

## Süt toplama merkezlerinin, sokak sütçülüğünü önlemedeki rollerinin belirlenmesi: Antalya ili örneği

### Evaluating the roles of milk collecting facilities against milk roundsman system

Cengiz SAYIN, M. Nisa MENCET, Yavuz TAŞCIOĞLU

Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, 07070 Antalya, Türkiye

Sorumlu yazar (*Corresponding author*): Cengiz SAYIN, e-posta (*e-mail*): csayin@akdeniz.edu.tr

#### MAKALE BİLGİSİ

Alınış tarihi 03 Nisan 2010  
Düzeltilme tarihi 22 Haziran 2010  
Kabul tarihi 24 Haziran 2010

#### Anahtar Kelimeler:

Çiğ süt pazarlaması  
Süt toplama merkezleri  
Sokak sütçülüğü  
Antalya

#### ÖZ

İnsan beslenmesi için önemi tartışılmaz olan sütün çabuk bozulan bir yapıya sahip olması nedeniyle üretiminden tüketimine kadar geçen aşamada uygun koşullar altında muhafaza edilmesi gerekmektedir. Ayrıca süt, hijyen koşulları nedeniyle pazarlama kanalları bakımından da diğer ürün piyasalarından farklılıklar göstermektedir. Türkiye’de süt ve süt ürünleri pazarlamasının arz tarafında; küçük aile işletmeleri, süt toplama merkezleri (kooperatiflere, mandıra veya fabrikalara ait), birlikler ve özel sektör (fabrika, mandıra) yer almaktadır. Son yıllarda sayıları giderek artan süt toplama merkezleri, üretici ile süt işleyen işletmeler arasında bir köprü görevi görmekte ve sütün modern işleme tesislerine taşınmasında önemli rol üstlenmektedir. Bu çalışmada, Türkiye’de gıda güvenliğine dayalı bir süt piyasasının oluşturulmasına katkı sağlanması ve Antalya ilindeki süt toplama merkezlerinin; gıda güvenliğini sağlama, sokak sütçülüğünü önleme ve çiğ süt pazarlamadaki rollerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın ana materyalini, belirtilen hedef kitleden yüz yüze anket görüşmesi yoluyla elde edilmiş birincil veriler oluşturmuştur. Çalışmada Antalya ilindeki toplam sayısı 54 olan süt toplama merkezlerinin tamamı ile görüşülmüştür. Araştırmada; modern süt merkezlerinin teşvik edilmesi, süt üretici gelirinde devamlılığın sağlanması, pazarlamada üretici rekabet gücünün artırılması, üretici örgütlenmesinin teşvik edilmesi, çiğ süt pazarlama zincirinin kayıt altına alınarak izlenmesi, denetim ve kontrolünün sağlanması yoluyla sokak sütçülüğünün önlenmesi bulguları öne çıkmıştır. Tüketici sağlığının korunması amacıyla belirtilen süt politikası önlemleri üzerinde önemle durulmalıdır. Özellikle süt toplama merkezleri, sokak sütçülerine göre daha rekabetçi ve üretici tarafından da daha fazla tercih edilebilir bir konuma getirilmelidir.

#### ARTICLE INFO

Received 03 April 2010  
Received in revised form 22 June 2010  
Accepted 24 June 2010

#### Keywords:

Raw milk marketing  
Milk collecting centers  
Milk roundsman system  
Antalya

#### ABSTRACT

The fact that, the milk, a vital nutrient for human, goes bad easily-, should be preserved under highly strict health circumstances during the period of production and consumption stage. In addition, the milk shows many differences from other market products in a marketing manner because of its highly hygienic state. In the supply side of milk and the other dairy products marketing structure in Turkey, small family companies, milk collecting centers (belonging to cooperatives, dairy farms and factories), unions and private sectors (factories, dairy farms) take place. Rapidly increasing milk collecting centers plays a very important role in the process of linking milk to the modern facilities and taking over the control for being a bridge between the producer and raw milk processing companies. This study aimed to help the creation of a milk market, based on food safety and assigning a role to the milk collecting centers, to determine the role of milk rounds man system and providing food safety in Antalya raw milk market. The primary data gathered by -face to face- interviews consists of the main material of this research. In the research, interviews were made with milk collecting centers that count 54 at total in Antalya province. Promoting the modern milk facilities, enabling a continuing milk producer income, increasing the competitive power of production, inciting organizing of the producers, gaining control over and observing the raw milk marketing by registering it, thus enabling to prevent milk rounds man system, was highlighted in the study. Milk policy precautions should be developed for serving the customers more healthy milk and dairy products. Especially, seeking an alternative solution efforts for how the facilities can be turned into a more competitive and preferable state than the milk rounds man, is needed.

## 1. Giriş

Günümüzde, nüfusun beslenmesinde artık sadece “yeter miktarda gıda arzı sağlama amacı” yetmemekte aynı zamanda “gıdaların, üretimden son tüketiciye ulaşana kadar nasıl daha sağlıklı olması gerektiği” olgusu üzerinde de önemle durulmaktadır. Bu durum en yaygın kullanılan şekliyle kısaca “gıda güvenliğini sağlama” olarak ifade edilmektedir. “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 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. Süt ve süt ürünleri çabuk bozulabilen bir yapı gösterdikleri için üretimden tüketime kadar geçen süreçte gıda güvenliği kurallarına uyulması için pazarlamanın her aşamasında denetim yapılması gerekmektedir.

