

**LJAR**Lapseki Meslek Yüksekokulu Uygulamalı Bilimler Dergisi
https://ljar.dergi.comu.edu.tr**Süt Çiftliklerinde Süt Pazarlama Sorunlarının Belirlenmesi**

Determining Milk Marketing Problems on Dairy Farms

Bengü EVEREST^{1,*}, **İbrahim AYDIN²**, **Anıl SARIOĞLU³**, **Büşra DİNDAR⁴**,
Batuhan ORDU⁵, **Beytullah MERT⁶**¹Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü
^{2, 3, 4, 5, 6}Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü Lisans Programı**MAKALE BİLGİSİ****Araştırma Makalesi**

Geliş Tarihi: 18.12.2025

Kabul Tarihi: 26.12.2025

Anahtar Kelimeler:

Süt sığırcılığı,

Pazarlama sorunları,

Fiyat,

Kooperatif,

Çanakkale.

ÖZ

Bu çalışma, Çanakkale ili Merkez İlçesine bağlı süt sığırcılığının yoğun olarak yapıldığı üç köyde, süt üreticilerinin sosyo-ekonomik yapılarını, üretim uygulamalarını ve süt pazarlamasında karşılaştıkları sorunları tespit etmeyi amaçlamıştır. Araştırma, 57 üretici ile yapılan anket verilerine dayanmaktadır. Elde edilen verilerin analizinde nicel veriler (sayı ve yüzdeler) ile Likert ölçeği ile toplanan veriler kullanılmıştır. Bulgular, bölgedeki üretici profilinin ortalama 50 yaşında, ağırlıklı olarak ilkökul mezunu ve faaliyetleri küçük aile işletmeleri şeklinde sürdüren erkeklerden oluştuğunu göstermiştir. Üreticilerin neredeyse tamamı kooperatif ortağı olmasına rağmen, işletmelerin yarıya yakını kayıt tutmamakta, önemli bir kısmı hayvanlarını sigortalatmamaktadır ve büyük çoğunluğu son yıllarda hayvan sayısını azaltmıştır. Pazarlamaya ilişkin analizler, üreticilerin sütlerini büyük oranda kooperatiflere sattığını ortaya koymuştur. Ancak üreticilerin yaklaşık yarısı kooperatifin verdiği fiyattan memnun değildir. Üreticilerin karşılaştığı sorunların önem derecesine göre sıralanması sonucunda, en kritik sorunun süt fiyatlarının düşüklüğü olduğu belirlenmiştir. Sonuç olarak, araştırma alanındaki süt üretiminin geleneksel ve küçük ölçekli yapısı, Türkiye süt sektörünün genel sorunlarını yansıtmakta ve bu yapısal sorunların bir sonucu olarak pazarlamada düşük fiyat, en önemli tehdit olarak öne çıkmaktadır.

ARTICLE INFO**Research Article**

Received 18.12.2025

Accepted: 26.12.2025

Keywords:

Dairy farming,

Marketing problems,

Price,

Cooperative,

Çanakkale.

ABSTRACT

This study aimed to identify the socio-economic structures, production practices, and problems faced by milk producers in three villages in the Central District of Çanakkale Province, where dairy farming is intensively practiced. The research is based on survey data collected from 57 farmers. The analysis of the collected data utilized both quantitative measures (frequencies and percentages) and data gathered through a Likert-type scale. The findings showed that the farmer profile in the region consists mainly of men, with an average age of 50, who are predominantly primary school graduates and operate as small family businesses. Although almost all farmers are cooperative members, nearly half of the businesses do not keep records, a significant portion do not insure their animals, and the vast majority have reduced their animal numbers in recent years. Analyses regarding marketing revealed that farmers essentially sell their milk to cooperatives. However, approximately half of the producers are dissatisfied with the price offered by the cooperative. Ranking the problems faced by producers by importance, the most critical issue was the low price of milk. In conclusion, the traditional, small-scale structure of milk production in the research area reflects the general problems of the Turkish dairy sector, and, as a result, low marketing prices stand out as the most significant threat.

* Sorumlu yazar.

