz vd., 2005).

Antalya bölgesinde, sütün üreticilerden tüketicilere ulaştırılmasının ilk aşamasında farklı aktörler yer almaktadır. Bunlardan ilki, araştırmanın konusu olan STM'dir. STM daha önceki bölümde belirtildiği gibi kooperatifler (%72,4) ve özel şahıslar (%26,6) tarafından işletilmektedir. Kooperatifler de *tarımsal kalkınma* (%46,6) ve *sulama kooperatifi* (%25,9) şeklinde iki gruptur. Özel şahıslara ait STM ise büyük çoğunlukla bir *mandıra* veya *fabrikanın temsilcisi* ya da sadece *kendi adına ticari amaçla süt_toplayıp* bunu mandıra veya fabrikalara pazarlayanlardır. Özel şahıslara ait STM, özel toplayıcılardan da süt temin etmektedirler. Fabrikaya ulaştırılan süt çeşitli işleme aşamalarından geçtikten sonra genellikle fabrikanın adı marka olarak verilmekte ve perakende satış yerlerinde satışa sunulmaktadır. Süt işleyen fabrikalar kendi markaları pazarda tutunmaya çalışmaktadırlar.

Şekil 23. Antalya ilinde süt pazarlama kanalı



Antalya, Türkiye'nin turizm merkezlerinden birisi olduğu için çok sayıda restoran, otel ve diğer yiyecek- içecek işletmeleri bulunmaktadır. Bu durum özellikle yaz aylarında süt ve süt ürünleri tüketimini artırmaktadır. Tüketicilere kaliteli ve sağlıklı süt ve ürünleri sunmak amacıyla, fabrikaların ve perakendecilerin üretimin ilk aşamasında üreticilerle işbirliği içinde olmaları ve üretimde devamlılığı sağlayıcı faaliyetlere yardımcı olmaları gerekmektedir. Örneğin son yıllarda tüketim talebi giderek artan organik tarım faaliyeti kapsamında kooperatifler aracılığı ile "organik süt" üretimine yönelmek göz ardı edilmeyecek önemli bir gelişme olarak görülmüştür.

Kooperatifler, süt toplama kanalları açısından; sabit depolama tankı ve aracı olanlar ve sabit depolama tankı bulunmayıp kooperatif adına araçlarla süt toplayıcılığı yapanlar olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Depolama tankı bulunan kooperatifler, sabah ve akşam toplanan sütü merkeze getirmektedirler. Merkezde herhangi bir işlem yapılmayıp soğutucularla depolama görevi üstlenmektedirler. Böylece, sütlerin bozulmadan işlemeye veya paketlemeye gitmesi sağlanmaktadır (Şekil 23).

Merkezde toplanan sütler, daha sonra ya fabrikaya ya da başka bir toplama merkezine (diğer bir kooperatif de olabilir) götürülmektedir. Fabrikaya götürülen süt, fabrikanın kendi araçlarıyla toplatılmaktadır. Toplama saati genellikle ilk merkeze en az yarım saat en fazla 2 saat içinde ulaşmaktadır. Bu yapının dışında Merkez ilçenin yakın köylerinde üreticiler şehirde tüketicilere doğrudan satmak üzere seyyar sütçülere süt vermektir. Bazı üreticiler ise kendi ürettikleri sütü semt pazarlarında satmaktadırlar. Üreticilerin doğrudan satış yapma tercihleri arasında ilk sırayı; kooperatifin düşük süt fiyatı vermesi, yaşadıkları yerin yakınlarda kooperatifin olmaması ve kooperatif yönetimiyle bireysel nedenlerle anlaşmazlık gibi konular almaktadır. Antalya il sınırlarından merkeze doğru yaklaşıldıkça kooperatifleşme oranı azalmaktadır (Şekil 23).

Kooperatiflerin süt alımına karşılık verdiği fiyatlar yalnızca Elmalı ilçesinde sütün yağlı veya yağsız olmasına göre değişmektedir. Üreticilerin tamamı bu fiyatı yeterli bulmamakta ve harcadıkları masrafın süt fiyatı ile karşılanmadığını ifade etmektedirler. Açık süt pazarlamasında kooperatifler, yaptıkları masraflara karşılık (mazot, elektrik, işçilik, soğutma tankı ve donanım alımı, bina kirası vs.) üreticilere ödedikleri süt fiyatları üzerinden prim almakta ve ayrıca üst birlikler de kooperatiflerden hizmet karşılığı komisyon almaktadırlar. Kooperatiflerin, verdikleri hizmet karşılığında süt fiyatından yapmış oldukları bu kesintiler ile kooperatiflerin işletme masraflarını ödemektedirler. İşletme masraflarının üzerinde gelir elde eden (üyelik aidatları, ek gelir kaynakları vs.) kooperatifler; donanım alımı ve süt tanklarının bakımı gibi sabit yatırımlarına ilave yapmaktadırlar.

Antalya'nın özellikle Merkeze bağlı bazı köylerinde bulunan üreticiler, üretmiş oldukları sütü doğrudan satış sağlayan seyyar sütçülere vermektedirler. Üreticilerin seyyar sütçülere süt verme nedenleri oldukça farklılık göstermektedir. Seyyar sütçüler tüketicilere doğrudan satış yaptıkları ve herhangi bir (taşıma masrafı hariç) işleme masrafı yapma için üretici tüketici arasındaki fiyat farkı diğer pazarlama kanallarına göre daha düşük olmaktadır. Böylece, üreticilerin eline geçen fiyat da bu oranda artmaktadır. Seyyar sütçülerin üreticilere yüksek fiyat vermesi yanında bir faktör de, güven esasına dayanan dost ve akraba ilişkilerinin varlığıdır. Diğer yandan, seyyar sütçüler, süt aldıkları üreticilere STM'ne oranla daha kısa vadede (15-30 gün) veya peşin ödeme yapmaktadırlar. Bu durum, üreticilere sağlayarak seyyar sütçülere süt vermesine neden olmaktadır.

Süt fiyatları, merkezi Korkuteli İlçesinde olan HAYKOOP tarafından üç ayda bir yapılan ihale sonucu belirlenen fiyat üzerinden belirlenmektedir. İhaleye, merkez birliğe bağlı kooperatifler ile süt toplama ve işleme yapan özel kuruluşlar katılmaktadır. Bu ihalelerde, 5 baş hayvanı olanlar özel üye statüsünde olup tek oy hakkına sahiptirler. Kooperatifler ise hayvan sayısından bağımsız olarak yine tek oy hakkına sahiptir. Burada kooperatiflerin merkez birliğe üye olmasındaki temel amaç 5 baş'ın altında hayvanı olan üreticilerin de temsil edilmesidir.

Araştırma bulgularına göre, alan çalışması yapılan dönemde, yağ oranı ve diğer bazı nedenlere göre değişim göstermekle birlikte Antalya genelindeki tüm *STM tarafından üreticilere ödenen ortalama süt alım fiyatı 390 Ykrş/l'tir*. Bu fiyata, üreticiye destek amacıyla TKB tarafından verilen süt teşvik primi dâhil değildir. Tüm kooperatifler, süt toplama masraflarını karşılamak amacıyla, süt toplama merkezleri kanalıyla yapılan süt satış tutarı üzerinden ortalama olarak 3-4 Ykrş/l dolayında bir tutarı

“kooperatif payı” adı altında kesinti yapmaktadırlar. Araştırma bölgesindeki tüm merkezlerin işleme tesislerine yapmış oldukları sütün ortalama fiyatı ise 421 Ykrş/lt'dir. Bu fiyatın, merkezin üreticilere verdiği ortalama fiyattan (390 Ykrş/lt) biraz farklı (31 Ykrş/lt) olması, büyük oranda HAYKOOP ihalesi dışında farklı kaliteler nedeniyle oluşan çeşitli fiyatlardan kaynaklanmaktadır. Çünkü araştırma verilerinden ortalama süt fiyatının belirlenmesine dönük analizde süt kalitesine göre bir ayırım yapılmamıştır. Uygulamada yukarıda da belirtilmiş olan nedenler dolayısıyla aynı kaliteye yakın bütün süt satışları için uygulanan fiyatlar ufak sapmalar dışında aynı düzeyde seyretmektedir. Yani aynı kalitedeki süt için, merkezlerin işleme tesislerine satmış olduğu süt birim fiyatı ile merkezin üreticilere ödemiş olduğu süt birim satış fiyatı arasında önemli farklılıklar yoktur. Sadece üreticiye ödenen tutarlardan, kooperatiflere göre az düzeyde de olsa değişen oranlarda olmak üzere yaklaşık %1 dolayında kesinti yapılmaktadır.

Seyyar sütçülerin üreticilere verdikleri ortalama süt fiyatı ise yine alan araştırması yapılan dönemde 600 Ykrş/lt ve tüketicilere satış yaptıkları fiyat ise satılan mahalleye veya sütün özelliğine (yağlı/yağsız) bağlı olarak 800-1000 Ykrş/lt aralığında değişmektedir. Seyyar sütçülerin ¼'ü üreticilere genellikle peşin para vermektedirler ve STM'ne göre daha yüksek fiyat belirlemektedirler. Bunun nedeni, seyyar sütçülerin, sütün toplama ve dağıtım aşamasında herhangi bir soğutma veya sterilizasyon işlemi yapmamalarıdır.

4.5. Logistik Regresyon Analizi

Araştırma alanı olarak *Antalya ili* ve yüzyüze anket çalışmasının yapıldığı *hedef kitleyi* oluşturan üreticilerin sosyo-ekonomik özelliklerini yansıtan değişkenlerin süt toplama merkezlerine *süt satma durumunu* ne derece etkilediğini belirlemek için ise sınırlı bağımlı değişkenli bir model olan *Logit Modeli* kullanılmıştır. Araştırma kapsamında; *süt toplama merkezlerinin tamamı* ile bu *merkezlere süt veren üreticilerinden 82 adet süt üreticisi* ve ayrıca aynı araştırma bölgesinde olup *merkezlere süt vermeyen 74 adet üreticisi* yer almıştır.

Üreticilere öncelikle *kime süt sattıkları* sorulmuştur. Bu sorunun karşılığı, modelin açıklanan (**verme**) değişkenin yani Y'nin bulunmasını sağlamıştır. Bu nedenle, modelde bağımlı değişken (**verme**) iki olasılıklı olup eğer süt üreticisi süt toplama merkezine vermeyi tercih ediyorsa Y=1, eğer süt üreticisi süt toplama merkezine vermeyi tercih etmiyorsa Y=0 olarak kodlanmıştır.

Logistik modele, süt toplama merkezinin tercih edilmesinde etkili olabileceği varsayılan *süt üretimi* ve süt üreticilerin *sosyo-ekonomik özellikleri* ile ilgili olan açıklayıcı değişkenler dâhil edilmiştir. Açıklayıcı değişken olarak üreticinin yaşı (**yas1**) *sürekli değişken* olarak eklenmiştir. En düşük ve en yüksek yaş sınırları 28 ve 75'tir. Üreticinin süt sığırcılığı deneyimi (**s_haycil**) de ortalama 23 yıl bulunmuştur. Ayrıca, sağılan hayvan sayısı (**a_say**) da üretim faaliyetlerinin devamlılığını etkileyen ve sütün nasıl değerlendirdiği ile ilgili sonuçların açıklanmasına *yardımcı olacak bir değişken* olarak görülmüştür.

Hayvancılık yanında bir kısım üretici bitkisel ürün de yetiştirmektedir. Üreticiler özellikle hayvanların yem ihtiyaçlarının bu şekilde karşılanması çabası içerisindedirler. *Bitkisel üretim* yapanlara 1, yapmayanlara 0 verilmiştir. Üreticilerin süt üretimi ile ilgili *kursa katılma* durumunu belirlemek amacıyla süt sığırcılığı kursuna katılanlara 1 ve katılmayanlar 0 olarak (**kurs**) değişkeni belirlenmiştir. Bu değişkenden beklenen, *bilinç veya eğitimin*, üreticilerin sütünü nasıl pazarladıklarını ve kime vermeyi tercih ettiklerini açıklamasıdır. Süt konusunda *kalite bilgisine sahip olma veya olmama* durumu şeklinde (**kalite**) değişkeni kullanılmıştır. Üretilen sütün pazarlanmasını kolaylaştıran etkenlerden birisinin şehir merkezine yakınlık (**yakınlık**) durumu olduğu bilinmektedir. Bu nedenle *yakınlık* değişkenin, tarımsal işletmenin şehir merkezine yakınlık durumu göz önüne alınarak iki grup olarak modelde yer alması benimsenmiştir (Çizelge 34).