Türkiye’de süt hayvancılığı işletmeleri ile süt işleme sanayi arasında yeterli bilgi akışının olmaması süt sektöründe gıda güvenliği sorunu ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle bu sorunlar son yıllarda sayıları hızla artan “süt toplama merkezleri (STM)” ile giderilmeye çalışılmakta ve bu merkezler, üretici ile süt işleyen işletmeler arasında bir köprü görevi üstlenmektedir. Böylece bu merkezler; çiğ sütün modern tesislere akışı yanında üreticilerin örgütlenmesini, eğitilmesini, üreticilerin toplu pazarlık yoluyla yüksek ücret ile süt satmasını, üretimle ilgili çeşitli konularda bilgi akışının sağlanmasını, hayvan yemi, veteriner hizmeti gibi çeşitli hizmetlerin sunulmasını, süt hayvancılığının yaygınlaştırılmasını ve böylece sokak sütçülüğünün de bir ölçüde önlenmesine katkı sağlamaktadır.

Türkiye’de bu merkezler dışında modern süt işletmelerinde çiğ süt oranının daha da artırılması amacıyla 1987 yılından bu yana süt teşvik primi uygulaması gibi çeşitli destekleme politikası araçlarına başvurulmaktadır (Sayın ve ark. 2007a). Bu düzenleme, belirli şartları taşıyan modern süt işletmelerine satışı yapılan süt miktarı için teşvik primi ödenmesi şeklindedir. Bu destek ile çiğ süt akışının, modern tesisler üzerinden gerçekleştirilmesi amacı güdülmektedir. Teşvik primi uygulaması ile süt üreticisine doğrudan gelir katkısı yapılırken, süt sanayisine hammaddeyi daha düşük fiyatlı alma olanağı sağlanmaktadır (Sayın 1998).

Süt piyasası, hijyen koşullarının gerekliliği nedeniyle pazarlama kanalları bakımından diğer ürün piyasalarından farklılıklar göstermektedir. Türkiye’de süt ve süt ürünlerinin pazarlama yapısında; 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.

Dünyada 1961 yılında 344 milyon ton olan süt üretimi 2008 yılında 693 milyon ton olarak gerçekleşmiştir (FAO 2009). Üretimde öne çıkan ülkeler sırasıyla; Hindistan (109.000.000 ton), ABD (86.179.000 ton) ve Çin (40.130.000 ton)’dir. Türkiye’de sağlan hayvan sayısı 2000-2008 yılları arasında % 37,15 azalmasına karşın aynı dönemde süt üretimi % 25,01 artarak 12,2 milyon ton’a kadar yükselmiştir (TÜİK 2009).

Türkiye’de üretilen çiğ sütün; genelde % 60’ı pazarlanabilmekte, % 25’i kaynağa 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’lık 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).

Gelişmiş ülkelerde üretilen sütün büyük bir kısmı kooperatifler kanalıyla pazarlanmakta olup Danimarka’da bu oran % 91, Almanya’da ise % 70’tir (Bülbül ve ark. 1998). Türkiye’de ise kooperatifler genellikle birinci basamakta, yani üreticiden sütü toplamakta ve işleyici alana kadar uygun koşullarda bekletme görevini üstlenmektedir.

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

Türkiye’de çiğ sütün modern tesislere ulaşmasında sıkıntılar yaşanmasına karşın bu işletmeler genelde % 70-80’ler düzeyinde kapasite ile çalışmaktadır. Eksik kapasite iç piyasa talebinin yetersizliği nedeniyle ortaya çıkmaktadır (TÜİK 2010).

Bu çalışmada, taşıdığı önem nedeniyle, Türkiye’de gıda güvenliğine dayalı çiğ süt piyasası oluşturulmasında süt toplama merkezlerinin rollerinin Antalya ili örneğinde belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda merkezlerin; genel özellikleri, hukuki yapıları, kapasite durumları, hammadde temin durumları, denetim ve kontrolü, üreticilerle ve işleme tesisleri ile ilişkileri ve tüketici-üretici açısından sokak sütçülüğüne bakış açıları incelenmiştir.

## 2. Materyal ve Yöntem

Araştırma, Antalya ili sütün en çok toplandığı ilçelerde yürütülmüştür. İlin yıllık çiğ süt üretimi 2008 yılında 300-350 bin ton düzeyindedir. Bu miktarın yaklaşık %84,8’i inek, %15,2’si ise koyun ve keçiden elde edilmektedir. Antalya ilinde hayvan varlığında son yıllarda önemli bir değişim görülmemektedir. Mevcut hayvan popülasyonu içinde kültür veya kültür melezi ırklar çoğunluğu oluşturmaktadır. Süt üretimi en önemli ilçeler sırasıyla; Merkez (%22,2), Korkuteli (%20,7), Manavgat (%14,4) ve Alanya (%10,3)’dür (TÜİK 2009). Bölgede süt hayvancılığı yapan işletmelerin büyük çoğunluğu küçük ve orta boy ölçeğinde işletme şeklindedir ve ilde süt pazarlama sistemi içinde sayıları hızla artan süt toplama merkezlerinin etkinliği de artma eğilimindedir.