*beverest@comu.edu.tr

1. GİRİŞ

Dünya genelinde yaklaşık 150 milyon hane süt üretimiyle uğraşmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin çoğunda süt, küçük ölçekli üreticiler tarafından üretilmekte ve süt üretimi hane halkının geçim kaynaklarına, gıda güvenliğine ve beslenmesine katkıda bulunmaktadır. Süt, küçük ölçekli üreticiler için nispeten hızlı getiri sağlayan ve önemli bir nakit gelir kaynağıdır (FAO, 2025). Süt ve süt ürünleri tüketimi sağlıklı ve dengeli beslenmede sıklıkla önemli unsurlar olarak yer alır. Memeliler için ilk besindir ve kemik kütlesi oluşumu açısından kritik öneme sahip olan uygun büyüme ve gelişmeyi sağlamak için gerekli tüm enerji ve besinleri sağlar (Pereira, 2014). Thorning ve ark. (2016)'nın bulgularına göre süt ve süt ürünleri tüketimi ile kanserler arasında kolorektal kanser, mesane kanseri, mide kanseri ve meme kanseri arasında ters orantılı ilişki vardır. Toplumların süt ihtiyacının karşılanması büyük oranda süt sığırcılığı ile mümkün olmaktadır. Türkiye Süt Sektör Politikası Belgesi 2023-2027 verilerine göre; Türkiye dünya süt üretiminde 9. sırada yer almaktadır. Türkiye'de yaklaşık 1.1 milyon süt sığırı işletmesi vardır. Bu işletmelerin %67,42'si 10 başın altında hayvana sahiptir. Türkiye'de süt sığırcılığı işletmelerinin en önemli girdi kalemini yem masrafları oluşturmaktadır. Toplam üretim maliyetinin içerisindeki yemin payı, işletmenin ölçeği ve üretim teknolojisine göre değişmekle birlikte, %50-70 aralığında bulunmaktadır (TAGEM, 2025). Aynı belgede Türkiye süt sektörünün sorunları kayıt dışılık, küçük ölçekli işletme yapısı ve hijyen problemi, hayvan hastalıkları, süt ineklerinin döl verimlerinin düşük olması, ürün ve çiğ süt kalitesinin yetersiz olması, mera hayvancılığının azalması ve üretim maliyetlerinin yüksek olması, yeterli bilgi birikiminin olmaması, finansman eksikliği, pazarlama sorunu, örgütlenme sorunu, desteklemeler ve gençlerin tarımı tercih etmemesi olarak belirlenmiştir (TAGEM, 2025). Çeşitli çalışmalar Süt Sektör Politikası Belgesi kapsamında tespit edilen bu sorunların varlığını tartışmaktadır (Akdoğan ve Akbay, 2022; Çelik ve Karaalporhan, 2021; Everest, 2009; Koç ve Uzman, 2018; Küçük ve Tapkı, 2020; Mat ve Cevger, 2020; Özdemir ve ark., 2021; Özer ve Tümer, 2021; Semerci ve ark., 2015; Şenkan ve Şengül, 2025; Terin ve ark., 2024). Çiftçilerin katlandıkları bu sorunların yanısıra üretilen ürünlerin çiftçi lehine pazarlanamıyor olması önemli bir sorundur (Everest ve ark., 2022). Buradan yola çıkarak bu çalışmada Çanakkale ilinde süt üreten çiftçilerin süt pazarlamasında karşılaştıkları sorunların tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla ilk olarak çiftçileri sosyo-ekonomik özellikleri ve işletmelerin tarımsal yapıları belirlenmiş sonrasında sütün pazarlanmasına ilişkin tespitler yapılmıştır.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmanın ana materyalini Çanakkale ili Merkez İlçesine bağlı süt üreticilerinden anket yoluyla elde edilen birincil veriler oluşturmuştur. Araştırmada birincil ve ikincil nitelikteki verilerden yararlanılmış olup, anket sonucu elde edilen veriler birincil nitelikli verileri oluşturmuştur. Çalışma alanı olarak Çanakkale ili Merkez ilçesine bağlı süt sığırcılığının en fazla yapıldığı ilk üç köy gayeli olarak seçilmiştir. Bu köylerdeki süt üreticileri araştırmanın popülasyonunu oluşturmuştur. Örnek seçiminde tam sayım yöntemi kullanılmıştır. Buna göre süt üreticilerinden katılım onayı alınarak Kemel köyünde 30, Karacaören köyünde 14 ve Kızılköy köyünde 13 olmak üzere toplam 57 üretici ile anket çalışması yapılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde temel tanımlayıcı istatistikler ile Likert ölçekli sorulardan yararlanılmıştır.