Çizelge 34. Modelde kullanılan değişkenlerin özellikleri

Değişkenler	Minimum	Maksimum	Ortalama	St. Sapma
Verme (D)	0.00	1.00	0.5256	0.50095
yas1 (S)	28.00	75.00	50.3910	10.71362
s_haycil (S)	2.00	50.00	22.8013	10.89861
Bitkisel (D)	0.00	1.00	0.7436	0.43806
a_say (S)	1.00	11.00	4.1154	2.52206
Kurs (D)	0.00	1.00	0.2308	0.42268
Kalite (D)	0.00	1.00	0.6410	0.48124
Yakınlık (D)	0.00	1.00	0.5769	0.49564

S: sürekli değişken, D: kukla (dummy) değişken

Modeldeki açıklayıcı değişkenlerin uygun olmaması durumu ve veriler arasındaki aykırılık olma olasılığı karşısında *uyum iyiliğinin* araştırılması gerekmektedir. Modele alınan açıklayıcı değişkenlerin bağımlı değişkeni ne kadar iyi tanımladığını belirlerken *Olabilirlik Oran Testi*, *McFadden's-R² Testi*, *Hosmer ve Lemeshow H Testi* ve *Modeli Doğru Sınıflandırma Oranı* gibi uyum iyiliği testleri kullanılmıştır. Logistik regresyonda hesaplanan R² ile diğer regresyon modellerinde hesaplanan R² ler arasında ölçüm aynı değildir. Buna karşın birden fazla yapay (pseudo) R² vardır. Bunlardan biri de olabilirlik oranı indeksine göre hesaplanan *McFadden's-R²* dir. Bu R² değeri (0,40), modelin

açıklayıcı değişkenlerinin uyumunun iyi olduğunu göstermektedir (Karaman ve Yılmaz, 2007) (Çizelge 35).

Çizelge 35. Modelin uyum iyiliği ölçütleri ve değişen varyans testi

L ₀ = -2 Log olabilirlik (başlangıç) (Yalnızca sabiti için olabilirlik oranıdır)			—107.9257
L ₁ = -2 Log olabilirlik (son) (Tüm açıklayıcı değişkenlerin olabilirlik oranıdır)			—64.37541
McFadden's- R ²			0.40
Oran (sıfır olmayan gözlem sayısının gözlem sayısına oranıdır)			0.56
Olabilirlik oran testi	(χ^2)	Serbestlik derecesi	Önem düzeyi
LR-istatistiği	87.10066	7	0.000
Hosmer ve Lemeshow \hat{H} testi	11.135	8	0.194
LM testi	14.243	7	0.047

Tüm değişkenleri içeren model ile tahmin edilen modele ilişkin olabilirlik oran değerlerinin farkına dayanan hata kareleri toplamına benzer ölçütler χ^2 dağılımı gösterdiği için bu tür ölçütler modelin geçerliliğini sınamada kullanılabilir. Olabilirlik Oran Testi (LR), modelin 0,01 önem seviyesinde istatistiki olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

Hosmer ve Lemeshow \hat{H} Testi, doğrudan uyum iyiliğini vermektedir. Bu test istatistiği t-2 serbestlik dereceli χ^2 dağılımı göstermektedir (Hosmer ve Lemeshow 1989). Hosmer-Lemeshow \hat{H} testi, modelin uyum iyiliğinin 0,194 önem düzeyinde anlamlı olduğunu ifade etmektedir.

Logistik model, gözlemleri, belirlenen gruplara göre ayırım yapılarak kullanıldığında, doğru ayırım yüzdeleri uyum iyiliği ölçütü olabilir. Araştırmada, bu kapsamda ilk olarak sıfır olmayan gözlem sayısının, gözlem sayısına oranı 0,56 olarak hesaplanmıştır. Logistik regresyon modeli *sınıflandırma oranı*, yani doğru tahminlerin oranı 0,77 olup modelin %77 oranında *doğru sınıflama* gücü olduğu söylenebilir. Süt toplama merkezine süt vermeyi tercih eden grubun %81,7'si ve tercih etmeyen grubun %71,6'sı doğru olarak sınıflanmıştır (Çizelge 36).

Çizelge 36. Logistik modelin tahmin başarısı

C = 0.50	Tahmin			Toplam	Doğruluk (%)
	Kod	0	1		
Gözlem	0	53	21	74	71.6
	1	15	67	82	81.7
Toplam		68	88	156	-
Doğru tahminlerin yüzdesi					76.9
Doğru tahmin sayısı					120

Logistik modelde, süt üreticileri arasında değişen özellikler hata paylarına yansıdığından dolayı hata payı varyansının değişken olma olasılığı yüksektir. Bu nedenle değişen varyans olup olmadığını belirlemek amacıyla değişen varyans (LM) Testi yapılmıştır. LM testi sonucunda değişen varyansın varlığı %5 önem düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Bu durumda değişen varyans sorunu bulunmaktadır (Heteroskedastisity). Böylece, değişen varyansı ortadan kaldırmak için standart hata düzeltmesi yapılarak daha güçlü standart hatalar elde edilmiştir.

Logistik regresyon modeli ile tahmin edilen katsayıların yorumlanmasında odds oranları ve önem düzeyleri kullanılmaktadır. Logistik regresyon modeli ile elde edilen bulgulardan aşağıdaki sonuçları çıkarmak mümkündür (Çizelge 37):

(yas1): Süt üreticilerinin yaşı ilerledikçe süt toplama merkezine süt verme olasılığı artmaktadır. En düşük ve en yüksek yaş sınırları 28 ve 75 olan üreticilerin, yaşlarındaki her bir yıllık artış süt toplama merkezine verme olasılığını bir kat artırmaktadır. Yaş değişkeninin, modelde %5 önem düzeyinde anlamlı olması bu sonucu kanıtlar niteliktedir.

(s_haycil): Üreticilerin, süt sığırcılığı deneyimi yükseldikçe süt toplama merkezine süt verme olasılığı artmaktadır. Her bir yıllık deneyim artışı, süt toplama merkezine süt verme olasılığını bir kat artırmaktadır. Ortalama 23 yıl olan deneyimdeki artışın yaş ile doğrusal bir bağlantıda olması yaş değişkeni ile benzer özellikler göstermesine neden olmaktadır. Deneyim değişkeninin de %5 önem düzeyinde anlamlı olması bu olguyu destekler niteliktedir.

(Bitkisel): Bitkisel değişkeninin süt üreticilerin bitkisel üretim faaliyetinde bulunma durumu yönünden iki grup olarak sınıflandırılması kararlaştırılmıştır. Bitkisel üretim faaliyetini sürdüren üreticilerin üretilen sütü, süt toplama merkezine verme olasılığı, bitkisel üretim faaliyetinde bulunmayanlara göre 11 kat daha fazla olduğu söylenebilmektedir. Bu durum, bitkisel üretim faaliyetinin süt üretim faaliyeti üzerinde önemli etkisi olduğunu ve her iki faaliyetin tarımsal işletmede rakip faaliyetler olduğunu ortaya koymaktadır. Bu değişkenin %1 önem seviyesinde anlamlı olması, üretilen sütün süt toplama merkezine verilmesinde en önemli ikinci faktör olduğunu doğrulamaktadır.

(a_say): Tarımsal işletmede sağılan hayvan sayısının yüksek olması süt toplama merkezine verme olasılığını negatif yönde etkilediği belirlenmiştir. Sağılan hayvan sayısının fazla olması üreticilerin sütü kendilerinin pazarlamasına yönelttiği söylenebilir. Sağılan her bir hayvan sayısının artışı, süt toplama merkezine verme olasılığını %82,6 azaltmaktadır. Bu değişkenin %5 önem düzeyinde anlamlı olması, üretilen sütün süt toplama merkezine verilmemesi ile ilgili beklentileri doğrular niteliktedir.

(kurs): Bu değişken, süt üretimi ile ilgili kursa katılma durumu dikkate alınarak iki grup olarak değerlendirilmiştir. Kurs değişkeninin katsayısı 2.632 ve odds oranı 13.897 olarak tahmin edilmiştir. Tarımsal işletmede üretilen sütün süt toplama merkezine verilmesinde en etkili faktörün üreticilerin süt üretimi ile ilgili kursa katılmış olmaları olduğu bir gerçektir. Bu kapsamda, kursa katılan üreticilerin üretilen sütün süt toplama merkezine verilme olasılığı kursa katılmayanlardan yaklaşık 14 kat fazladır. Ayrıca, %1 önem düzeyinde anlamlı olması süt toplama merkezinin tercih edilmesinde en önemli birinci faktör olduğunu göstermektedir. Nitekim süt üretimi konusunda kurs almış üreticilerin yenilikleri sürekli takip ettiği ve süt toplama merkezine süt vermeye daha yatkın oldukları araştırma gözlemlerinden de açıkça görülmüştür.

Çizelge 37. Logistik modelin en yüksek olasılık tahminleri

Etkiler	$\hat{\beta}$	SE ($\hat{\beta}$)	Z-istatistiği	P	Exp(β)	% 95 Güven Aralığı	
						En düşük	En yüksek
Sabit	-5.271	1.430	-3.687	0.000*	0.005	-	-
yas1	0.054	0.026	2.074	0.038**	1.055	1.001	1.112
s_haycil	0.052	0.024	2.118	0.034**	1.053	1.002	1.106
Bitkisel	2.367	0.583	4.063	0.000*	10.668	3.266	34.845
a_say	-0.191	0.090	-2.130	0.033**	0.826	0.689	0.991
Kurs	2.632	0.680	3.869	0.000*	13.897	3.490	55.339
Yakınlık	-0.969	0.440	-2.199	0.028**	0.380	0.155	0.929
Kalite	0.842	0.449	1.873	0.061***	2.321	0.931	5.785

(*) : P < 0.01, (**) : P < 0.05, (***) : P < 0.10,

(yakınlık): Üretilen sütün pazarlanmasını kolaylaştıran etkenlerden birisinin şehir merkezine yakınlık durumu olduğu bilinmektedir. Bu nedenle yakınlık değişkeni, tarımsal işletmenin şehir merkezine

yakınlık durumu göz önüne alınarak iki grup şeklinde modelde yer alması benimsenmiştir. Tarımsal işletmelerin şehir merkezine yakın olması nedeniyle, üreticilerin ürettikleri sütü süt toplama merkezine vermek yerine kendileri daha yüksek fiyattan pazarlamak istemektedirler. Bu durum, üretilen sütün süt toplama merkezine verme olasılığını %38 azalttığı söylenebilir. Bu değişkenin %5 önem seviyesinde anlamlı olması süt toplama merkezinin tercih edilmemesinde etkili bir faktör olduğunu göstermektedir.

(kalite): Üreticilerin *süt kalite standartları konusunda bilgi sahibi* olması, süt üretiminde tecrübeli ve eğitilmiş olduklarının göstergesidir. Bu bakımdan, bu değişkenin *kurs* ve *s_haycil* değişkenlerinin etkileri sonucunda ortaya çıktığı düşünüldüğünde süt toplama merkezinin tercih edilmesinde çok fazla etkili bir faktör olarak beklenilmemektedir. Model sonuçları, bu değişkenin %10 önem seviyesinde anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, kalite değişkeninin *doğrudan etkili* bir faktör olmadığını ortaya koymaktadır.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

“Türkiye’de gıda güvenliğine dayalı bir süt piyasasının oluşturulmasına katkı sağlanması” amacıyla hazırlanan bu çalışma; STM ve bu merkezlere süt veren ve vermeyen “üreticileri” kapsayan üç aşamalı “alan araştırması” ile Türkiye ve AB’nde izlenen süt ve süt ürünleri gıda güvenliği politikaları ve piyasa düzenlemeleri konulu “literatür araştırmalarından” oluşmaktadır.

Araştırma alanı olarak, Antalya il sınırları içinde yer alan süt hayvancılığının yoğun olarak yapıldığı ilçeler ve bu ilçelere bağlı köyler esas alınmıştır. Bu kapsamda 58 adet STM yetkilisi ile bu merkezlere süt veren 82 ve süt vermeyen 74 üretici ile yüzyüze görüşme yoluyla anket çalışması yapılmıştır. Anket verileri, ekonometrik model (Logit Model) kullanılarak ve özet çizelgeler hazırlanarak, çalışmada belirtilen soru ve sorunlara cevap bulmak amacıyla değerlendirilmiştir.

Araştırmanın temel amacını ortaya koymak için öncelikle; üreticilerin sosyo-ekonomik özelliklerini yansıtan değişkenlerin, süt toplama merkezlerine süt verme durumunu ne derece etkilediğini belirlemek için sınırlı bağımlı değişkenli bir model olan Logit Modeli kullanılmıştır. Araştırma bulgularının değerlendirilmesi için kullanılan Logit Modelin çözülmesi sonucunda, çalışmanın temel amacını etkileyen bir takım faktörler öne çıkmıştır. Bu faktörlerden ilk ikisi, süt üreticilerinin yaşlarının ve deneyimlerinin artması ile ürünlerini STM’ne süt verme olasılığının da artması olmuştur. Özellikle, üreticilerin süt sığırcılığında deneyim kazanması, STM’ne süt verme olasılığını artırması yanında kooperatif şeklinde örgütlenen STM’nin etkin çalışmasını ve devamlılığını olumlu yönde etkilemiştir. Her bir yıllık deneyim artışı, üreticilerin süt toplama merkezine süt verme olasılığını bir kat artırmaktadır. Ortalama 23 yıl olan deneyimdeki artışın yaş ile doğrusal bir bağlantıda olması yaş değişkeni ile benzer özellikler göstermesine neden olmaktadır. Diğer yandan, yeni yetişen genç nüfusun hayvancılığa ilgisi giderek azalmaktadır ve hayvansal üretimin ilk aşamasında (sağım ve hayvan bakımı) görev üstlenme eğiliminde değildirler. Genellikle ileri yaştaki hane reisi veya hanımı bu görevleri üstlenmişlerdir. Bölgedeki kırsal alanda yaşayan gençlerin hayvansal üretim faaliyetini sürdürmeleri ve özendirilmeleri gerekmektedir. Bu nedenle bölgesel temelli projelerde (örneğin, “50 haneye 50 büyükbaş hayvan” gibi) genç üreticilere öncelik verilmesi veya kooperatif şeklinde örgütlenmekte olan STM’nde, birliklerde, ziraat odalarında genç üreticilere sorumluluk üstlenebilecekleri bir takım özendirici görevlerin verilmesi, onların süt hayvancılığı üretimine devam etmelerini teşvik edecektir (Çizelge 38).