Antalya il sınırları genelinde birçok STM bulunmaktadır. Bunlardan süt üretim kapasitesi en fazla olanlar Merkez, Korkuteli, Elmalı ve Serik ilçelerindedir ve il genelinde toplanan sütün %80’ine yakını bu merkezler aracılığı ile pazarlanmaktadır. Mevcut STM sayısının çok fazla olmaması nedeniyle araştırmanın hedef kitle kapsamına, Antalya ili genelindeki süt toplama merkezlerinin tamamı alınmış ve merkezlerin yöneticileri ile (tam sayım) yüz yüze görüşmeye dayalı anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Anket formlarında, merkezin işleyiş yapısı, hammadde

temini, kapasite durumları, üreticilerin sanayicilerle olan ilişkileri ve merkezlerin üretici ve tüketici açılarından sokak sütçülüğü konusuna bakışları irdelenmiştir. 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.

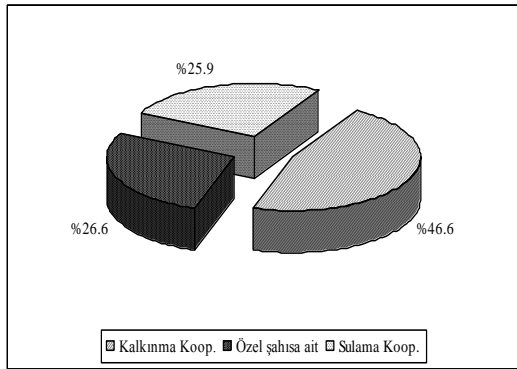
Araştırma verilerinin analizinde, çizelge ve karşılaştırmalı yorumlarda, oransal değişim ve yüzdeler tablo yöntemlerinden yararlanılmıştır.

### 3. Araştırma Bulguları

Antalya ilinde faal olarak süt alımı yapan merkezlerin toplam sayısı 58 adet olup bunlar Korkuteli, Elmalı, Merkez, Serik ilçeleri ve köylerinde bulunmaktadır. En fazla STM bulunduran ilçe Korkuteli (% 46,6)'dir.

#### 3.1. Merkezler hakkında genel bilgiler

Antalya ilinde faaliyet gösteren merkezlerin yaklaşık % 72,4'ü köylerde bulunan kooperatifler tarafından idare edilmektedir. Diğer STM ise özel şahıslar (% 26,6) tarafından işletilmektedir (Şekil 1).



Şekil 1. Merkezlerin tiplerine göre dağılımı.

Kooperatifler tarımsal kalkınma (% 46,6) ve sulama kooperatiflerinden (% 25,9) oluşmaktadır. Büyük çoğunlukla her yerleşim yerinde bunlardan sadece birisi bulunmaktadır. Ancak bazı köylerde her iki kooperatif de bulunmakta olup her ikisinin de süt alımı yaptığını rastlanılmıştır. Faaliyet alanı itibarıyla 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.

Merkezlerin 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 merkezlerin % 43,3'ünün ise sabit bir merkez binası olup ayrıca bunun yanında bunlardan bazılarının depo, lojman, dinlenme alanı, banyo gibi çeşitli sosyal alanları bulunmaktadır.

Araştırma kapsamındaki merkezlerin ancak % 62,1'inin kurulu (sabit) süt tankı bulunmaktadır. Diğer merkezler (% 37,9) ise sabit tank yerine gezici konumda olan süt toplama aracı tankını kullanmaktadır.

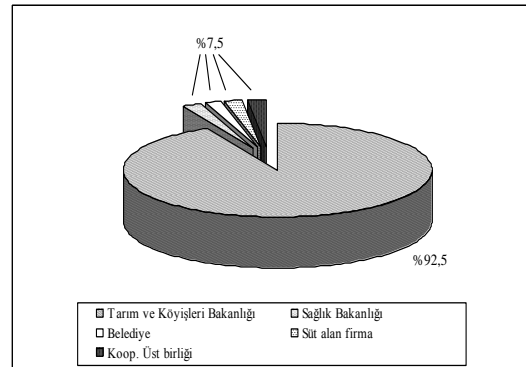
Kooperatiflere ait merkezlerin kurulu süt tankı kapasiteleri 1–12 ton arasında değişmekte olup ortalama kurulu kapasite 4,7 ton'dur. Buna karşın özel şahıslara ait merkezlerin kurulu kapasiteleri daha yüksek olup bazılarının kapasiteleri 40–70 ton'a kadar ulaşabilmektedir. Yüksek kapasiteye sahip olanların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

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

Merkezlerin % 81'ine göre mevcut kurulu süt tankı kapasitesi bu aşamada bölgenin ihtiyacını karşılanabilecek 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.

Araştırma bulgularına göre, bölgedeki mevcut merkezlerin % 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.

Bulgulara göre, son bir yıl içerisinde merkezlerin % 94,8'i çeşitli kurum ve kuruluşlarca denetlenmiş olmasına karşın % 5,2'si herhangi bir kurum tarafından denetleme kapsamlı bir ziyaretle karşılaşmamıştır. Denetimi yapılan merkezlerin önemli bir bölümü (% 92,5) ise TKB'nin 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 merkezlerin toplam denetlenen merkezler içerisindeki payı oldukça düşük olup bu oran % 7,5'tir (Şekil 2).