3. BULGULAR

3.1. Süt Üreticilerinin Sosyo-ekonomik Özellikleri

Tablo 1’de sunulan bulgular, Çanakkale ili merkez ilçesinde süt sığırcılığının yoğun olarak yapıldığı üç köydeki üreticilerin sosyo-ekonomik özelliklerini ortaya koymaktadır. Üreticilerin büyük çoğunluğunu (%84,2) erkeklerden oluşmaktadır. Bu durum söz konusu bölgede süt sığırcılığı faaliyetlerinin ve işletme karar alma süreçlerinin ağırlıklı olarak erkekler tarafından yürütüldüğünü göstermektedir. Kadınların oranının nispeten düşük (%15,8) olması, sektördeki cinsiyet temelli iş bölümünün bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Yaş dağılımı incelendiğinde, ortalama yaşın 50,18 ve katılımcıların yaklaşık yarısının 50 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Bu bulgu, süt üretiminde faaliyet gösteren nüfusun orta ve ileri yaş grubunda yoğunlaştığına, dolayısıyla sektöre genç nüfus katılımının sınırlı olabileceğine işaret etmektedir. Benzer çalışmalarda da çiftçilerin önemli bir kısmının 48–55 yaş aralığında olduğu belirlenmiştir (Şat ve Aydın, 2024; Özsayın ve ark., 2025; Uzel, 2025; Yüzbaşıoğlu, 2022). Eğitim düzeyi açısından bakıldığında, katılımcıların önemli bir bölümünün (%61,4) ilkökul mezunu olduğu görülmüştür. Lise ve üzeri eğitime sahip olanların oranının ise oldukça düşüktür (%12,3 ve %1,8). Bu durum, üreticilerin teknoloji kullanımı, yenilikleri benimseme ve modern işletmecilik uygulamalarına erişiminde eğitim seviyesinin önemli bir kısıtlayıcı faktör olabileceğini düşündürmektedir. İkamet yerine ilişkin veriler, örneklemin neredeyse tamamına yakınının (%93) kırsal köy yerleşimlerinde yaşadığını ve dolayısıyla araştırmanın tipik kırsal süt üreticilerini temsil ettiğini göstermektedir. Mesleki deneyim dağılımına ilişkin bulgular bölge süt üreticilerinin son derece tecrübeli olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların yarısından fazlası (%52,3) 24 yıldan fazla süredir süt sığırcılığı ile uğraşmaktadır. Bu durum, sektördeki bilgi birikiminin ve geleneksel üretim pratiklerinin güçlü bir şekilde sürdürüldüğünü göstermektedir. Tarımsal bilgiye ulaşmada internet kullanım oranının düşük olması (%31,6 internet kullanan), üreticilerin bilgi edinme kanallarının daha geleneksel yöntemlere dayandığına işaret etmektedir. Bu bulgu, tarımsal yayım hizmetlerinin ve danışmanlık sistemlerinin bölgedeki rolünün önemini bir kez daha vurgulamaktadır. Üreticilerin %98,2’sinin kooperatif ortaklığı bulunmaktadır. Kooperatifleşmenin süt üretiminde verim artışı sağladığı söylenebilir (Akkaya ve Özçelik, 2022; Malkoç ve Yercan, 2025). Ayrıca kooperatiflerin üretimden sonraki aşamalarda da etkili olması beklenmektedir. Kooperatiflerin ekonomik anlamda etkili olmaları gerekmektedir. Kooperatifler sütleri işleyen ve pazarlayan modern işletmeler olmalıdır (Everest ve Everest, 2025). Tarımsal kuruluşları ziyaret sıklığı verileri, üreticilerin büyük bölümünün (%43,9) bu kuruluşları ancak altı ayda bir ziyaret ettiğini ortaya koymaktadır. Bu bulgu düzenli, yaygın bir teknik destek ilişkisinin sınırlı olduğunu göstermektedir. Sosyo-ekonomik göstergeler incelendiğinde, üreticilerin büyük çoğunluğunun (%87,7) sosyal güvenceye sahip olduğu ve yaklaşık yarısının (%50,9) tarım dışı bir gelir kaynağının bulunduğu görülmektedir. Tarım dışı gelirin varlığı, işletmelerin risk yönetimi ve geçim stratejilerinde çeşitliliğe gittiğini düşündürmektedir. İşletme yapısına ilişkin olarak, hanelerde ortalama kişi sayısının 4’ün altında olduğu (%71,9) ve işletmelerde ortalama çalışan sayısının 3’ten az olduğu (%91,2) tespit edilmiştir. Bu bulgular, bölgedeki süt sığırcılığı işletmelerinin tipik olarak küçük aile işletmeleri şeklinde örgütlendiğini ve işgücünün büyük ölçüde aile fertlerinden sağlandığını ortaya koymaktadır (Tablo 1). Sonuç olarak, çalışma alanındaki süt üreticilerinin geleneksel, aile-temelli, kırsal kökenli ve orta yaş grubundan oluşan bir profile sahip olduğu anlaşılmaktadır. Sektörün sürdürülebilirliği ve rekabet gücünün artırılması için, özellikle genç nüfusun teşviki, eğitim düzeyinin yükseltilmesi, dijital okuryazarlığın geliştirilmesi ve tarımsal danışmanlık hizmetlerine erişimin yaygınlaştırılması önemli politika öncelikleri olarak öne çıkmaktadır.