Üreticilerin bir kısmı hayvancılığın yanısıra hayvanlarının yem ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile bitkisel üretim de yapmaktadır. Üreticiler özellikle hayvanların yem ihtiyaçlarının bu şekilde karşılanması çabası içerisindedirler. Bitkisel üretim faaliyetini sürdüren üreticilerin ürettikleri sütü, STM’ne verme olasılığı, bitkisel üretim faaliyetinde bulunmayanlara göre 11 kat daha fazla olduğu söylenebilmektedir. Bu durum, bitkisel üretim faaliyetinin süt üretim faaliyeti üzerinde önemli etkisi olduğunu ve her iki faaliyetin bir tarımsal işletmede tamamlayıcı olduğu kadar aynı zamanda bir ölçüde de rakip faaliyetler olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırmanın diğer amaçları arasında olan süt üreticisine devamlılık sağlayacak gelir olanaklarının sunulması, bitkisel üretimle birlikte yapılan hayvancılığın gelişmesine katkı sağlayacaktır (Çizelge 38).

Tarımsal desteklemeler kapsamında önemli bir yer tutan fiğ, yonca, korunga vb. desteklemelerden hayvancılık ile uğraşanların bu ürünleri üreterek faydalanması gerekmektedir. Diğer yandan, eğer süt hayvancılığı yapan üreticiler bitkisel üretim yapmıyorsa (hayvan yemini karşılamak için) ve dışarıdan hayvan yemi satın alıyorsa, yüksek fiyatlarla desteklenen yem bitkileri, süt hayvancılığı yapan üreticilerin yüksek oranlı fiyatlardan yem satın almasına neden olduğu için olumsuz etki yapmaktadır. Yem fiyatları, süt havancılığı yapan üreticilerin en önemli masraf unsurudur. Bitkisel üretim yapamayan üreticilerin arazi mülkiyeti edinme konusunda sorunları vardır. Kullanılmayan boş araziler, hayvancılık yapmak isteyen üreticilere uygun koşullarda tahsis edilebilir. Araştırma alanında gözlenen arazi mülkiyet şekilleri arasında, kiracılık veya ortakçılık da yaygındır. Anlaşmaları ise elde edilen gelirin hasat sonunda paylaşımı yönünde olmaktadır. Ancak, Antalya şehir merkezine yaklaşıldıkça, turizm ve diğer faaliyet alanları nedeniyle hayvan yemi üretimine dayalı bitkisel üretim yapma olanağı giderek azalmaktadır. Bu durum, daha fazla masrafla süt üretiminin yapılmasına rağmen süt fiyatlarının bu bölgedeki üreticiler için daha düşük olması ile açıklanabilmektedir. Öte yandan, süt sığırcılığı yapan üreticiler arasında yalnızca bitkisel üretim yapan üreticilerin traktör sahibi

oldukları gözlenmiştir, sadece süt üretimi için traktör veya tarımsal alet ve donanımına sahip üreticilerle karşılaşılmalıdır. Traktör ve tarımsal alet-donanım sahibi üreticilerin diğer üretim masraflarının dışında traktör bakım ve mazot masrafları da bulunmaktadır. Tarımsal desteklemeler içerisinde verilen mazot desteği özellikle hububat ve yem bitkileri üreticilerini teşvik etmektedir. Ayrıca, kooperatif şeklinde örgütlenmekte olan bazı STM'nin ek gelir elde etmek amacıyla akaryakıt istasyonları bulunmaktadır. Traktör sahipleri bu kooperatiflerden daha uygun fiyata mazot almaktadır ve STM de araçlarıyla daha ekonomik bir şekilde süt toplayabilmektedir (Çizelge 38).

Çizelge 38. Antalya ili'nde çiğ süt piyasasında yaşanan başlıca sorunlar ve çözüm önerileri

Sorunlar	Çözüm Önerileri
Açık ve sağlıklı koşullarda süt satışı	<ul style="list-style-type: none"> Sütün <i>modern tesislere</i> akışının teşvik edilmesi, mevcut teşvik önlemlerinin artırılması Süt tanklarının ve STM'nin yaygınlaştırılması
“Açıkta süt satılması” sorunu	<ul style="list-style-type: none"> <i>Açık süt satışı</i> sorununu “<i>Sağlıklı süt</i>” sorununa dönüştürme düzenlemeleri (kurumların ve birliklerin ortaklaşa çalışmaları)
Süt tankı bulunan STM'nin henüz düşük kapasite ile çalışması	<ul style="list-style-type: none"> Genç üreticilerin süt <i>hayvancılığına</i> özendirilmesi, süt üretiminde artış sağlanması, projeli hayvancılık desteklerinden genç üreticilerin yararlandırılması
Kalite, gıda güvenliği, sağlıklı üretim	<ul style="list-style-type: none"> Üreticilere yayım hizmetiyle birlikte <i>hayvan sağlığı, hayvan yetiştiriciliği, süt sağımı</i> vb. konularda eğitim verilmesi Denetimlerin <i>eğitim hizmetiyle</i> birleştirilmesi
Meslek olarak “seyyar sütçülük”	<ul style="list-style-type: none"> Bölgede <i>işsizliği azaltıcı</i> tedbirlerin alınması, yeni iş imkânları yaratılması
Örgütlenme sorunu	<ul style="list-style-type: none"> <i>Kooperatiflerin</i> imajının düzeltilmesi, üreticilerin güvenin tekrar kazanılması, <i>kooperatifçilik</i> eğitimi
Üst örgütlenme zorluğu (hayvan sayısı ölçütü)	<ul style="list-style-type: none"> Kooperatiflerin daha çok üreticiyle ortak olarak DSYB'ne özel üye olmaları
Yem fiyatlarının yüksekliği	<ul style="list-style-type: none"> Üreticileri bitkisel üretime teşvik etmek, yem bitkileri desteklemelerinden faydalanmalarını sağlamak
Bitkisel üretim için arazi yokluğu	<ul style="list-style-type: none"> Kullanılmayan boş arazilerin hayvancılık yapanlara tahsisi, mera çalışmalarında artış sağlamak
Süt fiyatlarının düşüklüğü	<ul style="list-style-type: none"> Süt piyasa düzeninin oluşturulması, ulusal ve bölgesel süt konseylerinin kurulması
Üretici ve tüketici fiyat farkının yüksekliği	<ul style="list-style-type: none"> Az olan alıcı sayısının artırılması, STM'ne “işleme-paketleme” olanağının sunulması
Hayvan hastalıkları, verim düşüklüğü	<ul style="list-style-type: none"> STM'nin veteriner hekim istihdam etme zorunluluğu ve bunların desteklenmesi
Hayvan refahı	<ul style="list-style-type: none"> Hayvan barınaklarının iyileştirilmesi, açık ahırların teşvik edilmesinin sürdürülmesi
Talep artışı ve pazarlama sorunu	<ul style="list-style-type: none"> Ürün çeşitlendirmesi, organik süt üretimine geçiş

Tarımsal işletmelerde üretilen sütün, süt toplama merkezlerine verilmesindeki en etkili faktörün, üreticilere süt üretimi ile ilgili çeşitli eğitimler verilmesi olduğu bir gerçektir. Bu kapsamda, kurslara katılan üreticilerin, üretilen sütü süt toplama merkezine verilme olasılığı kursa katılmayanlardan

yaklaşık 14 kat daha fazladır. Nitekim süt üretimi konusunda kurs almış üreticilerin yenilikleri sürekli takip ettiği ve süt toplama merkezine süt vermeye daha yatkın oldukları araştırma gözlemlerinden de açıkça görülmüştür. Süt hayvancılığının yoğun olduğu bölgelerde üreticilere, yetkili kişiler kanalıyla kurs düzenlenmesi; STM'ne süt veren üretici sayısının artmasına, üreticilerin bir araya gelerek daha bilinçli ve özenli bir sistemde süt vermelerine, kendilerini etkileyen kararlarda söz sahibi olmalarına ve yeni teknolojik ve yapısal gelişmelerden haberdar olmalarında olumlu katkı sağlayacaktır (Çizelge 38).

Üreticilerin süt kalite standartları konusunda bilgi sahibi olması, süt üretiminde deneyimli ve eğitilmiş olduklarının göstergesidir. Bu üreticilerin büyük bir çoğunluğu, Antalya bölgesi genelinde üretilen sütün STM'ne verme talebinin düşük olmasının farkındadırlar. Söz konusu üreticiler, süt için uygulanması gereken hijyen koşullarına üretim sürecinin ilk aşamasında dikkat etmektedir. Üretim sürecinde dikkat ettikleri hijyenik koşullar, aynı zamanda hayvanlarının sağlığı ve dolayısıyla kendi sağlıklarını etkilediği için üreticiler bu konulara önem vermektedir. Hayvanların sağlığına kendi sağlıklarından daha çok özen gösteren üreticilerin hastalıklarla karşılaşma sıklığı yaşadıkları yer ve temizlik konusunda dikkat etmeleri sayesinde azalmaktadır. Araştırma sırasında, bölgedeki veteriner hekimlerle yapılan mülakatlarda gıda güvenliğini sağlamanın birincil koşulu olarak hayvan sağlığına dikkat edilmesi yönünde görüşler bildirilmiştir. Hayvan hastalıklarının az sıklıkta rastlanması, süt ve süt ürünlerinin sağlıklı olmasını da bu aşamada etkilemektedir. STM, gıda güvenliği sağlamada süt toplama ve ulaştırma konusunda gerekli özeni göstermektedir. Bu nedenle STM yöneticileri, üreticileri hayvanların ilaç kullanımı döneminde “sağılan sütün ayrı yerde muhafaza edilmesi” konusunda uyarılmaktadır. Örneğin, birçok STM süt toplama araçlarına bu uyarıları asmışlar, sorun olduğu takdirde aramaları gereken telefon numaralarını belirtmişlerdir (Ek-1). Bu şekilde ilaç kalıntısı olan sütleri ayrı bir yerde muhafaza etmek için özen göstermektedirler. Araştırma bulgularına göre, son bir yıl içerisinde STM'nin %94,8'i çeşitli kurum ve kuruluşlarca denetlenmiş olmasına karşın %5,2'si herhangi bir kurum tarafından denetleme kapsamlı bir ziyaretle karşılaşmamıştır. Yapılan denetimlerin yaygın birimleriyle birlikte gerçekleştirilmesi, yapılan işler arasında eşgüdüm oluşmasını ve ekonomik olarak da daha etkin hizmet götürülmesini sağlayacaktır (Çizelge 38).

Türkiye'deki diğer illerle karşılaştırıldığında Antalya'nın oldukça sıcak iklim kuşağında yer alması, bu nedenle gıda ham, yarı mamul ve mamul gıda maddelerinin muhafaza, nakliye ve depolama koşullarının daha hassas izlenmesini gerektirmektedir. Araştırma kapsamındaki STM'nin ancak %62,1'inde kurulu (sabit) süt tankı bulunmaktadır. Bu merkezlerin, süt tankı alımlarında hibe ve desteklemeler de uygulanmaktadır. Süt akışının modern tesislere ulaştırılmasında en önemli aşamalardan birisi olan soğutma işlemi STM tanklarında yerine getirilmektedir. Normal koşullar altında süt, üreticiden alındıktan 1-2 saat içerisinde soğutma sistemi bulunan merkez tanklara getirilmektedir. Diğer merkezler (%37,9) ise sabit tank yerine gezici konumda olan süt toplama araçlarının tanklarını kullanmaktadırlar. Araştırma alanındaki mevcut toplam kapasitenin kullanım oranı %80,5'dir. Kooperatiflere ait kurulu kapasite payı %59,6 iken özel şahıslara ait kurulu kapasite payı %40,4 olarak belirlenmiştir. KKO henüz istenen düzeye ulaşmadığı için üretim düzeyi artırılabilir. Merkezler, kurulu kapasite büyüklüğüne göre uygun sayıda eleman da istihdam etmektedir. Ancak kurulu süt tankı olmayan merkezlerde ise çoğunlukla bir kişi (aynı zamanda kooperatif başkanı da olabilen) bütün işleri yapabilmektedir. STM'nin sahip olduğu alet ve donanım arttıkça istihdam edilen kişi sayısı da artmaktadır. Diğer yandan, STM yöneticilerinin aynı zamanda köy muhtarı olmaları bazı durumlarda (genellikle kişisel nedenler, köy yönetimiyle ilgili kararlar vs.) üreticilerin kooperatife üye olmaları ve STM'nin imajı üzerinde olumsuz etki bırakabilmektedir. STM yöneticilerinin kooperatifçilik eğitimi de alması gerekmektedir. Bu eğitimle kooperatif ilkeleri doğrultusunda yönetilen kooperatiflerde süt toplama işleri, üyelik durumu ve karşılaşılan sorunlara yaklaşım yeterli düzeye gelecektir (Çizelge 38).