Şekil 2. Merkezleri denetleyen kuruluşlar.

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. Denetimler, merkezlerin çalışma işleyişi, süt

toplama saatleri, hijyen koşulları ve sütlerin içeriğine ilişkin konuları kapsamaktadır.

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.

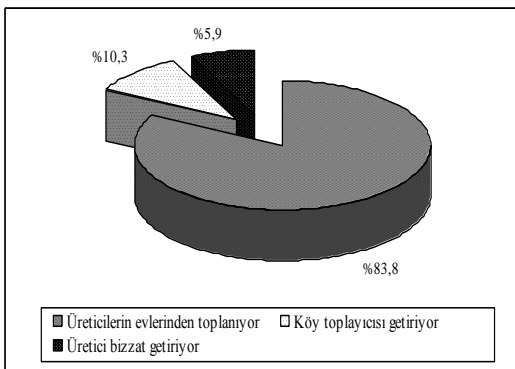
### 3.2. Hammadde temini

STM 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 3,8 ton ve akşam ise ortalama 1,6 ton süt toplamaktadır.

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

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



Şekil 3. Sütün merkeze getirilme şekilleri.

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 merkezlere kayıtlı üretici sayısı da değişmektedir. Örneğin, kıyı kesimlere yaklaşıldıkça hayvancılık faaliyeti azalmasına karşın iç kesimlerde daha

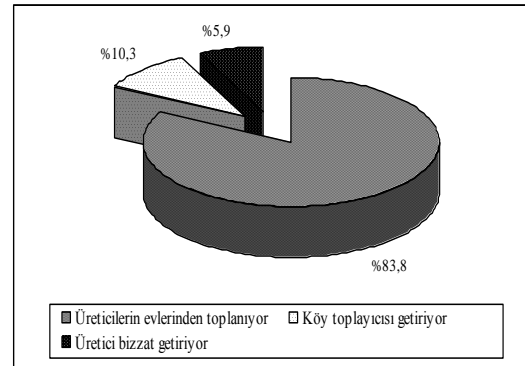
yoğun bir hayvancılık yapılmaktadır. Mevcut duruma göre, araştırma bölgesindeki merkezlere kayıtlı üretici sayısı en az 1 ve en çok 1500 kişi arasında değişmekte olup ortalama 105'dir.

STM görevlisi, normal koşullarda sütü üreticiden aldıktan 1-2 saat içerisinde soğutma sistemi bulunan merkez tanklarına getirebilmektedir. Genellikle sabah 6:00 ve akşam 17:00'da başlayan süt toplama işi en geç iki saat içerisinde tamamlanıp merkeze, fabrikaya veya mandıraya sabah saat 8:00 akşam ise 19:00 gibi ulaştırılmaktadır.

STM, toplama esnasında toplayıcı kişi tarafından öncelikle sütü kontrole tabi tutmaktadır. Araştırma bölgesindeki merkezlerin % 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 olmadığının kontrolü için süt tabancası kullanımına başvurulmaktadır.

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 4).

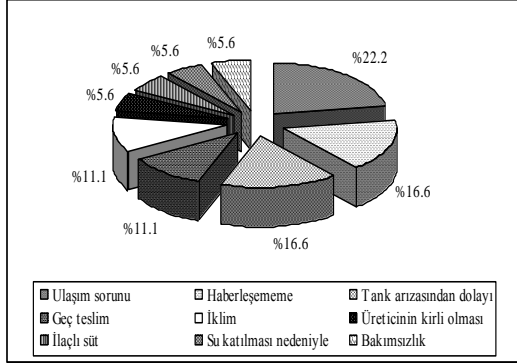


Şekil 4. Süt muhafaza kabı tercihleri.

Merkezlere göre, üreticilerden süt alımında çok önemli ve sürekli bir sorunla karşılaşılmamaktadır. Ancak çok az düzeyde de olsa süt kalitesiyle ilgili sorunlar yaşanabilmektedir. Bunlar, süte su katılması nedeniyle su oranının artması veya sütün yağının çekilmesi gibi münferit olaylardır. STM çalışanları üreticileri bu sorunlar konusunda uyarmaktadır. 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.

Merkezlerin % 29,3'üne göre çeşitli nedenler dolayısıyla nadiren bozulma vakalarına rastlanılmaktadır. Sorun yaşandığını belirten merkezlerin 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 5).



Şekil 5. Süt bozulması vakalarının nedenleri

### 3.3. STM ve üretici ilişkileri

STM ile üreticiler arasında yazılı bir anlaşma yapılmamaktadır. Merkezlerin genellikle yazılı anlaşmayı kapsayan örnek bir sözleşme modelleri de bulunmamaktadır. 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 ikisi, 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, merkezlerin % 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 merkezlerin oranları ise sırasıyla % 5,1 ve % 1,7'dir (Çizelge 1).

Çizelge 1. Sözleşmede önem verilen ölçütler.