Tablo 1. Üreticilerin sosyo-ekonomik göstergeleri

Özellikler	Sayı	Oran (%)
Cinsiyet		
Kadın	9	15,8
Erkek	48	84,2
Yaş Seviyesi (Yıl)		
≤50	29	50,8
> 50	28	49,2
En az: 27, En çok: 72, Ortalama: 50,18, S. Sapma: 11,47		
Eğitim Seviyesi		
İlkokul	35	61,4
Ortaokul	14	24,6
Lise	7	12,2
Lisans	1	1,8
İkamet yeri		
Köy	53	93
Belde	1	1,7
İlçe	1	1,8
Şehir	2	3,5
Mesleki Deneyim (Yıl)		
≤24	27	47,4
>24	30	52,6
En az: 3, En çok: 50, Ortalama: 24,21, S. Sapma: 13,75		
Tarımsal Kuruluşları Ziyaret Sıklığı		
Ayda birkaç kere	6	10,5
Ayda bir kere	20	35,1
Altı ayda bir kere	25	43,9
Yılda bir kere	6	10,5
Tarımsal Bilgiye Ulaşmada İnternet Kullanımı		
İnternet Kullanan	18	31,6
İnternet Kullanmayan	39	68,4
Kooperatif Ortaklığı		
Var	56	98,2
Yok	1	1,8
Sosyal Güvence Varlığı		
Sosyal Güvencesi Olan	50	87,7
Sosyal Güvencesi Olmayan	7	12,3
Tarım Dışı Gelir		
Var	29	50,9
Yok	28	49,1
Ortalama Hanedeki Kişi Sayısı		
≤ 4	41	71,9
>4	16	28,1
Ortalama Çalışan Sayısı		
≤ 3	52	91,2
> 3	5	8,8

3.2. İşletmelerin Tarımsal Yapılarına İlişkin Bulgular

İncelenen işletmelerin büyükbaş hayvan kategorileri Tablo 2’de verilmiştir. Buna göre inek 10,55 ile en yüksek ortalamaya sahipken, onu 4,22 ile dana, 4 ile buzağı ve boğa, 3,31 ile düve ve 1,25 ile tosun takip etmektedir.

Tablo 2. İşletmelerin hayvancılık verileri

Büyükbaş Kategorileri	Hayvan Ortalama	Minimum	Maksimum	Standart Sapma
Buzağı	4	1	12	2,72
Dana	4,22	1	13	3,43
Düve	3,31	1	8	1,89
İnek	10,55	1	50	9,89
Boğa	4	1	12	4,56
Tosun	1,25	1	2	0,5

Tablo 3’de işletmelerin arazi kullanımları ve ürün desenine ilişkin dağılımları verilmiştir. Buna göre işletmelerin mülk arazi ortalama büyüklüğü 145.31 da, ortalama kiralanılan arazi büyüklüğü 105.51 dekarıdır. Her iki arazi grubunda da minimum büyüklük 20 da olarak başlarken, maksimum değerler mülk arazilerde 750 da, kira arazilerde ise 600 da’ya ulaşmaktadır. Bu durum, özellikle mülk arazilerde işletmeler arasında arazi büyüklüğü bakımından önemli bir farklılaşma olduğunu göstermektedir. Bu farklılaşma, mülk araziler için hesaplanan standart sapma değerinin (160.24) kira arazilerinkinden (112.33) daha yüksek olması ile de desteklenmektedir.

İşletmelerin ürün desenleri incelendiğinde en yüksek ortalama ekim alanının 140.71 da ile reygrasa ayrıldığı görülmüştür. Bu ürünü sırasıyla ortalama 82.06 da ile buğday, 76.67 da ile fiğ, 74.71 da ile arpa ve 53.29 da ile yulaf takip etmektedir. Reygrasta gözlemlenen yüksek standart sapma (109.10), bu ürünün ekim alanında işletmeler arasında büyük ölçek farklılıkları bulunduğuna işaret etmektedir. Buğday (96.16) ve arpa (91.72) için de nispeten yüksek olan standart sapma değerleri, bu temel tahılların ekim alanlarında da benzer bir değişkenliğin hakim olduğunu göstermektedir. Buna karşılık, fiğ (37.41) ve yulaf (37.53) gibi yem bitkilerinde standart sapmanın daha düşük olması, bu ürünlerin ekim alanlarının işletmeler arasında daha homojen bir dağılıma sahip olduğunu düşündürmektedir.