Araştırmanın diğer amaçları arasında yer alan üreticilerin örgütlenme ve bilinç düzeyinin yükseltilmesi konusunda süt sığırcı üreticilerinin avantajlı ve dezavantajlı olduğu durumlar bulunmaktadır. Öncelikle, STM'nin %72,4'ü köylerde bulunan kooperatif şeklinde örgütlü bir yapı içerisinde kurulmuştur. STM'ne süt veren üreticilerin büyük çoğunluğu süt satışı nedeniyle kooperatiflere de üye olmaktadır. Ancak üreticilerin daha üst düzeyde örgütlenme biçimi olan üst birliklere üye olması (HAYKOOP, DSYB vs.) için hayvan sayısı ölçüt alınmaktadır. Araştırma

kapsamındaki STM'nin süt alımı yaptıkları tarım işletmelerinin büyük çoğunluğu, küçük aile tipi işletmeler olup işletme başına düşen sağılan hayvan sayısı 3,8 adet'tir. Üreticilerin örgütlenmelerinde hayvan sayısı kriter olarak ele alınmaktadır ve bu kriter, üst birliğe üye olmak için 5 adet olarak belirlenmiştir. Ortalama hayvan sayısının daha düşük olması nedeniyle bazı üreticiler DSYB'ne üyelik avantajından faydalanmamaktadır. Ancak üreticilerin süt verdikleri kooperatifler DSYB'ne üreticiler adına üye olup STM'ne ve üreticilere daha fazla gelir sağlanmasına yardımcı olmaktadır. Böylece, üreticiler kooperatif bünyesinde üst birliğe üyelik avantajlarından faydalanabilmektedir. Örgütlenme oluşumu kooperatif şeklinde yoğunlaşan STM'nden üreticilerin memnuniyeti yaklaşık %90 düzeyindedir. Kooperatifler, üye olmayan üreticilerden de süt alımı yapmaktadır, ancak üreticilerin teşviklerden daha çok yararlanması ve örgütlenmenin teşvik edilmesi nedeniyle üyelik durumunun zorunlu olması koşulu aranmalıdır (Çizelge 38).

Son yıllarda süt akışının modern tesislere ulaştırılması amacıyla üreticilere süt teşvik primi sağlanmaktadır. Bu kapsamda verilen teşvik miktarı, üreticilerin örgütlülük durumuna göre de değişmektedir. Üreticilerin hemen hemen hepsinin bu desteklemeden haberdar olmakta ancak bölgede seyyar sütçülük yapan üreticiler haricinde hiçbir üretici süt teşvik priminden yararlanmamaktadır. Seyyar sütçülük yapan üreticilerin de ¼'ü teşvik priminden faydalanmıştır. Prim alan üreticiler, primlerini Ziraat Bankası aracılığı ile almaktadır. STM yanında üreticiler de, karşılıklı anlaşma yaparken bazı konulara önem vermekte ve eğer olanak dahilinde ise, anlaşma yapılacak STM'ni kendileri tercih etmek istemekte ve STM'nin bu konulardaki tutumlarıyla yakından ilgilenmektedir. STM süt alım fiyatı, STM süt alım miktarı, süt alım garantisi, süt alım dönemi (1 yıl, 6 ay), süt alım zamanlaması (sadece sabah veya akşam, sabah ve akşam), kooperatife ait bir merkez olması, çalışma koşullarının temizliği gibi ölçütler bu tercihler sırasında önemli rol oynamaktadır. STM ile üreticiler arasında herhangi bir yazılı anlaşma bulunmayıp genelde birbirlerini tanıma gerekçesiyle sözlü anlaşmalar yeterli görülmektedir. Sözlü anlaşmalar da büyük oranda belirli miktarlarda süt alım garantisi anlamına gelip sütü başkasına vermemeyi kapsayan karşılıklı güvene dayanmaktadır. Bu nedenle, üreticiler ve STM arasında sorun yaşanma sıklığı oldukça düşüktür (%12) ve anlaşmazlık nedeni de STM dışındaki faktörlerden, süt alım fiyatından kaynaklanmaktadır. Çünkü üretici, doğrudan gelirini etkilediği için "süt satış fiyatını" çok fazla önemserken STM, tüketiciye sağlıklı ürün sunarak hem imajını hem de satış gelirini arttırabilmek için en önemli hammadde konumundaki sütün "yüksek kalitede" olmasını önemsemektedir (Çizelge 38).

Süt tedarik zincirinin modernleşmesinde önemli bir yeri olan STM'nin alet ve donanımları giderek güçlendirilmektedir. Bununla birlikte üye üreticilerin de aynı şekilde üretim aşamasında modern teknikler kullanmakta ve üreticilerin %73,2'si süt sağım makinesine sahip olup bölgede, süt üretim zincirinde ilk aşama olan sağım faaliyetinin daha hijyenik bir şekilde yapılmasına olanak sağlamaktadır. Kooperatif şeklinde örgütlenmekte olan STM'nin bir diğer işlevi de süt sağımına yönelik ekipmanların temin edilmesi ve yaygınlaştırılması konusundadır. Bu amaçla merkezler, uygun fiyatla sağım makinesi, çelik süt güğümü vb. alınmasında üreticilere destek vermektedir. Merkezlerin bu gayretlerinin kamu destekleme araçlarıyla da teşvik edilmesi sağlanmalıdır.

STM'nin üreticilere diğer bir faydası olan aynı yardımlar süt üretim faaliyetini etkilemektedir. Bu durum, hayvanların beslenmesine yönelik yem alımında ortaya çıkmaktadır. STM, üreticilere süt alımından önce yem temininde bulunarak aynı yardım yapmaktadırlar ve ödeme zamanında süt için ödedikleri süt bedelinden yem masraflarını düşürmektedirler. Bu yöntemle üretici hem nakit parası olmadan hemen ihtiyacını gidermekte hem de yardım kapsamında aldığı girdinin fiyatı dışında ayrıca bir faiz ödememektedir. Destek sağlanan girdiler kapsamında çoğunlukla süt yemi, hayvanlar için alınan ilaç, silaj ve mazot gibi üreticinin sürekli ihtiyaç duyduğu bazı üretim girdileri yer almaktadır (Çizelge 38).

Üretilen sütün bireysel olarak pazarlamasını kolaylaştıran etkenlerden birisinin şehir merkezine yakınlık durumu olduğu bilinmektedir. Tarımsal işletmelerin şehir merkezine yakın olması nedeniyle, üreticiler ürettikleri sütü STM'ne vermek yerine kendileri daha yüksek fiyattan pazarlamak istemektedirler. Bu durumun, üreticilerin ürettikleri sütü süt toplama merkezine verme oranını %38 azalttığı söylenebilmektedir. Araştırma kapsamındaki STM'nin bulunduğu yerleşim birimlerinde, seyyar sütçülük faaliyetine rastlanılmamıştır. Ancak, Antalya Merkez'e yaklaşıldıkça, daha önce de belirtildiği gibi seyyar sütçülük yaygınlaşmakta ve STM'nin kapasitesini etkilemektedir.

Üreticilerin seyyar sütçüye süt verme nedenleri; özellikle akraba ve komşuluk ilişkileri” (%56,1) ile süte verilen “yüksek fiyat” (%16,7) “aynı köyden olma” (%20) ve “avans para alma” (%20)’dir. Bu konuda üreticilerden bir kısmı güven nedeniyle veya akraba/komşuluk ilişkilerinin zedeleneceği endişesiyle sütü STM’ne vermemektedir. Üreticilerin STM’ne güveninin yeniden kazandırılması gerekmektedir. Bu da üreticilere daha iyi hizmet götürerek ve karşılıklı diyalog yoluyla edinilebilecektir. Kooperatiflerin iyileştirilmesi ile yapılacak çalışmalar, üreticilerle STM’nin ilişkilerini de güçlendirilecektir. Kooperatif STM, üyelerine kooperatiflerin kendilerine ait bir kurum olduklarını hissettirmesi gerekmektedir. Böylece, üreticiler kooperatiflerine sahip çıkarak gelişmesine ve ekonomik faaliyetlerinin çeşitlendirilmesine katkı verecektir (Çizelge 38).

Araştırmada, tüketicilerin süt tüketim tercihleri konusundaki üreticilerin bakış açısı da değerlendirilmiştir. Üreticiler, tüketicilerin, yaşadıkları bölgede seyyar sütçülüğün mevcut olmasına rağmen, açık süt yerine perakende mağazalarda satışa sunulan işlenmiş ve paketlenmiş süte daha fazla ilgi gösterdiklerini belirtmişlerdir. Diğer bir kısım üretici ise bunun tam tersi görüşte olup tüketicilerin daha çok "fiyatın düşük olmasını" önemsediklerini ileri sürerek bu nedenle "açık sütü" daha fazla tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca, sütün “daha taze olması” ve ”sütün tüketicinin kapısına kadar getirilmesi” kolaylığı nedeniyle marketlerde satışa sunulan paket sütler yerine seyyar sütçülerden alım yaptıklarını belirtmişlerdir. Şehir merkezinde açık süt tercih eden tüketiciler, genellikle merkezden uzaktaki yerleşim yerinde yaşayan kişilerdir. Daha önce uygulanan okul sütü programı daha geniş kapsamdaki tüketiciye ulaştırılarak tekrar uygulanabilmelidir. Süt tüketiminin teşvik edilmesi süt üretim tesislerinin artması için de teşvik edici rol oynayacaktır (Çizelge 38).

Tüketimle birlikte, seyyar sütçülük sorununun nasıl önlenebileceği konusunda üreticiler de STM’nin yaygınlaşması gerektiğini savunmaktadır. Ayrıca üreticiler bu konuda ancak kooperatifçiliği temel alan örgütlenme yoluyla başarılı olunabileceğini öne sürmektedir. Süt fiyatlarının üretici açısından düşük olması da sorunun devamlılığı açısından önem arz etmektedir. Üretici fiyatlarının daha üst seviyeye çekilmesi, seyyar sütçünün verdiği fiyat farkının giderilmesi açısından önemli olacaktır.

Seyyar sütçülük, Antalya’da hem kayıtlı hem de kayıtsız şekilde yürütülmektedir. Bu durum Antalya Sütçüler ve Yoğurtçular Derneği’ne üye olanlar ve olmayanlar şeklinde de ayrılabilir. Derneğe üye satıcılar, şehir merkezinde çiğ süt satabilmektedir. Üyelerin, yasal açıdan yapmaları gereken birçok kural olmasına karşın (üniformalar, süt taşıyan kaplar, kimlik gösterme vs.) uygulamada yerine getirilmemektedir. Denetim ve kayıtlılık durumu haricinde kayıt dışılık süt satıcılarından farklı değildir. Bununla birlikte dernek yöneticileri, Antalya Valiliği ve Antalya Tarım İl Müdürlüğü tarafından yürütülen Eylem Planına dahil edilmiştir. Böylece seyyar sütçülüğün önlenmesinde kayıtlı üreticilerin öncelikle süt satış biçiminin iyileştirilmesi ve denetimin artırılması düşüncesi bulunmaktadır. Ancak resmi olmayan istatistiklere göre Antalya’da günde 1.5 ton kayıt dışı süt satışı yapılmaktadır (Çizelge 38).

Süt tedarik zinciri kapsamında yer alan ve önemi giderek artan bir takım kurum ve kuruluşlar bulunmaktadır. Çalışmanın bir diğer amacı olan, yayım hizmetlerinin güçlendirilmesi, üreticilere verilecek kursların artırılması yanında bu kurumların işbirliğini de zorunlu kılmaktadır. Üreticilerin öncelikle, hayvan alımı ve sağlığı konusunda DSYB etkin iken, süt fiyatlarının ve piyasasının oluşumunda HAYKOOP etkindir. Bu kurumların arasında hizmet götüren diğer kişiler ise veterinerler olup üreticilerin öncelikle bu kişilerle yaşadıkları olumsuz inanış ve düşünceler, yeni hizmet biçimleri ve uygulama esaslarıyla giderilecektir. Araştırma kapsamındaki üreticiler bilgi kaynağı olarak; kooperatif STM’ni, özel veterineri, tarım il veya ilçe müdürlüklerini, DSYB’ni, ziraat odasını, fabrika veya mandırayı kullanmaktadırlar. Araştırma süresince, üreticilerin bu kurumlardan kişilerle ilişkileri bazı yerlerde oldukça zayıftır. En fazla başvuru yapılan bilgi kaynağı ise özel veteriner (%36,7) ile kooperatif STM (%32,3) olmuştur. Veterinerlik hizmetinin özelleştirilmesi üreticiler arasında tartışma konusu olmuştur. Bazı üreticiler, DSYB’nden veya HAYKOOP gibi kurumlardan gelen veterinerlere güvenmemektedir. Bunun da en önemli nedeni, veterinerlik hizmetinin fiyatlandırılması konusunda düzensizlik görülmesidir. Bu güvensizlik ilaç fiyatlarına da yansımaktadır. Araştırma süresinde veterinerle yapılan görüşmelerde, hayvan sağlığına yönelik ilaçların fabrika fiyatlarının perakende fiyatlarının üzerinde olduğu belirtilmiştir. İlaçların fiyatlarında belirsizlik bulunmaktadır.