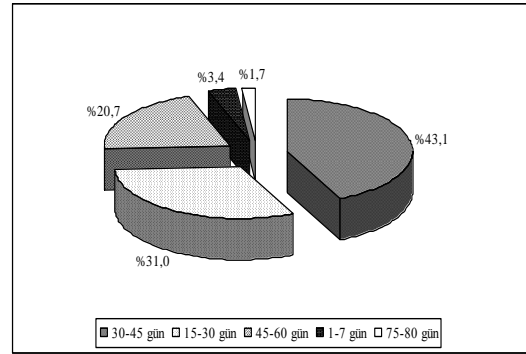
	STM Sayısı	Pay (%)
Kalite	54	93,2
Miktar	3	5,1
Üyelik durumu	1	1,7
Toplam	58	100,0

STM ile yazılı veya sözlü anlaşma yapılmış da olsa karşılıklı olarak anlaşmanın bozulması durumuyla karşılaşabilmektedir. Araştırma sonuçlarına göre, çok az sayıda da olsa anlaşma kapsamına uyulmaması nedeniyle merkezlerin üreticiden süt alımından vazgeçtiği durumlar yaşanmıştır. Buna karşın üreticilerin tek taraflı olarak anlaşmayı bozup merkeze süt vermeme durumuyla daha sık karşılaşmıştır. Örneğin merkezlerin % 25,9'u bir defa da olsa bazı dönemlerde üretici kaynaklı anlaşmayı bozma olayı ile karşılaşmıştır.

Bu durumla karşılaşan merkezlerin % 66,7'sine göre, anlaşmayı bozan üreticilerin büyük çoğunluğu süt fiyatını yetersiz bulmuş, % 33,3'üne göre ise hijyen koşullarındaki aşırı ısrarlar gerekçe gösterilmiştir.

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 merkezlere ödenmektedir.

Ancak üreticilere ödeme yapılan vadeler de tüm STM için aynı olmayıp satış yapılan işleme tesislerine göre farklıdır ve araştırmada ortalama vade süresi 30-45 gün arasında belirlenmiştir. Nitekim merkezlerin %43,1'i 30-45 gün, %31'i 15-30 gün arasında üreticilere süt bedelini ödemektedir (Şekil 6).



Şekil 6. Üreticilere süt bedeli ödeme dönemleri.

STM, süt bedelini ödeme yanında, alım yaptıkları üreticilere bir takım aynı yardımlar da yapmaktadır. Bu yardımlar, hayvan besleme ve diğer süt hayvancılığında değişen masraflarını karşılama konusunda maddi sorunu bulunan küçük üreticiler için büyük önem taşımaktadır. Çünkü araştırma bölgesindeki süt hayvancılığı yapan işletmelerin büyük çoğunluğu küçük aile tipi işletme yapısındadır.

Aynı yardımlar, süt işleme tesisleri için önem taşıyan "yıl boyunca yeterli miktarda süt bulabilme" çabalarına önemli katkılar sağlamaktadır. Çünkü bu yolla süt üreticilerinin üretime devam etme istekliliği desteklenmektedir.

Aynı 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 aynı yardım yapan STM oranı % 75,9 olup bunların da % 88,6'sı sadece süt yemi, % 11,4'ü yem ve ilaç desteği sağlamaktadır.

### 3.4. Süt fiyatı oluşumu

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 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 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.

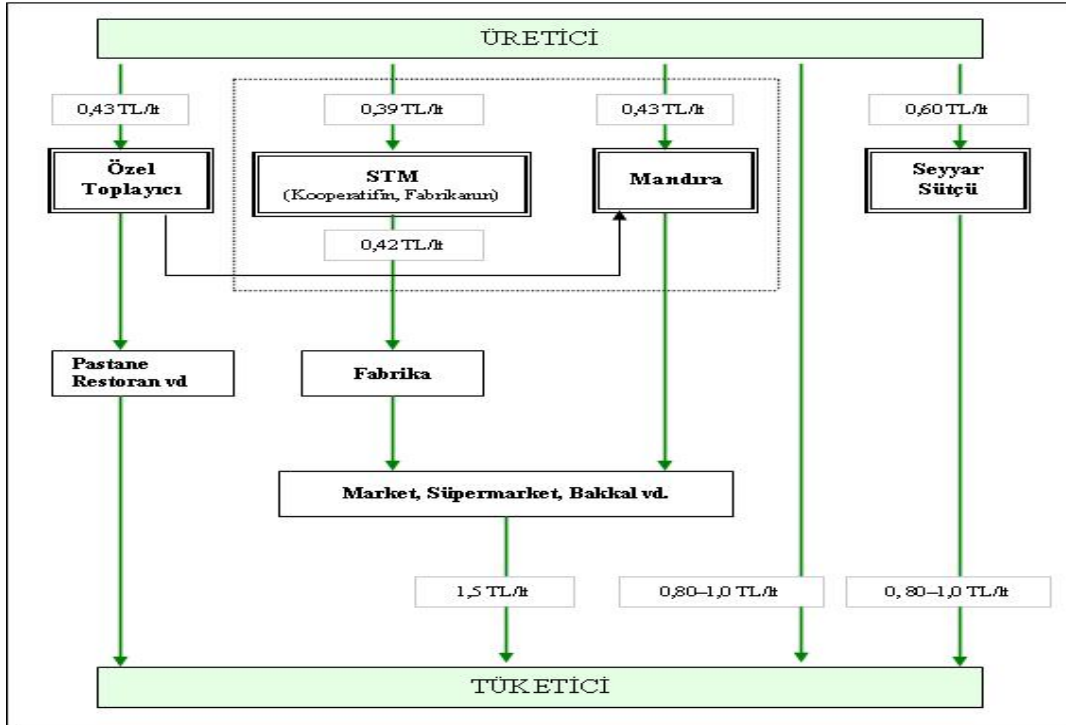
Araştırma bulgularına göre, alan çalışması yapılan dönemde, yağ oranı ve diğer bazı nedenlere göre değişim göstermekle birlikte Antalya genelindeki tüm merkezler