Tablo 3. İşletmelerin arazi kullanımları ve ürün desenler

Özellikler	Ortalama	Minimum	Maksimum	Standart Sapma
Arazi (dekar)				
Mülk Arazi	145,31	20	750	160,24
Kira Arazi	105,51	20	600	112,33
Ürün				
Arpa	74,71	6	500	91,72
Buğday	82,06	8	400	96,16
Yulaf	53,29	6	150	37,53
Fiğ	76,67	40	150	37,41
Reygras	140,71	30	350	109,10

Araştırma bölgesindeki işletmelerin yalnızca %42,1'i hayvanlarına sigorta yaptırmaktadır; bu da risk yönetimi konusunda önemli bir zaafiyete işaret etmekte ve olası kayıplara karşı finansal korumanın yaygın olmadığını göstermektedir. Kesif yem temininde %86 gibi büyük bir çoğunluk kooperatifleri kaynak olarak kullanırken, yem fabrikası ve bayi oranlarının düşük olması, tedarik kanallarının belirgin bir şekilde merkezileştiğini düşündürmektedir. Hayvan sayısı değişimine bakıldığında, işletmelerin %70,2'sinin son yıllarda hayvan sayısını azalttığı görülmekte; bu durum sektördeki küçülme eğilimini ve muhtemelen ekonomik veya piyasa kaynaklı baskıları yansıtmaktadır. İşletmelerin %57,9'u kayıt tutma alışkanlığına sahipken, %42,1'inin kayıt tutmaması, planlama ve verimlilik analizinde ciddi bir eksiklik olduğunu göstermektedir. Buna karşın, işletme başına günlük ortalama 116,02 litre süt üretimi ve hayvan başına günlük ortalama 11 litre süt üretimi, mevcut işletme ölçeği ve kapasitesi hakkında bir veri sunmakta ve ortalama üretim performansının değerlendirilmesi için temel oluşturmaktadır. Benzer çalışmalarda hayvan başına günlük süt üretimi farklı bölgelerde 11-20 litre arasında bulunmuştur (Bakır ve Kibar, 2019; Ergül ve ark., 2019; Özdemir ve ark., 2021). Sonuç olarak, bu bulgular hayvancılık işletmelerinde kayıt dışılık, risk yönetimi eksikliği ve küçülme gibi yapısal sorunların yanı sıra, tedarik ve üretim düzeylerine ilişkin önemli göstergeler sağlamaktadır (Tablo 4).

Tablo 4. İşletmelerin hayvancılık uygulamalarına ilişkin özellikleri

Özellikler	Sayı	Oran (%)
Hayvanlarına sigorta yaptırma durumu		
Evet	24	42,1
Hayır	33	57,9
Kesif yem temin yeri		
Yem fabrikası	5	8,7
Yem bayii	3	5,3
Kooperatif	49	86
Son yıllardaki hayvan sayısı değişimi		
Azalma oldu	40	70,2
Artış oldu	6	10,5
Önemli bir değişiklik yok	11	19,3
İşletme Kaydı Tutma		
Tutan	33	57,9
Tutmayan	24	42,1
İşletme başına ortalama süt miktarı: 116,02 litre/gün		
İşletme başına ortalama inek sayısı: 10,55 baş		
Hayvan başına ortalama süt verimi: 11 litre		

3.3.Sütün Pazarlanmasına İlişkin Bulgular

Tablo 5'e göre işletmelerin süt değerlendirme tercihlerinde kooperatiflerin son derece baskın bir rol oynadığı anlaşılmaktadır. Üreticilerin büyük çoğunluğu (%89,5) sütlerini kooperatife teslim etmektedir, bu da kooperatiflerin bölgedeki temel ve güvenilir pazarlama kanalı olduğunu göstermektedir. Diğer seçenekler ise oldukça sınırlı kalmıştır. Mandıra ve büyük süt firmalarına teslim edenlerin oranları sırasıyla %5,3 ve %1,8'dir. Üreticilerin %3,5'i sütünü "kendi pazarlayanlar" kategorisindedir. Bu az da olsa üreticilerin bir kısmının doğrudan pazarlama gibi alternatif yollara başvurduğunu ortaya koymaktadır. Ancak genel olarak, pazarlama yapısının kooperatif odaklı olduğu söylenebilir. Hatay ilinde yapılan bir çalışmaya göre süt üreticilerinin %73'ü sütü doğrudan tüketiciye pazarlamaktadır (Tapkı ve Dağistan, 2020). Aksaray ilinde yürütülen bir çalışmanın sonuçlarına göre ise süt üreten işletmelerin pazarlama stratejilerinde bir bütünlük bulunmamaktadır. Üretilen süt kaliteli olsa bile piyasa fiyatlarına uymak zorunda kalmaktadır (Altuntaş ve ark., 2024).