Üreticilerin desteklemelerden haberdar olması ve süt üretiminde devamlılığın sağlanması amacıyla projeli hayvan verilmesi dönemlerinde güçlü ve programlı bir yayım çalışmasıyla verimlilik, hayvan sağlığı ve süt hijyenleri konularında üreticiler bilinçlendirilebilirler. Nitekim alan çalışması kapsamında projeli hayvan desteğinden faydalanmış üreticiler de bulunmaktadır. Bu şekildeki desteklemelerin yayım hizmetiyle üreticilere uygulamalı olarak aktarılabilme olanağı bulunmaktadır. Bölge için önemli olan bu olanaktan daha çok üreticinin faydalanması gerekmektedir (Çizelge 38).

Bölgede meslek olarak seyyar sütçülüğün tercih edilmesinin nedenlerinden birisi de işsizliktir. Yani üreticilerin süt üretimi dışında, yapacağı tek ekonomik faaliyet süt satışıdır. Hane halkları içerisinde hayvanların bakımını ve süt sağımını büyük çoğunlukla kadınlar yapmakta ve eğer işsiz olan erkek var ise bu kişilerde genellikle semt pazarlarında süt satmaktadır. Bu duruma neden olan işsizlik, STM bulunan bölgelerde sabit donanımlara ek olarak kurulan tesislerle ve işleme olanaklarıyla yaratılan istihdamla azaltılabilmektedir. Bunun yanında teşvik edilen bitkisel üretim mercacılık çalışmaları da yeni iş olanağı yaratabilecektir (Çizelge 38).

Türkiye'nin, AB'nde izlenen süt ve süt ürünleri ortak piyasa düzenlemesine uyumuna yönelik olarak, Antalya Valiliği tarafından hazırlanan ve 2008 yılında yürürlüğe konması beklenen İl Stratejik Planında da bu konuya yer verilmiştir. Plan kapsamında başlıca amaçlar; hayvancılığın geliştirilmesi ve verimliliğin artırılması için gerekli tedbirleri almak (damızlık temini, yem bitkisi ekilişleri, mera ıslahı, barınakların iyileştirilmesi, ıslah, süt toplama merkezleri ve organize tarım bölgelerinin oluşturulması çalışmaları vs.), bitkisel ve hayvansal üretimin artırılması için hazırlanan projelerin hayata geçirilmesinde teknik ve mali destek sağlamak, hayvan hareketlerini ve salgın hayvan hastalıklarını kontrol altında tutarak ilin hastalıktan arı bölge olmasını sağlamak olarak belirtilmiştir. Bu amaçlara 2008 yılında ulaşabilmek için bu dönemde gerekli hazırlıkların yapılması gerekmektedir. Kayıt dışı olarak belirtilen süt açığı ise kayıt altına alınmaması durumunda açığın ithalat yoluyla kapatılması için ortaya konan gerekçenin kayıt altına alma projeleriyle önlenmesi gerekmektedir (Çizelge 38).

Süt fiyatlarının belirlenmesindeki dengesizlikleri ortadan kaldırmak amacıyla AB'nde ve bazı ülkelerde "süt piyasa düzenleri" ile üreticiler koruma altına alınmaktadır. Türkiye'de "ulusal süt konseyi" oluşturulmaya çalışılmış ancak uygulamaya geçirilememiştir. Belirli aralılarla yapılan ihalelerde belirlenen süt fiyatları piyasa mekanizmasına bırakılmıştır. Çok sayıda süt üreticisine karşılık bölgede az sayıda alıcı firma olması da süt fiyatlarının oluşumunda önemli bir etkidir. Üreticilerin tek başlarına fiyatı etkileme gücü bulunmamaktadır. Bu nedenle, üretici fiyatları düşük seviyede kalmaktadır. Süt piyasasının düzenlenmesi için süt konseyinin kurulması ile süt piyasasına ilişkin çözüm önerileri ve yeni yapılar daha hızlı ve kurumsal biçimde gerçekleşecektir. Diğer yandan, her bölgenin iklimsel koşullarının ve fiziki koşullarının farklı nitelikte olması nedeniyle üreticilerin bölgesel süt konseylerinin de kurulması da gerekli görülmektedir (Çizelge 38).

Gündemde sık sık yer alan açık süte karşı yer alan kampanyaların, süt piyasasında yer alan firmalar yerine bağımsız kuruluş veya dernekler, sağlık kuruluşları, ziraat odaları, sivil toplum örgütleri vb. tarafından yürütülmesi çözüm yollarının toplumun genel yararı düşünülerek oluşturulmasına katkıda bulunacaktır. Mevcut "açık süt" sorunu süt piyasasının iyileştirilmesiyle yerini "sağlıklı süt" sorununa bırakmalıdır. Böylece Sağlık Bakanlığı ve TKB'nın önderliğinde konu uzmanları tarafından yürütülecek bir kampanya ile süt tüketimini artıracak, üreticileri doğru bir şekilde yönlendirecek önlemlerin alınmasının yanı sıra süt işleme ve pastörizasyon fabrikalarının ve dağıtım ağının diğer gıda ürünlerinden daha da dikkatli bir şekilde denetlenmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir (Çizelge 38).

Antalya, Türkiye'nin turizm merkezlerinden birisi olduğu için çok sayıda restoran, otel ve diğer yiyecek-içecek işletmeleri bulunmaktadır. Bu durum özellikle yaz aylarında süt ve süt ürünleri tüketimini artırmaktadır. Tüketicilere, kaliteli ve sağlıklı ürün sunmak amacıyla fabrikaların ve perakendecilerin üretimin ilk aşamasında üreticilerle işbirliği içinde olmaları ve üretimde devamlılığı sağlayıcı faaliyetlere yardımcı olmaları gerekmektedir. Tüketici talebi giderek artan organik tarım faaliyeti kooperatifler aracılığı ile de uygulanarak "organik süt" üretimine başlanabilecek potansiyel Antalya bölgesinde mevcuttur. Halen piyasada tek bir firma tarafından üretilen organik süt, bölgesel bir markayla tüketicilere sunulabilmektedir (Çizelge 38).

KAYNAKÇA

- Amemiya, T., 1983. "Advanced Econometrics", Harvard University Press, 352 p.
- Anonim, 2004. "Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun (5179)", 24.05.2004 tarih 25483 sayılı Resmi Gazete, Ankara.
- Anonim, 2006. "Türk Gıda Kodeksi Çiğ Süt ve Isıl İşlem Görmüş İçme Sütleri", 22.08.2006 tarih 26267 sayılı Resmi Gazete, Ankara.
- Anonim, 2007a. 08.01.2007 tarih, 2007/01 No'lu Antalya İl Hıfzısıhha Kurul Kararı
- Anonim, 2007b. Agriculture and Agri-Food Canada.
<http://www.foodsci.uoguelph.ca/dairyedu/intro.html>, <http://www.dairyinfo.gc.ca/>
- Ataman, P., 2007. "Ülkemizde Gıda Güvenliği", Süt Dünyası Dergisi, Sayı 6.
- Bayraç, H.N ve Yenilmez, F., 2004. "Tarım Sektörünün Yapısal Analizi ve Avrupa Ortak Tarım Politikası", Osmangazi Üniversitesi, 2006.
- Bülbül, M., Turan, A., Albayrak, M. ve Sayın, C., 1998. "Hayvansal Üretimde Üretici Örgütlenmesi (Kooperatif ve Şirketler)", TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası Hayvansal Üretimi Artırmada Yeni Yaklaşımlar Sempozyumu, Ziraat Bankası Yayınları 34, 7-9 Ocak 1998, Ankara.
- Çelik, M., 2002. "Batı Akdeniz Bölgesinde Süt ve Süt Ürünleri Sektörünün Stratejik Durum Analizi ve Gelişme Olanakları", Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi (4) 2002, 43-83.
- Çiçek, A. ve Erkan, O., 1996. "Tarım Ekonomisinde Araştırma ve Örneklemeye Yöntemleri", Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, No:12, Tokat.
- DPT, 2006. T. C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), Ankara.
- Emeksiz, F., Albayrak, M., Güneş, E., Özçelik, A., Özer, O.O., Taşdan, K., 2005. "Türkiye'de Tarımsal Ürünlerin Pazarlama Kanalları ve Araçlarının Değerlendirilmesi", Türkiye Ziraat Mühendisliği Teknik Kongresi, 2. Cilt, Sayfa: 1155-1172.
- FAO, 2007. FAOSTAT Statistical Database Archieve, Livestock Primary.
<http://faostat.fao.org/site/412/default.aspx> (Son Erişim Tarihi: 14.06.2007)
- Gönç, S., Oysun, G., ve Ergüllü, E., 1993. "Süt Üretiminde Sorunlar ve Destekleme Politikaları", Türkiye 5. Sütçülük Kongresi, Ankara.
- HAYKOOP., 2007. Türkiye Hayvancılık Kooperatifleri Merkez Birliği, Süt Teşvikleri Sistemi
http://www.haykoop.org/tr/home/sut_tesvik_sistemi.asp (Son Erişim Tarihi: 10.06.2007)
- Hekimoğlu, B., ve Altındeğer, M., 2006. "Ülkemizde ve Samsun İlinde Süt Hayvancılığı ve Süt Sektöründeki Mevcut Durum, Sorunlar ve Öneriler", Samsun Valiliği Tarım İl Müdürlüğü.
- Herath, P.H.M.U. and H. Takeya, 2003. "Factors Determining Intercropping By Rubber Smallholders in Sri Lanka: A Logit Analysis", Agricultural Economics 29:159-168.
- Hosmer, W. D. and S. Lemeshow, 1989. "Applied Logistic Regression", University of Massachusetts, School of Public Health and Sciences, U.S.A., 235 p.
- İşyar, Y., 1999. "Ekonometrik Modeller", Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı Yayın No: 141, Bursa, 700 s.
- İsmihan Utku, F.M., 2005. "Avrupa Birliği Süt ve Süt Ürünleri Politikası", Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Sunumları, Ankara.
- İTB, 2007. İzmir Ticaret Borsası Dergisi, Sayı 58. İzmir.
- Gockowski, J. and M. Ndoumbé, 2004. "The adoption of Intensive Monocrop Horticulture in Southern Cameroon", Agricultural Economics 30 : 195-202.
- Greene, H. W., 2000. "Econometric Analysis (4th Edition)", U.S.A., 1004 p.
- Karaman, S. ve Yılmaz, İ., 2007. "Cam Sera Domates Üretiminde Polinasyon İçin Bombus Arısı Kullanımını Belirleyen Faktörlerin Analizi", Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, Tekirdağ.

- Maddala, G., 1983. "Limited Dependent and Qualitative Variables in Econometrics", Cambridge University Press, New York, 457 p.
- RG, 2006. Resmi Gazete, Hayvancılığın Desteklenmesi Hakkında Uygulama Esasları, 2006/69 Numaralı Genelge.
- Sarısaçlı, 2006. Süt Ürünleri, İGEME yayınları, Ankara.
http://www.atonet.org.tr/yeni/files/_images/distic/sectorler/sut.pdf (Son Erişim Tarihi: 10.06.2007)
- Sayın, C., 1998. "Türkiye'de Hayvancılığa Yönelik Destekleme ve Dış Ticaret Politikalarının Ülke Hayvancılığına Etkileri Üzerine Bir Araştırma", Doktora Tezi Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Ankara.
- Sayın, 2003. "Türkiye'de Tarımsal Destekleme Politikaları Reform Arayışları, IMF, GATT ve AB Yansımaları" Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Yayınları, Ankara.
- Sayın, C., Mencet, M.N., Taşcıoğlu, Y., 2007. "Süt Pazarlama ve Dağıtım Yapısında Kooperatiflerin Rolü ve Önemi: Antalya İli Örneği " I. Ulusal Kooperatifçilik Sempozyumu, Gazi Üniversitesi Kooperatifçilik Araştırma ve Uygulama Merkezi (KOOP-MER), 25-26 Mayıs 2007, Ankara.
- Sheikh, A.D. Rehman, T. and C.M. Yates, 2003. "Logit models for Identifying the factors that influence the uptake of new 'no-tillage' technologies by farmers in the rice-wheat and the cotton-wheat farming systems of Pakistan's Punjab", *Agricultural Systems* 75 : 79-95.
- Tan, S., 2001. "Okul Sütü Programları", Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Bakış Sayı 1, Nüsha 11.
- Tan, S. ve Ertürk, Y.E., 2002. "Peynir", Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Bakış Sayı 1, Nüsha 11.
- Thangataa, P.H. and J.R.R. Alavalapatib, 2003. "Agroforestry adoption in southern Malawi: the case of mixed intercropping of *Gliricidia sepium* and maize", *Agricultural Systems* 78 : 57-71.
- TKB, 2006a. "Ortak Piyasa Düzenleri Alt Çalışma Grup Raporları", Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Strateji Geliştirme Bakanlığı, Ankara.
- TKB, 2006b. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Antalya İl Müdürlüğü Kayıtları, Antalya.
- TÜİK, 2006. Tarımsal Yapı Üretim ve Değer (Çeşitli yıllara ait göstergeler), Türkiye İstatistik Kurumu, Ankara.