tarafından üreticilere ödenen ortalama süt alım fiyatı 0,39 TL l<sup>-1</sup>'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 krş l<sup>-1</sup> dolayında bir tutarı "kooperatif payı" adı altında kesinti yapmaktadırlar. Araştırma bölgesindeki tüm merkezlerin işleme tesislerine yapmış oldukları sütün ortalama fiyatı ise 0,42 TL l<sup>-1</sup>'dir (Şekil 7).

Bu fiyatın, merkezin üreticilere verdiği ortalama fiyattan (0,39 TL l<sup>-1</sup>) farklı 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 yaklaşık %1 dolayında kesinti yapılmaktadır.

### 3.5. Süt alınan işletmelerde hayvan varlığı

Merkezlerin süt alımı yaptıkları tarım işletmelerinin büyük çoğunluğu aile tipi küçük 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.



Şekil 7. Antalya ili çığ süt pazarlama kanalı (2007).

### 3.6. Merkez ve süt işleme tesisi ilişkileri

Merkezlerin % 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, önceki bölümlerde belirtildiği gibi, özel şahıslara ait STM (% 26,6) ve kooperatiflere ait STM (% 73,4) çeşitleriyle de oransal olarak örtüşmektedir.

Merkezlerin % 43,1'i toplamış olduğu sütü, merkeze ait kurulu süt tankı olmaması nedeniyle merkezde depolayamamakta ve doğrudan anlaşmalı süt işleme tesisine göndermektedir. Kurulu süt depolama tankı bulunan diğer merkezlerin sadece bir kısmı, toplanan sütü öncelikle merkez tanklarına boşaltmakta ve burada belirli bir süre soğutma işlemine tabi tuttuktan 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 işlemi uygulamamaktadır. Araştırma bulgularına göre, gerek merkezin kurulu tankında ve gerekse süt nakil aracı donanımı vasıtasıyla toplanan süte soğutma işlemi uygulayan merkezlerin toplamdaki payı oldukça düşük olup % 36,2'dir.

### 3.7. Merkezlerin sokak sütçülüğüne bakışı

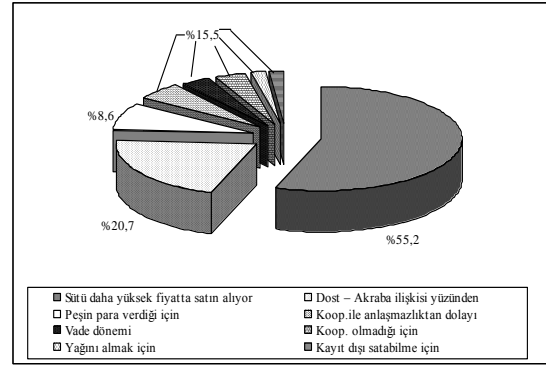
Araştırma sonuçlarına göre, araştırma kapsamındaki merkezlerin % 27'sinin bulunduğu bölgede sokak sütçülüğü faaliyeti bulunmaktadır. Buradaki merkezlerin, buldukları bölgedeki seyyar sütçülük faaliyetine bakışları farklılık göstermektedir. Örneğin seyyar sütçülük yapılan yerlerde bulunan bu merkezlerin % 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 bildiği ve sokak sütçülüğünün zaten yasal bir pazarlama yöntemi olmadığı gibi gerekçelerle mevcut merkezlerin buldukları bölgelerde sürdürülmekte olan sokak sütçülüğü faaliyetinden olumsuz etkilenmeyeceklerini düşünmektedir.

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 süt toplama merkezleri de bulunmasına karşın sokak sütçülüğü faaliyetine, şehir merkezine uzak yerleşim birimlerine oranla çok daha yaygın olarak rastlanılmaktadır.

Merkezlere göre, üreticilerin, merkez yerine sokak sütçülerine süt vermeyi tercih etmelerine yol açan çeşitli nedenler bulunmaktadır (Şekil 8).

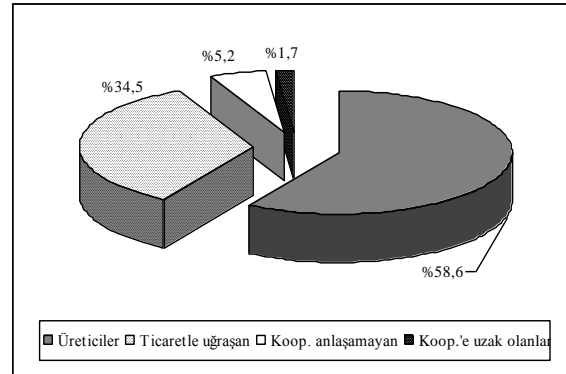
Bulgulara göre; merkezlerin % 55,2'si daha yüksek fiyat nedeniyle, % 20,7'si dost ve akraba ilişkileri nedeniyle, % 8,6'sı peşin ödeme nedeniyle ve % 15,5'i ise diğer bazı nedenler dolayısıyla bir kısım üreticinin sokak sütçülerine süt vermeyi tercih ettiklerini belirtmektedir (Şekil 8).