Tablo 5. İşletmelerin sütü değerlendirme tercihleri

Süt Teslim Yeri	Sayı	Yüzde Oran (%)
Kooperatife teslim edenler	51	89,5
Mandıraya teslim edenler	3	5,3
Büyük süt firmalarına teslim edenler	1	1,8
Kendi pazarlayanlar	2	3,5

Tablo 6, kooperatifin verdiği süt alım fiyatından memnuniyet durumunu göstermektedir. İşletmelerin %52,7'si kooperatifin fiyatından memnun olduğunu belirtirken, %47,3'ü memnun olmadığını ifade etmektedir. Bu sonuç, ankete katılan üreticiler arasında neredeyse eşit iki gruba işaret etmektedir. Memnun olanların oranı, olmayanlardan yaklaşık 5 puan daha yüksek olsa da bu fark oldukça dengeli bir dağılımı yansıtmaktadır. Bu durum, kooperatifin fiyat politikasının üretici kitlesi içinde önemli ölçüde farklı algılandığını ve üreticilerin yaklaşık yarısının fiyat konusunda hala tatmin olmadığını göstermektedir.

Tablo 6. Kooperatifin verdiği fiyattan memnuniyet durumu

Fiyat Memnuniyeti	Sayı	Yüzde Oran (%)
Evet	30	52,7
Hayır	27	47,3
Toplam	57	100,0

Çalışmada işletmelerin süt pazarlamasında karşılaştıkları sorunların önem dereceleri araştırılmıştır (Tablo 7). Analizde, katılımcıların her bir soruna ilişkin beşli Likert ölçeğindeki yanıt yüzdeleri kullanılarak hesaplanan ağırlıklı ortalama puanlara göre bir sıralama yapılmıştır. Buna göre en yüksek ağırlıklı ortalama puana (450,88) sahip olan "fiyat düşüklüğü" sorununun diğer tüm sorunlardan belirgin şekilde ayrılarak birinci sırada yer aldığı görülmektedir. Bu soruna katılım düzeyi oldukça yüksektir. Üreticilerin %91,23'ü (Katılıyorum: %28,07 ve Kesinlikle Katılıyorum: %63,16) süt fiyatlarının düşük olduğu görüşüne katılmış veya kesinlikle katılmıştır. Bu bulgu, pazarlama sürecindeki temel ve en kritik baskının gelir yetersizliği olduğunu açıkça göstermektedir. Kılıç ve Eryılmaz (2020)'nin Samsun ilinde süt üreticileriyle yaptıkları çalışma sonuçlarına göre de işletmelerin süt sığırcılığıyla ilgili en önemli sorunu %51,4 ile süt fiyatındaki istikrarsızlıktır. Tapkı ve Dağistan (2020)'de çalışmalarında benzer bulguları tespit etmişlerdir. Hatay ilinde süt üreticileriyle gerçekleştirilen çalışmada üreticilerin %74,6'sı süt fiyatlarının düşük olduğunu ifade etmişlerdir (Semerci ve ark., 2015). Balıkesir ili Gönen ilçesinde yapılan bir çalışmada da benzer şekilde süt fiyat seviyesinin maliyete göre düşüklüğüne ve fiyat oluşumundaki olumsuzluklara vurgu yapılmıştır (Özdemir ve ark., 2021).

İkinci sırada, 301,75 puan ile "süt veriminin düşüklüğü" sorunu gelmektedir. Katılımcıların %49,12'si bu konuda orta düzeyde katılım beyan etmiş, %26,32'si katılmış ve %3,51'i kesinlikle katılmıştır. Bu dağılım, verimlilik probleminin de önemli bir kaygı kaynağı olduğunu, ancak fiyat sorunu kadar yaygın ve olmadığını düşündürmektedir. Literatürde süt veriminin hesaplandığı çalışmalarda verim düşüklüğü dikkat çekmektedir (Bakır ve Kibar, 2019; Ergül ve ark., 2019; Özdemir ve ark., 2021). Türkiye'de hayvancılık sektörünün bir çok alanında, Avrupa verimliliğinin altında üretim gerçekleştirilmektedir (Öter, 2019).

Üçüncü önemli sorun 294,74 puanla "soğuk zincir olmaması" olarak belirlenmiştir. Bu soruna katılanların oranı (%36,84 Katılıyorum, %14,04 Kesinlikle Katılıyorum) ve karşı çıkanların oranı (%31,58 Kesinlikle Katılmıyorum, %7,02 Katılmıyorum) nispeten yakındır. Bu durum, soğuk zincir altyapısı konusunda işletmeler arasında deneyim veya beklenti farklılıkları olabileceğine işaret etmektedir.