TEAE Yayın Listesi

- Çelik Y., **Konya İlinde Havuç Üretimi Yapan Tarım İşletmelerinin Avrupa Birliği Tarımsal Muhasebe Veri Ağı Sistemine Göre Sınıflandırılması ve İşletme Başarı Ölçütlerinin Karşılaştırılması**, Yayın No 173, Nisan 2009, Ankara
- Dellal İ., Berkum S., **Sektörel Analizler: Süt, Domates, Hububat, Kanatlı**, Yayın No 172, Mart 2009, Ankara
- Dellal İ., Berkum S., **Sectoral Analysis: Dairy, Tomato, Cereal, Poultry**, Yayın No 171, Mart 2009, Ankara
- Dellal İ., Keskin G., **Küresel Mali Kriz: Tarım Sektöründe Riskler ve Fırsatlar**, Yayın No 170, Kasım 2008, Ankara
- Yılmaz S., **AB'ye Uyum Sürecinde Türkiye'de Yaş Sebze ve Meyve Toptancı Hallerinin İşleyişinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri: Antalya İli Toptancı Hali Örneği**, Yayın No 169, Şubat 2008, Ankara
- Çeliker S.A., Korkmaz Ş., Demir A., Gül U., Dönmez D., Özdemir İ., Kalanlar Ş., **Ege Bölgesi Su Ürünleri Avcılığı Yapan İşletmelerin Sosyo-Ekonomik Analizi**, Yayın No: 168, Ocak 2008, Ankara.
- TEAE., **Ekonomik Göstergelerle Türkiye'de Tarım 2007**, Yayın No: 167, Şubat 2008, Ankara
- Can M., **Avrupa Birliği Kırsal Kalkınma Programlarının Türkiye'nin Kırsal Kalkınması Açısından İncelenmesi: SAPARD ve IPARD Örneği**, Yayın No: 166, Aralık 2007, Ankara
- Çınar H., Demir A., Top B., Horne P., **Türkiye Kanatlı Eti Alt Sektör Analizi**, Yayın No: 165, Ağustos 2007, Ankara
- Ege H., Hasdemir M., Yılmaz N., Dönmez D., Belt J., **Türkiye Hububat Alt Sektör Analizi**, Yayın No: 164, Ağustos 2007, Ankara.
- Dellal İ., Özat H., Özüdoğru T., **Tarımda Mazot Kullanımı ve Mazot Destekleri**, Yayın No: 163, Eylül 2007, Ankara.
- Keskin G., Nazlı C., Elçi S., Özüdoğru T., Valk O., **Türkiye Domates Alt Sektör Analizi**, Yayın No: 162, Temmuz 2007, Ankara.
- Gül Yavuz G., **Fındık Durum ve Tahmin : 2007/2008**, Yayın No: 161, Ağustos 2007, Ankara.
- Taşdan K., **Mısır Durum ve Tahmin : 2007/2008**, Yayın No: 160, Ağustos 2007, Ankara.
- İçöz Y., Taşdan K., İriboy S., Berkum S., **Türkiye Süt Alt Sektör Analizi**, Yayın No: 159, Temmuz 2007, Ankara.
- Demir A., **Buğday Durum ve Tahmin: 2007/2008**, Yayın No: 158, Temmuz 2007, Ankara.
- Onurlubaş H. E., Kızılaslan H., **Türkiye' de Bitkisel Yağ Sanayindeki Gelişmeler ve Geleceğe Yönelik Beklentiler.**, Yayın No: 157, Mayıs 2007, Ankara
- Karakaş A., Günler N., **Çay Durum ve Tahmin : 2006/2007**, Yayın No: 156, Mart 2007, Ankara
- Şahinöz A., Çağatay S., Teoman Ö., **Türkiye'de Tarımsal Destekleme Politikası Aracı Olarak Fark Ödeme Sistemi'nin Uygulanabilirliğinin Tartışılması ve Sistemin İktisadi Analizi**, Yayın No: 155, Nisan 2007, Ankara
- Koç B., Gül A., **Türkiye'de Bir Kırsal Kalkınma Modeli Olarak Köykentler ve Köykentlerde Tarımsal İşletmelerin Sosyal ve Ekonomik Analizi**, Yayın No: 154, Mart 2006, Ankara
- TEAE Uzmanları., **AB ve Türkiye'de Tarımda Sektörel Analizler**, Yayın No: 152, Aralık 2006, Ankara
- Dönmez, D., **Pirinç Durum ve Tahmin : 2006/2007**, Yayın No: 151, Kasım 2006, Ankara
- TEAE., **Ekonomik Göstergelerle Türkiye'de Tarım 2006**, Yayın No: 150, Kasım 2006, Ankara
- Çeliker, S.A., Korkmaz, Ş., Dönmez, D., Gül, U., Demir, A., Genç, Y., Kalanlar, Ş., Özdemir, İ., **Karadeniz Bölgesi Su Ürünleri Avcılığının Sosyo-Ekonomik Analizi, (İngilizce)**, Yayın No: 149, Mart 2006, Ankara.
- Özüdoğru, T., **Pamuk Durum ve Tahmin : 2006/2007**, Yayın No: 148, Kasım 2006, Ankara.
- Ege, H., Eken, H., Çakaryıldırım, N., **Arpa Durum ve Tahmin : 2006/2007**, Yayın No: 147, Temmuz 2006, Ankara.
- Hasdemir, M., Karahocagil, P., Hasdemir, M., **Kuru Kayısı Durum ve Tahmin : 2006/2007**, Yayın No: 146, Eylül 2006, Ankara.
- Anaç, H., Dönmez, D., Ege, H., **Buğday Durum ve Tahmin: 2005/2006**, Yayın No: 145, Haziran 2006, Ankara.
- Şahin, Y., **TARİŞ Zeytin ve Zeytinyağı Tarım Satış Koopertiflerinde Devlet Yatırım Yardımları ve Kooperatif-Ortak İlişkileri**, Yayın No: 144, Ocak 2006, Ankara.
- Çeliker, S.A., Korkmaz, Ş., Dönmez, D., Gül, U., Demir, A., Genç, Y., Kalanlar, Ş., Özdemir, İ., **Karadeniz Bölgesi Su Ürünleri Avcılığının Sosyo-Ekonomik Analizi**, Yayın No: 143, Mart 2006, Ankara.
- Tunalıoğlu, R., Karahocagil, P., **Zeytinyağı- Sofralık Zeytin – Prina Yağı Durum Tahmin : 2005/2006**, Yayın No: 142, Mart 2006, Ankara.

- Candemir,M., Deliktaş, E., **TİGEM İşletmerinde Teknik Etkinlik, Ölçek Etkinliği, Teknik İlerleme, Etkinlikteki Değişme ve Verimlilik Analizi: 1999-2003**, Yayın No:141, Ocak 2006, Ankara.
- Kekin, G., Çakaryıldırım, N., Dölekoğlu, C.Ö., **Domates ve Domates Salçası Durum ve Tahmin: 2005/2006**, Yayın No: 140, Kasım 2005, Ankara.
- Ataseven, Y., **AB ve Türkiye’de Tütüne Yönelik Politikalar- Karşılaştırmalı Bir Analiz**, Yayın No: 139, Ağustos 2005, Ankara.
- Tunalıoğlu, R., Taşkaya, B., **Fındık-Antep Fıstığı Durum ve Tahmin Raporu: 2005/2006**, Yayın No:138, Eylül 2005, Ankara.
- Dölekoğlu, C.Ö., Keskin, G., Özdemir, İ., **Yemeklik Kuru Baklagiller Durum ve Tahmin : 2005/2006**, Yayın No:137, Eylül 2005, Ankara.
- Taşkaya, B., Tunalıoğlu, R., Odabaşı, S., **Yağlı Tohumlar ve Bitkisel Yağlar:2005/2006**, Yayın No:136, Eylül 2005, Ankara.
- Anaç, H., Dönmez, D., Dellal, İ., **Buğday Durum ve Tahmin: 2005/2006**, Yayın No:135, Temmuz 2005, Ankara.
- Oktay, E., Tunalıoğlu, R., **Türk Tarım Politikasının Avrupa Birliği Ortak Tarım Politikasına Uyumu**, Yayın No:134, Haziran 2005, Ankara.
- Özüdoğru, T., Çakaryıldırım, N., **Pamuk Durum ve Tahmin: 2005/2006**, Yayın No:133, Haziran 2005, Ankara.
- İçöz, Y., Demir, A., Çeliker, A., Kalanlar, Ş., Gül,U., **Süt ve Süt Ürünleri Durum ve Tahmin 2004-2005**,Yayın No:132, Ağustos 2005, Ankara
- İçöz, Y., Demir, A., Çeliker, A., Kalanlar, Ş., Gül, U., **Et ve Et Ürünleri Durum ve Tahmin 2004-2005**,Yayın No:131, Nisan 2005, Ankara
- Arısoy, H., Oğuz, C., **Tarımsal Araştırma Enstitüleri Tarfından Yeni Geliştirilen Buğday Çeşitlerinin Tarım İşletmelerinde Kullanım Düzeyi ve Geleneksel Çeşitler İle Karşılaştırmalı Ekonomik Analizi-Konya İli Örneği**, Yayın No:130, Mart 2005, Ankara.
- Kızılaslan, N., Kızılaslan, H., **Türkiye’de Kimyasal Gübre Kullanımı ve Tokat İli Artova İlçesinde Kimyasal Gübredeki Uygulamalar, Gübreleme-Çevre İlişkileri**, Yayın No:129, Mart 2005, Ankara.
- Tunalıoğlu, R., Karahocagil, P., **“Zeytinyağı - Sofralık Zeytin ve Pirina Yağı Durum Tahmin:2004/2005”**, Yayın No: 128, Mart 2005, Ankara.
- Karahocagil, P. Tunalıoğlu, R., Çakaryıldırım, N. **“Turunçgiller Durum ve Tahmin 2004-2005”**, Yayın No: 127, Şubat 2005, Ankara
- Saner, G., Engindeniz, S., Çukur, F., Yücel, B., **İzmir ve Muğla İllerinde Faaliyet Gösteren Arıcılık İşletmelerinin Teknik ve Ekonomik Yapısı İle Sorunları Üzerine Bir Araştırma**, Yayın No:126, Ocak 2005, Ankara.
- Dölekoğlu,Ö.C., Keskin, G. **Yemeklik Kuru Baklagil Durum ve Tahmin 2004-2005**, Yayın No: 125, Aralık 2004, Ankara.
- Köse, N., **Ankara İli Kalecik İlçesi Tarım İşletmelerinde Melez Irk Süt Sığırcılığı ve Melez Irk Besi Sığırcılığı İçin Fizibilite Raporlarının Hazırlanması ve Kârlılıklarının Karşılaştırılması**, Yayın No: 124, Ekim 2004, Ankara
- Keskin, G., Dölekoğlu, Ö.C., **Domates ve Domates Salçası Durum ve Tahmin Raporu 2004-2005** Yayın No: 123, Eylül 2004, Ankara
- Koç, M., **Ege Bölgesinde Çekirdeksiz Kuru Üzüm Fiyatlarında Dalgalanmalar ve Etkileri Üzerine Bir Araştırma**, Yayın No: 122, Haziran 2004, Ankara.
- Güneş, E., **Tarım İşletmelerinde Kredi Taleplerinin Doğrusal Programlama Yöntemiyle Belirlenmesi “Kırşehir İli Merkez İlçesi Tarım İşletmeleri Araştırması”**, Yayın No: 121, Haziran 2004, Ankara.
- Özüdoğru, H., **“Köy-Koop Kırklareli Birliğinin Ekonomik Analizi ve Yöneticilerin Kooperatif İşletmelerinin Başarısına Etkilerinin Değerlendirilmesi”** Yayın No: 120, Mayıs 2004, Ankara
- Şengül, S., **"Türkiye'de Yoksulluk Profili ve Gelir Gruplarına Göre Gıda Talebi"**, Yayın No: 119, Mart 2004, Ankara.
- Tunalıoğlu, R., Karahocagil, P., **"Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Durum Tahmin:2003/2004"**, Yayın No: 118, Mart 2004, Ankara.
- TEAE Personeli, **"Teae Bakış 2003"**, Yayın No: 117, Ocak 2004, Ankara.
- İçöz, Y., **"Bursa İli Süt Sığırcılık İşletmelerinde Karlılık ve verimlilik Analizi"**, Yayın No: 116, Mart 2004, Ankara.
- Özüdoğru, T.,**"Pamuk Durum ve Tahmin: 2003/2004"**, Yayın No: 115, Ocak 2004, Ankara.
- Atıcı, C., **"Türkiye'nin Dış Ticaretinde ve Transfer Politikalarında Değişimin Faktör Bazında Gelir Dağılımı Etkileri: Bir Sosyal Hesaplar Matrisi Denemesi"**, Yayın No: 114, Aralık 2003, Ankara.
- Yavuz, F., Birinci, A., Peker, K., Atsan, T. **"Türkiye Fındık Sektörü Ekonometrik Modelinin Oluşturulması ve Politik Analizlerde Kullanımı"**, Yayın No: 113, Aralık 2003, Ankara.