Kimlerin sokak sütçülüğü yaptığı veya diğer bir ifade ile üreticiden sokak sütçülüğü adına kimlerin süt satın aldığı



Şekil 8. Üreticilerin sokak sütçülüğünü tercih nedenleri.

konusu araştırıldığında, birkaç grubun bu yola başvurduğu görülmektedir. Örneğin merkezlerin % 58,6'sına göre, sokak sütçülüğünü yapan en önemli grup üreticilerin kendisidir. Bir kısım üretici, kendi üretmiş olduğu süt yanında ayrıca buldukları yerleşim yerindeki bazı üreticilerden de süt toplayarak en yakın şehir merkezinde pazarlamaktadır. Merkezlerin % 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, merkezlere uzak yerde bulunan üreticiler, STM bulunan herhangi bir kooperatif üyesi olmayan veya kooperatif üyesi olduğu halde kooperatifle anlaşamayan üreticiler izlemektedir (Şekil 9).



Şekil 9. Sokak sütçülüğü yapan gruplar.

Araştırma bölgesindeki merkezlerin % 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, merkezlerin % 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 güvenilirdir bulmakta; % 22,9'una göre, tüketici, açık süte (su katma, yağmı alma vb.) bazı hilelerin olduğunu düşünmektedir.

Buna karşın, tüketicinin gerçekte sokak sütüne daha fazla ilgi duyduğunu düşünen merkezlerin 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.

Araştırma kapsamındaki merkezlerin % 70,7'sine göre, süt toplama merkezlerinin 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 merkeze göre (% 29,3) ise; sokak sütçülüğü yapan veya sokak sütçüsüne süt satan üreticilerin eline merkezlere oranla daha yüksek fiyat geçmesi, yeterli kooperatif yatırımının olmaması, serbest piyasa koşullarının varlığı, tüketicinin kapaısına kadar sütü götürme avantajı gibi çeşitli nedenlerle sokak sütçülüğünün tamamen önlenmesi oldukça zordur.

Araştırma bulgularından da anlaşıldığı gibi, etkin süt pazarlama kanalı oluşturabilmek ve tüketiciye daha sağlıklı süt ve süt ürünleri sunulmasını sağlamak için üreticiler açısından sokak sütçülüğünü merkezlere 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. Tartışma ve Sonuç

Antalya ilinin oldukça sıcak iklim kuşağında yer alması nedeniyle gıda maddelerinin muhafaza, nakliye ve depolama koşulları üzerinde daha hassas durulması gerekmektedir. Bulgulara göre, merkezlerin ancak %62,1'inde kurulu (sabit) süt tankı bulunmakta ve önemli bir bölümü (%63,6) de kapasite artırma eğilimindedir. Bu durum, süt hayvancılığına yönelik gelecekte önemli potansiyelin olacağını göstermektedir. Nitekim süt hayvancılığına verilen desteklerden yararlanan üretici sayısında artış olması bu eğilimi desteklemektedir.

Modern işletmelere süt akışının önemli aşamalarından birisi olan soğutma işlemi, merkez tanklarında yapılmaktadır. Süt, üreticiden alındıktan 1-2 saat içerisinde soğutma sistemi bulunan merkez tanklara getirilmektedir. Bazı merkezler (%37,9) ise sabit tank yerine gezi konumunda olan süt toplama aracı tankını kullanmaktadır. Son yıllarda kırsal kalkınma destekleriyle bölgedeki tüm merkezlere soğutma sistemli sabit tank temin edilerek süt hayvancılığının daha da geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Merkezler ile üretici ilişkilerinde, genelde süt alım fiyatı ve kalitesi konusu öne çıkmaktadır. Üretici, gelirini doğrudan etkilediği için "süt satış fiyatını" çok fazla önemserken merkezler, tüketiciye sağlıklı ürün sunarak hem imajını hem de satış gelirini arttırabilmek için sütün "yüksek kalitede" olmasını önemsemektedir. Bulgulara göre, toplanan sütün kalitesi konusunda önemli ve süregelen bir sorunla karşılaşılmamaktadır. Bu durum, üreticilerin ve merkezlerin gerekli olan hijyen kurallara uyduklarını göstermektedir. Bölgedeki merkezler başta TKB olmak üzere diğer birimlerce denetlenmektedir.

Çiğ süt alım fiyatı düzeyi, üreticilerin sokak sütçüleri veya merkezleri tercih etmelerinde önemli bir etken olarak öne çıkmaktadır. Yağ oranı ve diğer bazı nedenlere göre değişim göstermekle birlikte, 2007'de Antalya genelinde tüm merkezlerle üreticilere ödenen ortalama süt alım fiyatı 390 krş lt<sup>-1</sup>, merkezlerin işleme tesislerine ortalama süt satış fiyatı 421 krş lt<sup>-1</sup> öte yandan seyyar (sokak) sütçülerin üreticilere ödediği fiyat ise 600 krş lt<sup>-1</sup>'dir. Üreticiler, belirlenen süt fiyatlarının üreticilerin üretim masraflarını karşılamaya yetmediği ve bu nedenle fiyatların yukarı çekilmesi gerekliliğini ifade

etmişlerdir.