Diğer sorunlar (zamanında ödeme almama, işleme tesislerinin uzaklığı, etkili kooperatif yapısının olmaması ve peşin ödeme yapılmaması) daha düşük puanlar almıştır. Özellikle "alıcının peşin ödeme yapmaması" (180,70 puan), katılımcıların yarısından fazlasının (%52,6) kesinlikle katılmadığı bir madde olarak, listedeki en az önem verilen sorun olarak öne çıkmaktadır. Literatürdeki benzer çalışmalar bu sorunların varlığına kanıt sunmaktadır (Cimşit, 2020; Coşkun, 2022; Gemeç, 2023; Yılmaz, 2022).

Sonuç olarak, süt üreticileri için pazarlama sürecindeki baskın ve en acil çözüm bekleyen sorunun "düşük fiyat" olduğu anlaşılmaktadır. Verimlilik ve soğuk zincir gibi üretim ve lojistik kaynaklı sorunlar da önemli olmakla birlikte, fiyat sorununun önem derecesi karşısında ikincil planda kalmaktadır. Bu bulgular, sektörel politika ve müdahalelerde önceliğin üretici gelirlerini destekleyecek fiyat istikrarı mekanizmalarının oluşturulmasına verilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 7. Süt üreticilerinin pazarlama sorunları

Pazarlama Sorunları	1	2	3	4	5	Ağırlıklı Ortalama Puan	Puan Sıralaması
Fiyat düşüklüğü	1,75	0,00	7,02	28,07	63,16	450,88	1
Soğuk zincir olmaması	31,58	7,02	10,53	36,84	14,04	294,74	3
Süt bedelinin zamanında alınmaması	35,09	14,04	15,79	26,32	8,77	259,65	4
Süt veriminin düşüklüğü	10,53	10,53	49,12	26,32	3,51	301,75	2
İşleme tesislerinin uzaklığı	19,30	42,11	12,28	22,81	3,51	249,12	5
Alıcının peşin ödeme yapmaması	52,63	26,32	10,53	8,77	1,75	180,70	7
Etkili kooperatif yapısının olmaması	33,33	40,35	10,53	8,77	7,02	215,79	6

1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Orta düzeyde katılıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, Çanakkale ili Merkez İlçesine bağlı üç köyde faaliyet gösteren süt sığırcılığı işletmelerinin sosyo-ekonomik yapısını, üretim uygulamalarını ve özellikle süt pazarlamasında karşılaştıkları sorunları ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırma bulguları, bölgedeki süt üretiminin tipik olarak orta yaş ve üzeri, ilkokul mezunu erkek nüfus tarafından yürütülen, küçük ölçekli aile işletmeleri şeklinde yapılandığını göstermektedir. Yüksek kooperatif üyeliği oranı, kolektif yapılanmanın varlığına işaret etse de, eğitim düzeyinin düşüklüğü, dijital araçlara sınırlı erişim ve kayıt tutma alışkanlığının yaygın olmaması işletmelerin modern işletmecilik uygulamaları ve verimlilik analizleri konusunda eksiklikler yaşadığını düşündürmektedir.

İşletmelerin üretim yapısı incelendiğinde, hayvan varlığında belirgin bir küçülme eğilimi ve hayvan sigortası kullanımının düşüklüğü dikkat çekmektedir. Bu durum, sektördeki ekonomik baskılar ve risk yönetimi konusundaki zafiyetlerle ilişkilendirilebilir. Kesif yem temininde kooperatiflerin baskın rolü pazarlama kadar tedarikte de bu yapıların merkezi bir konumda olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmanın odak noktası pazarlama sorunlarıdır. Süt üretiminde pazarlama sorunlarının varlığı önceki çalışmalarda da belirtilmiştir. Ancak bu çalışmada, bu sorunların neler olduğu ayrıntılı biçimde ele alınmıştır. Buna göre üreticilerin karşılaştığı en önemli ve acil sorun, diğer tüm sorunlardan farklı olarak, "süt fiyatlarının düşüklüğü" dür. Üreticilerin %91,2'si bu soruna katılmakta veya kesinlikle katılmaktadır. "Süt veriminin düşüklüğü" ve "soğuk zincir olmaması" gibi üretim ve altyapı kaynaklı sorunlar da kayda değer görülmele birlikte, önem derecesi açısından fiyat sorununun gerisinde kalmıştır. İlginç bir şekilde, kooperatiflere olan yüksek bağımlılığa rağmen, üreticilerin yaklaşık yarısı kooperatifin verdiği fiyattan memnun değildir. Bu durum, kooperatiflerin fiyat belirleme politikalarının üretici beklentilerini tam olarak karşılamadığını veya piyasa koşullarının üretici lehine bir fiyat oluşumuna izin vermediğini göstermektedir.