- Tunalıoğlu, R., Karahocagil, P., “**Türkiye I. Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sempozyumu Bildirileri**”, Yayın No: 112, Aralık, 2003 Ankara.
- Karahocagil, P., Tunalıoğlu, R., Taşkaya, B., Anaç, H., “**Turunçgiller Durum ve Tahmin 2003-2004**”, Yayın No: 111, Kasım 2003, Ankara.
- Dölekoğlu, T., **Yağlı Tohumlar ve Bitkisel Yağlar Durum ve Tahmin 2003-2004**, Yayın No: 110, Ağustos 2003, Ankara
- Dölekoğlu, C.Ö., Uysal, F., **Yemeklik Kuru Baklagil Durum ve Tahmin 2003-2004**, Yayın No: 109, Ağustos, 2003 Ankara
- Keskin, G., Pezikoğlu, F., Gül, U., **Sebze Durum Raporu 2002-Domates**, Yayın No: 108, Temmuz, 2003, Ankara
- Dölekoğlu, T., **Türkiye I. Yağlı Tohumlar, Bitkisel Yağlar ve Teknolojileri Sempozyumu Bildirileri**, Yayın No: 107, Ağustos, 2003
- Özüdoğru, T., Ertürk, Y.E., 2003, **Türkiye VI. Pamuk ve Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildirileri**, Yayın No: 106, Ağustos. 2003, Ankara
- Dölekoğlu, C.Ö., 2003, **Tüketicilerin İşlenmiş Gıda Ürünlerindeki Kalite Tercihleri, Sağlık Riskine Karşı Tutumları ve Besin Bileşimi Konusunda Bilgi Düzeyleri (Adana Örneği)**, Yayın No: 105, Temmuz, Ankara
- Akbay, A.Ö., 2003, **Türkiye’de Şeker Üretiminin Ekonomik ve Sosyal Karlılığının Değerlendirilmesi**, Yayın No: 104, Temmuz, Ankara
- Özkan, U., Erkuş, A., 2003, **Bayburt İlinde Sığır Yetiştiriciliğine Yer veren Tarım İşletmelerinin Ekonomik Analizi**, Yayın No: 103, Temmuz, Ankara
- Demirci, S., **Şeker Kanunundaki Değişlikle Olası Etkilerin Ekonomik Analizi**, Yayın No: 102, Haziran, Ankara.
- Tan, S., Dellal, İ., 2003, **Avrupa Birliği’nde Ortak Tarım Politikasının İşleyişi ve Türk Tarımının Uyum Süreci**, Yayın No: 100, Mayıs Ankara.
- Dellal, İ., Gül, U., Anaç, H., 2003. **Buğday Durum ve Tahmin: 2003/2004, Durum ve Tahmin 2003-2**, Yayın No: 99, Ankara.
- Yeni, R., Dölekoğlu, C.Ö., 2003, **Tarımsal Destekleme Politikasında Süreçler ve Üretici Transferleri**, Yayın No: 98, Nisan, Ankara.
- Karlı, B. 2003, **Gap Alanındaki Tarım Kooperatifleri ve Diğer Çiftçi Örgütlerinin Bölge Kalkınmasındaki Etkinliği**, Yayın No: 97, Mart, Ankara.
- Tunalıoğlu, R., Karahocagil, P., Tan, M., **Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Durum ve Tahmin: 2003, Durum ve Tahmin: 2003-1**, Yayın No: 96, Mart, Ankara.
- Gül, A., Akbay, A.Ö., Dölekoğlu, C.Ö., Özel, R., Akbay, C., **Adana İli Kentsel Alanda Ailelerin Ev Dışı Gıda Tüketimlerinin Belirlenmesi**, Yayın No: 95, Ocak, Ankara.
- Ertürk, Y.E., Tan, S., **Et ve Et Mamülleri Durum ve Tahmin: 2003, Durum ve Tahmin 2002-6**, Yayın No: 94, Aralık, Ankara.
- Tan, S., Ertürk, Y.E., **Süt ve Süt Mamülleri Durum ve Tahmin: 2003, Durum ve Tahmin 2002-5**, Yayın No: 93, Aralık, Ankara.
- Ertürk, Y.E., Tan, S., **Kümes Hayvanları ve Yumurta Durum ve Tahmin: 2003, Durum ve Tahmin 2002-4**, Yayın No: 92, Aralık, Ankara.
- Ege, H., Karahocagil P., 2002, **Yemlik Tahıllar Durum ve Tahmin: 2002/2003, Durum ve Tahmin 2002-3**, Yayın No: 91, Aralık, Ankara
- Tunalıoğlu, R., Gökçe, O., 2002, **Ege Bölgesinde Optimal Zeytin Yayılış Alanlarının Tespitine Yönelik Bir Araştırma**, Yayın No: 90, Aralık, Ankara.
- Özüdoğru, T., 2002, **Pamuk Durum ve Tahmin: 2002/2003, Durum ve Tahmin 2002-2**, Yayın No: 89, Ekim, Ankara.
- Karlı, B. 2002, **Gap Alanındaki Tarıma Dayalı Sanayi İşletmelerinin Gelişimi, Sorunları ve Çözüm Yolları**, Yayın No: 88, Eylül, Ankara.
- Özüdoğru, T., Ertürk, E., 2002, **Türkiye V. Pamuk, Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildiriler**, Yayın No: 87, Ekim, Ankara
- Tan, S., Ertürk, Y.E., **Türkiye’de Süt Tozu Üretimi ve Dünyadaki Rekabet Şansı**, Yayın No: 86, Ekim, Ankara.
- Tan, S., Dellal, İ., 2002, **Kırmızı Et Üretim ve Tüketim Açığını Kapatmak İçin Alternatif Bir Yaklaşım: Hindi Üretimi ve Sözleşmeli Yetiştiricilik Modeli, Proje Raporu 2002-3**. Yayın No: 85, Temmuz, Ankara.
- Dellal, İ., Tunalıoğlu, R., 2002, **Buğday Durum ve Tahmin: 2002/2003, Durum ve Tahmin 2002-1**, Yayın No: 84, Ankara.
- Dellal, İ., Keskin, G., Dellal, G., 2002, **Gap Bölgesinde Küçükbaş Hayvan Yetiştiriciliğinin Ekonomik Analizi ve Hayvansal Ürünlerin Pazara Arzı, Proje Raporu 2002-2**. Yayın No: 83, Temmuz, Ankara.

- Ege, H, Karahocagil P., 2001, **Yemlik Tahıllar Durum ve Tahmin: 2001/2002, Durum ve Tahmin 2001-7**, Yayın No: 82, Aralık, Ankara.
- Dellal, G., Eliçin, A., Tekel, N., Dellal, İ., 2002, **Gap Bölgesinde Küçükbaş Hayvan Yetiştiriciliğinin Yapısal Özellikleri, Proje Raporu 2002-1**. Yayın No: 82, Temmuz, Ankara.
- Ertürk, Y.E., Tan, S., **Kümes Hayvanları ve Yumurta Durum ve Tahmin: 2002, Durum ve Tahmin 2001-6**, Yayın No: 81, Kasım, Ankara.
- Ertürk, Y.E., Tan, S., **Et ve Et Mamülleri Durum ve Tahmin: 2002, Durum ve Tahmin 2001-5**, Yayın No: 80, Kasım, Ankara.
- Tan, S., Ertürk, Y.E., **Süt ve Süt Mamülleri Durum ve Tahmin: 2002, Durum ve Tahmin 2001-4**, Yayın No: 79, Kasım, Ankara.
- Özudoğru, T., Tatlıdil, H., 2001, **“Bu Toprağın Sesi” Televizyon Programının Polatlı İlçesinde Çiftçi Davranışlarına Etkileri Üzerine Bir Araştırma, Proje Raporu**. Yayın No: 78, Aralık, Ankara.
- Akyıl, N., Özudoğru, T., 2001, **Yeni Gelişmeler Işığında Pamuk Sektörü, Iv. Türkiye Pamuk, Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildirileri**, Yayın No: 77, Aralık, Ankara.
- Karahocagil, P., 2001, **Yeter Gelirli İşletme Büyüklüğü: Literatür İncelemesi, Proje Raporu 2001-24**, Yayın No:76, Ekim, Ankara.
- Dellal, İ., 2001, **Buğday Durum ve Tahmin: 2001/2002, Durum ve Tahmin 2001-3**, Yayın No: 74, Eylül, Ankara.
- Dölekoğlu, T., 2001, **Yağlı Tohumlar ve Bitkisel Yağlar Durum ve Tahmin: 2001/2002, Durum ve Tahmin 2001-2**, Yayın No:73, Ağustos, Ankara.
- Tan, S., 2001, **Türkiye’de Sütçülük Sektöründe Bölgeler Arası Yapısal Değişimin Spatial Denge Modeli İle Analizi, Proje Raporu 2001-22**, Yayın No: 72, Ağustos, Ankara.
- Abay, C., Sayan, S., Miran, B., Bayaner, A., 2001, **Türkiye’deki Tarımsal Destek Harcamalarının Enflasyon Üzerine Etkilerinin Ekonometrik Analizi, Proje Raporu 2001-21**, Yayın No:71, Haziran, Ankara.
- Sarımeşeli, M., Tatlıdil, F., 2001, **Doğrudan Gelir Desteği ve Kayıt Sistemi Pilot Uygulaması ve Orman İçi Köyler Açısından Değerlendirilmesi, Proje Raporu 2001-20**, Yayın No:70, Nisan, Ankara
- Saraçoğlu, B., Aydoğuş, O., Köse, N., İşğören, D., 2001, **Türkiye’de Su Ürünleri Sektörü: Üretim, Talep ve Pazarlama, Proje Raporu 2001- 19**, Yayın No:69, Nisan, Ankara.
- Çakmak, E., Kasnaoğlu, H.,2001, **Tarım Sektöründe Türkiye ve Avrupa Birliği Etkileşimi, Proje Raporu 2001-18**, Yayın No:68, Nisan, Ankara.
- Demirci, S., 2001, **Şeker Fabrikalarının Performans Analizi ve Toplam Faktör verimliliklerinin Ölçümü: Dea ve Malmquist İndeks Yaklaşımı, Proje Raporu 2001-17**, Yayın No:67, Nisan, Ankara.
- Zaim, O., Bayaner, A., Kandemir, M.U., 2001, **Tarımda İller ve Bölgeler Düzeyinde Üretkenlik ve Etkinlik: Farklar ve Nedenler, Proje Raporu 2001-16**, Yayın No:66, Nisan, Ankara.
- TEAE Personeli **Türkiye’de Bazı Bölgeler İçin Önemli Ürünlerde Girdi Kullanımı ve Üretim Maliyetleri, 2001, Proje Raporu 2001-14**, Yayın No:64, Nisan, Ankara.
- Koç, A., Tanrıvermiş, H., Budak, F., Gündoğmuş, E., İnan, H., Kubaş, A., Özkan, B., 2001, **Türkiye Tarımında Kimyasal İlaç Kullanımı: Etkinsizlik, Sorunlar ve Alternatif Düzenlemelerin Etkileri, Proje Raporu 2001-13**, Yayın No:63, Nisan, Ankara.
- Işıklı, E., Koç, A., Miran, B., Akyıl, N., Abay, C., Güler, S., Günden, C., 2001, **Türkiye’de Tütünde Arz Kontrolü ve Ekonomik Etkileri, Proje Raporu 2001-12**, Yayın No:62, Nisan, Ankara.
- Binici, T., Koç, A., Bayaner, A., 2001, **Üretici Risk Davranışları ve Etkileyen Sosyo-Ekonomik Faktörler: Adana Aşağı Seyhan Ovası Örneği (İngilizce), Çalışma Raporu 2001-1**, Yayın No:61, Nisan, Ankara.
- Akdemir, Ş., Binici, T., Şengül, H., Vd. 2001, **Bölge Bazlı Tarım Sigortasının Türkiye’de Seçilmiş Bölgeler İçin Potansiyel Sigorta Talebinin ve Talebinin Karşılanabilirliğinin Belirlenmesi, Proje Raporu 2001-11**, Yayın No:60, Nisan, Ankara.
- Alpay, S., Yalçın, İ., Dölekoğlu, T., 2001, **Avrupa Birliği Kalite ve Sağlık Standartlarının Türk Gıda Sanayi Sektörü Rekabet Gücü Üzerine Etkisi, Proje Raporu 2001-10**, Yayın No:59, Nisan, Ankara
- Özudoğru, T., Akyıl, N.,2001, **Pamuk Durum ve Tahmin:2001/2002, Durum ve Tahmin 2001-1**, Yayın No:58, Eylül, Ankara.
- Bayaner, A., Koç, A., Tanrıvermiş, H., Gündoğmuş, E., Ören, N., Özkan, B., 2001, **Doğrudan Gelir Desteği Pilot Uygulamasının İzleme ve Değerlendirilmesi**, Proje Raporu 2001-9, Yayın No:57, Mart, Ankara
- Ediz, D., İntişah, A.Ş., Özlü, R., 2001, **Doğrudan Gelir Desteği Pilot Uygulaması (Türkçe ve İngilizce), Proje Raporu 2001-8**, Yayın No:56, Mart, Ankara.
- Yavuz, F., Aksoy, Ş., Tan, S., Dağdemir, V., Keskin, A., 2001, **Türkiye’de Süt Pazarlama Sisteminin İyileştirilmesi İçin Kurumsal Yapılanma İhtiyacı Üzerine Bir Araştırma, Proje Raporu 2001-7**, Yayın No:55, Mart, Ankara.