Merkezlerin üreticilere aynı yardım yapmaları, merkezleri seyyar sütçülerden ayıran önemli bir avantaj olarak görülmekte ve bu uygulama merkezlere süt akışını olumlu yönde etkilemektedir. Bu nedenle, sokak sütçülüğünün önlenmesinde, üretici talebine bağlı olarak aynı yardımların sürdürülmesinin önemli katkı oluşturacağı düşünülmektedir.

Çiğ süt pazarlama zincirinde yer alan süt işleme tesisleri ile STM arasında önemli sorunlar yaşanmamış olup aksine karşılıklı olarak uyum içerisinde çalışıldığı tespit edilmiştir. Bu durum, sağlıklı bir süt piyasasının oluşması için pozitif bir gelişme olarak değerlendirilmektedir.

Araştırma bölgesinde seyyar sütçülük faaliyeti genellikle merkezlerin bulunmadığı bölgelerde yapılmaktadır. Bulgulara göre, merkez bulunan yerlerin sadece %27'sinde sokak sütçülüğü görülmektedir. Bulunulan bölgede STM olmaması yanında şehir merkezine olan yakınlık faktörü de sokak sütçülüğüne yönelişi olumlu etkilemektedir. Nitekim seyyar sütçülüğün tamamına yakınının, şehir merkezine çok yakın bölgelerde gerçekleştirildiği bilinmektedir. Dolayısıyla STM sayısının, etki ve faaliyet alanlarının genişletilmesi ile şehir merkezlerine giriş hatlarının çok sıkı kontrolü ve denetlenmesi tedbirlerinin de sokak sütçülüğünü önlemede başvurulacak seçenekler arasında olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamındaki Merkez yöneticilerinin görüşlerine göre de, seyyar sütçülük faaliyetine yönelimin başlıca nedenleri arasında; süte yüksek fiyat verilmesi, dost ve akraba ilişkileri ve peşin ödeme yapılması gerekçeleri yer almaktadır.

Araştırmada öne çıkan bir diğer önemli bulguya göre de; seyyar sütçülük yapan üreticiler, STM olan bir kooperatif üyesi değildir. Bölgede kooperatifleşmenin teşvik edilerek STM etkinliğinin artırılması ve gıda güvenliği, sağlıklı süt piyasası vb konularda üretici bilincinin geliştirilmesi önlemleriyle de üreticilerin seyyar sütçülüğe yönelmelerinin önüne geçilebileceği düşünülmektedir.

#### Kaynaklar

- Ataman P (2007) Ülkemizde gıda güvenliği. Süt Dünyası Dergisi, Sayı 6.
- Bülbül M, Turan A, Albayrak M, 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.
- FAO (2007) FAOSTAT Statistical Database Archive, Livestock Primary. <http://faostat.fao.org/site/412/default.aspx>. Erişim Tarihi: 19.03.2010.
- FAO (2009) FAOSTAT Statistical Database Archive, Livestock Primary. <http://faostat.fao.org/site/412/default.aspx>. Accessed 19 March 2010.
- Gönç S, Oysun G, Ergüllü E (1993) Süt üretiminde sorunlar ve destekleme politikaları. Türkiye 5. Sütçülük Kongresi, Ankara.
- Sayın C (1998) Türkiye'de hayvancılığa yönelik destekleme ve dış ticaret politikalarının ülke hayvancılığına etkileri üzerine bir araştırma. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Sayın C (2003) Türkiye'de Tarımsal Destekleme Politikaları Reform Arayışları, IMF, GATT ve AB Yansımaları. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Yayınları, Ankara.
- Sayın C, Mencet MN, Karaman S (2007a) The impact assessment on milk incentive policies in Turkey: Antalya province case, European Association of Agricultural Economists 104th Seminar <http://purl.umn.edu/7793>. Accessed 1 April 2010.



- Sayın C, Mencet MN, Taşcıoğlu Y (2007b) Süt pazarlama ve dağıtım yapısında kooperatiflerin rolü ve önemi: Antalya ili örneği. I. Ulusal Kooperatifçilik Sempozyumu, Gazi Üniversitesi Kooperatifçilik Araştırma ve Uygulama Merkezi (KOOP-MER), 25-26 Mayıs 2007, Ankara.
- Sayın C, Taşcıoğlu Y, Mencet MN (2008) Süt Toplama Merkezlerinin, Gıda Güvenliğini Sağlama ve Sokak Sütçülüğünü Önlemedeki Rollerinin Belirlenmesi: Antalya İli Örneği, TÜBİTAK 106 O 011 no'lu Hızlı Destek Projesi, Ankara.
- Tan S, Ertürk YE (2002) Peynir. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Bakış Sayı 1, Nüsha 11.
- 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 (2009) T. C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu web sayfası, Veritabanları, Ankara. (<http://www.tuik.gov.tr/jsp/duyuru/upload/vt/vt.htm>). Erişim 3 Ağustos 2009.
- TÜİK (2010) T. C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu web sayfası, Veritabanları, Ankara. (<http://www.tuik.gov.tr/jsp/duyuru/upload/vt/vt.htm>). Erişim 7 Temmuz 2010.