- Koç, A., Uzunlu, V., Bayaner, A., 2001, **Türkiye Tarımsal Ürün Projeksiyonları 2000-2009, Proje Raporu 2001-6**, Yayın No:54, Şubat, Ankara.
- Koç, A., Bayaner, A., Tan, S., Ertürk, Y.E., Fuller, F., 2001, **Türkiye’de Destekleme Politikaları ve Programlarının Hayvancılık Sektörünün Gelişmesi Üzerine Etkisi (İngilizce)**, Proje Raporu 2001-5, Yayın No:53, Ocak, Ankara.
- Ertürk, Y.E., 2001, **Ankara İli Kızılcahamam İlçesinde Köy-Tür’e Bağlı Olarak Faaliyet Gösteren Broiler İşletmelerinin Ekonomik Analizi, Proje Raporu 2001-4**, Yayın No:52, Ocak, Ankara.
- Akgüngör, S., Barbaros, F., Kumral, N., 2001, **Türkiye’de Meyve ve Sebze İşleme Sanayinin Avrupa Birliği Piyasasında Sürdürülebilir Rekabet Gücü Açısından Değerlendirilmesi, Proje Raporu 2001-3**, Yayın No: 51, Ocak, Ankara.
- Özcan, Y.Z., 2001, **Türkiye’de Fındık, Çay, Şeker Pancarı ve Tütün Tarımında Hızlı Kırsal Değerlendirme (İngilizce)**, Proje Raporu 2001-2, Yayın No: 50, Ocak, Ankara.
- Şengül, H., Koç, A., Akyıl, N., Bayaner, A., Fuller, F., 2001, **Türkiye’de Pamuk Pazarı: Gelecekteki Talebi Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi, (İngilizce)**, Proje Raporu 2001-1, Yayın No: 49, Ocak, Ankara.
- Dellal, İ., Ege, H., 2000, **Yemlik Tahıllar Durum ve Tahmin: 2000/2001, Durum ve Tahmin 2000-2**, Yayın No: 48, Aralık, Ankara.
- Akyıl, N., 2000, **Pamuk Endüstrisinde Pazar Merkezli Bilgi Akışı, Türkiye İri. Pamuk, Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildiriler Tartışmalar**, Yayın No: 47, Ekim, Ankara.
- Tan, S., Ertürk, Y.E., 2000, **Türkiye’de Hayvancılık Sektörü: Üretici, Sanayici ve Politika Yapıcılar Açısından Sektörün Değerlendirilmesi, Türkiye I. Besi ve Süt Hayvancılığı Sempozyumu Bildirileri**, Yayın No: 46, Temmuz, Ankara.
- Sarımeşeli, M., Aydoğuş, O., 2000, **Dünya Fındık Piyasasının Ekonomik Analizi ve Türkiye İçin Optimum Politikaların Saptanması, Proje Raporu 2000-6**, Yayın No: 45, Temmuz, Ankara.
- Ege, H., Dellal, İ., 2000, **Buğday Durum ve Tahmin: 2000/2001, Durum ve Tahmin 2000-1**, Yayın No: 44, Temmuz, Ankara.
- Dellal, İ., 2000, **Antalya İlinde Kıl Keçisi Yetiştiriciliğine Yer veren Tarım İşletmelerinin Ekonomik Analizi ve Planlanması, Proje Raporu 2000-5**, Yayın No: 43, Haziran, Ankara.
- Tanrıvermiş, H., 2000, **Orta Sakarya Havzası’nda Domates Üretiminde Tarımsal İlaç Kullanımının Ekonomik Analizi**, Yayın No: 42, Mayıs, Ankara.
- Tanrıvermiş, H., Gündoğmuş, E., Ceyhan, V., Fidan, H., Özudoğru, H., 2000, **Türkiye’de Özelleştirme Uygulamalarının Tarım Kesimine Etkilerinin Değerlendirilmesi, Proje Raporu 2000-3**, Yayın No:41, Mayıs, Ankara.
- Demirci, S., 2000, **Doğrudan Gelir Sistemi ve Uygulamalar: Literatür İncelemesi, Proje Raporu 2000-1**, Yayın No: 40, Mayıs, Ankara.
- Saraçoğlu, B., Köse, N., 2000, **Bazı Gıda Sanayilerinin Uluslararası Rekabet Gücü: Makarna, Bisküvi ve Un Sanayi, Proje Raporu 2000-2**, Yayın No: 39, Mayıs, Ankara.
- Tan, S., Şener, B., Aytüre, S., 1999, **Feoga ve Türkiye’de Uygulanabilirliği, Çalışma Raporu 1999-3**, Yayın No: 38, Aralık, Ankara.
- Kırıl, T., Kasnakoğlu, H., 1999, **Tarımsal Ürünler İçin Maliyet Hesaplama Metodolojisi ve veri Tabanı Rehberi, Proje Raporu 1999-13**, Yayın No: 37, Aralık, Ankara.
- Demirci, S., 1999, **Destekleme Alımı ve Fark Ödeme Sisteminin Refah ve Dağılım Etkilerinin İncelenmesi, Proje Raporu 1999-12**, Yayın No: 36, Aralık, Ankara.
- Brooks, J., Tanyeri, A., 1999, **Tarımsal Politika Reformu: Sosyal Hesap Matriksi Yaklaşımı (İngilizce)**, Proje Raporu 1999-11, Yayın No: 35, Aralık, Ankara.
- Çakmak, E.H., Akder, H., 1999, **Dünya Ticaret Örgütü-Tarım Anlaşması’nın Yeni Görüşme Dönemi ve Türkiye: Olanaklar, Kısıtlar ve Stratejiler, Proje Raporu 1999-10**, Yayın No:34, Aralık, Ankara.
- Akyıl, N., 1999, **Pamuk Durum ve Tahmin: 1999/2000, Durum ve Tahmin 1999-8**, Yayın No: 33, Aralık, Ankara.
- Özçelik, A., Tanrıvermiş, H., Gündoğmuş, E., İnan, A., 1999, **Türkiye’de Sulama İşletmeciliğinin Geliştirilmesi Yönünden Şebekelerin Birlik ve Kooperatiflere Devri İle Su Fiyatlandırma Yöntemlerinin İyileştirilmesi Olanakları, Proje Raporu 1999-9**, Yayın No: 32, Kasım, Ankara.
- Koç, A., Beghin, J., Fuller, F., Aksoy, Ş., Dölekoğlu, T., Şener, A., 1999, **Türkiye’de Yağlı Tohumlar Pazarı: Uluslararası Fiyatlar ve Alternatif Politikaların Arz, Talep ve İkame Ürünler Üzerine Etkileri (Türkçe ve İngilizce)**, Proje Raporu 1999-8, Yayın No: 31, Eylül, Ankara.
- Bayaner, A., Bozkurt, H., 1999, **Türk Tarımında Bilim ve Araştırma Politikaları (İngilizce)**, Yayın No: 30, Ekim, Ankara.
- Ege, H., 1999, **Yemlik Tahıllar Durum ve Tahmin: 1999/2000, Durum ve Tahmin 1999-7**, Yayın No: 29, Eylül, Ankara.

- Ertürk, Y.E., Tan, S., 1999, **Et ve Et Mamülleri Durum ve Tahmin: 1999, Durum ve Tahmin 1999-6**, Yayın No: 28, Ağustos, Ankara.
- Akyıl, N., Bayaner, A., 1999, **Pamukta Tarım ve Sanayi Entegrasyonu, Türkiye II. Pamuk, Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildirileri**, Yayın No: 27, Ağustos, Ankara.
- Tan, S., Ertürk, Y.E., 1999, **Süt ve Süt Mamülleri Durum ve Tahmin: 1999, Durum ve Tahmin 1999-5**, Yayın No: 26, Ağustos, Ankara.
- Şener, A., Koç, A., 1999, **Türkiye'de Kimyasal Gübre Talebi, Çalışma Raporu 1999-2**, Yayın No: 25, Ağustos, Ankara.
- Aydoğuş, O., Ege, H., Köse, N., 1999, **Buğday Durum ve Tahmin: 1999/2000, Durum ve Tahmin 1999-4**, Yayın No: 24, Haziran, Ankara.
- Bayaner, A., 1999, **Çorum İlinde Yumurta Tavukçuluğunun Ekonomik Analizi, Proje Raporu 1999-7** Yayın No: 23, Haziran, Ankara.
- Çakmak, E., Kasnaoğlu, H., Akder, H., 1999, **Türk Tarımında Destekleme Alımları ve Pazar Girişi Etkileri: Tarımsal Sektör Modeli Analizi, (İngilizce), Proje Raporu 1999-6** Yayın No: 22, Mayıs, Ankara.
- Furtan, W.H., Güzel, A., Karagiannis, G., Bayaner, A., 1999, **Türkiye'de Tarımsal Araştırmaların Getirisi ve Tarımsal verimlilik (İngilizce), Proje Raporu 1999-5**, Yayın No: 21, Mayıs, Ankara.
- Bayaner, A., Uzunlu, V., 1999, **Türk Baklagil Pazarlama Politikalarının Dünya Ticaretine Etkileri, Çalışma Raporu 1999-1**, Yayın No: 20, Nisan, Ankara.
- Ege, H., Ertürk, Y.E., 1999, **Yemlik Tahıllar Tahmin: 1998/99, Tahmin 1999-3**, Yayın No: 19, Mart, Ankara.
- Aksoy, Ş., Şener, A., 1999, **Yağlı Tohumlar ve Bitkisel Yağlar Durum ve Tahmin: 1997/98, Durum ve Tahmin 1999-2**, Yayın No: 18, Mart, Ankara.
- Yurdakul, O., V.D., 1999, **Türkiye'de Hayvansal Ürünler Arzı ve Yem Talebi: Mevcut Durumun Değerlendirilmesi ve Alternatif Politika Senaryoları (Türkçe ve İngilizce), Proje Raporu 1999-4**, Yayın No: 17, Mart, Ankara.
- Akyıl, N., 1999, **Pamuk Tahmin: 1998/99, Tahmin 1999-1**, Yayın No: 16, Mart, Ankara.
- Akgüngör, S., Miran, B., Abay, C.F., Olhan, E., Nergis, N.K., 1999, **İstanbul, Ankara, ve İzmir İllerinde Tüketicilerin Çevre Dostu Ürünlere Yönelik Potansiyel Talebinin Tahminlenmesi, Proje Raporu 1999-3**, Yayın No: 15, Şubat, Ankara.
- Özçelik, A., Turan, A., Tanrıvermiş, H., 1999, **Türkiye'de Tarımın Pazara Entegrasyonunda Sözleşmeli Tarım ve Bu Modelin Sürdürülebilir Kaynak Kullanımı İle Üretici Geliri Üzerine Etkileri, Proje Raporu 1999-2**, Yayın No: 14, Şubat, Ankara.
- Schmitz, A., Çakmak, E., Schmitz T. And R. Gray, 1999, **Türk Tarımında Devlet Eliyle Ticaret (Türkçe ve İngilizce), Proje Raporu 1999-1**, Yayın No: 13 Şubat, Ankara.
- Bayaner, A., Nevruz, G., Akyıl, N., 1998, **I. Türkiye Pamuk, Tekstil ve Konfeksiyon Sempozyumu: Bildiriler, Tartışmalar**, Yayın No: 12, Ekim, Ankara.
- Aydoğuş, O., Nevruz, G., 1998, **I. Türkiye Buğday Sempozyumu: Bildiriler, Tartışmalar**, Yayın No: 11, Temmuz, Ankara.
- Yıldırım, T., Furtan, W.H., Güzel, A., 1998, **Türkiye Buğday Politikasının Teorik ve Uygulamalı Analizi, Çalışma Raporu 1998-4**, Mayıs, Ankara.
- Çakmak, E.H., Kasnaoğlu, H., Yıldırım, T., 1998, **Fark Ödeme Sisteminin Ekonomik Analizi, Çalışma Raporu 1998-3**, Nisan, Ankara.
- Bayaner, A., 1998, **Türkiye Makarnalık Buğday Sektörü ve Uluslararası Pazardaki Rekabet Gücü, Çalışma Raporu 1998-2**, Yayın No: 8, Nisan, Ankara.
- Fisunoğlu, M., Pınar M., Aydoğuş, O., 1998, **Türkiye'nin Orta ve Doğu Avrupa Ülkeleri ve Rusya Federasyonu İle Tarımsal Ticaret Olanakları, Çalışma Raporu 1998-1**, Mart, Ankara.
- Aydoğuş, O., Ege, H., Ertürk, Y.E., 1998, **Buğday Tahmin: 1998/99, Tahmin 1998-5**, Aralık, Ankara.
- Akyıl, N., Ertürk, Y.E., 1998, **Pamuk Durum ve Tahmin: 1998/99, Durum ve Tahmin 1998-4**, Eylül, Ankara.
- Ege, H., Ertürk, Y.E., 1998, **Yemlik Tahıllar Durum ve Tahmin: 1998/99, Durum ve Tahmin 1998-3**, Temmuz, Ankara.
- Aydoğuş, O., Ege, H., Ertürk, Y.E., 1998, **Buğday Tahmin: 1998/99, Tahmin 1998-2**, Temmuz, Ankara.
- Pınar, M., Akyıl, N., Er S., Ertürk, Y.E., 1998, **Pamuk Durum ve Tahmin: 1997/98, Durum ve Tahmin 1998-1**, Ocak, Ankara.
- Aydoğuş, O., Ege, H., Ertürk, Y.E., Zöğ, N.P., 1997, **Buğday Durum ve Tahmin: 1997/98, Durum ve Tahmin 1997-1**, Aralık,