Sonuç olarak, Çanakkale örneğinde, Türkiye süt sektörünün genel sorunları olan küçük işletme yapısı, kayıt dışılık, yüksek maliyetler ve örgütlenme zaafları somut olarak gözlemlenmiştir. Bu yapısal sorunların bir yansıması olarak, pazarlama aşamasında üretici gelirlerini doğrudan etkileyen düşük fiyat sorunu ön plana çıkmakta ve sektörün sürdürülebilirliği için en kritik tehdidi oluşturmaktadır.

Araştırma bulguları ışığında, bölge ve sektör için şu öneriler geliştirilmiştir. Fiyat istikrarı ve gelir güvencesi mekanizmaları güçlendirilmelidir. Süt fiyatlarının üretim maliyetinin altına düşmesini önleyecek, şeffaf ve öngörülebilir bir taban fiyat mekanizması etkin bir şekilde uygulanmalıdır. Kooperatiflerin pazarlık gücünü artırmak ve piyasa bilgisine erişimlerini kolaylaştırmak amacıyla, bölgesel/ulusal düzeyde kooperatif birlikleri veya üretici birliklerinin kurumsal kapasiteleri desteklenmelidir. Fiyat dalgalanmalarına karşı üreticileri korumak için fiyat riskini yöneten finansal araçlar konusunda üreticilere yönelik eğitim ve teşvik programları başlatılmalıdır. Kooperatiflerin etkinliği ve hesap verebilirliği artırılmalıdır. Üreticilerin kooperatif fiyat politikalarına yönelik memnuniyetsizliği dikkate alınarak, kooperatif yönetimlerinde şeffaflık ve üretici katılımı artırılmalıdır. Fiyat oluşum süreçleri ortaklara düzenli olarak açıklanmalıdır. Kooperatifler, yalnızca süt toplama ve pazarlama değil, aynı zamanda ortak yem temini, teknik danışmanlık ve finansmana erişim gibi katma değerli hizmetler sunarak ortaklarına olan faydasını çeşitlendirmelidir. Süt verim düşüklüğü sorununu çözmek için, üreticilere yönelik pratiğe dönük eğitim programları yaygınlaştırılmalıdır. Kayıt tutmayan işletmelerin oranının azaltılması için, basit ve kullanıcı dostu kayıt defteri veya uygulamaları tanıtılmalı ve bu kayıtları tutan işletmelere yönelik küçük çaplı teşvikler verilmelidir. Soğuk zincir altyapısının önemine dair farkındalık artırılmalı ve küçük işletmelerin soğutma tankı gibi ekipmanlara erişimini kolaylaştıracak hibe veya düşük faizli kredi olanakları sağlanmalıdır. Hayvan sigortası kullanımının yaygınlaştırılması için, mevcut devlet prim desteği oranları gözden geçirilebilir ve sigorta ürünleri üreticilerin ihtiyaçlarına daha uygun hale getirilebilir. Üretimin sürdürülebilirliği için, tarım dışı gelir kaynaklarının varlığı da dikkate alınarak, işletme çeşitlendirmesine yönelik danışmanlık hizmetleri verilebilir.

NOT: Bu çalışma birinci yazar danışmanlığında 2-6. yazarlar tarafından yazılan Lisans Bitirme Tezi verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

KAYNAKÇA

- Akdoğan, F., Akbay, C. (2022). İzmir İlinde Süt Sığırcılığı İşletmelerinin Desteklemelerden Yararlanma Düzeyleri, Sorunları ve Beklentileri. *Turkish Journal of Agricultural and Natural Sciences*, 9(4), 907-915.
- Akkaya, L., Özçelik, A. (2022). Aksaray İlinde Sütün Kooperatifler Aracılığıyla Pazarlanma Süreci. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 57(3), 2390-2408.
- Altuntaş, B., Özdemir, H., Ö., Atuğ, Ş., (2024). Süt İşletmelerinin Pazarlama Stratejileri ve İşletme Yöneticilerinin Örgütsel Davranışları Üzerine Bir Alan Araştırması. 2. Bilsel International Sur Scientific Researches Congress.
- Bakır, G., Kibar, M. (2019). Muş ilinde özel süt sığırcılığı işletmelerinde süt verim özelliklerinin belirlenmesi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi*, 22(4), 620-630.
- Cimşit, E. (2020). Türkiye’de hayvancılık sektörünün sorunlarının et fiyatlarına yansımaları kars örneği (Yayın No. 620923). [Yüksek lisans tezi, Kafkas Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Coşkun, A.S. (2022). Hatay ili’nde küçükbaş hayvancılık yapan ailelerin sosyo-ekonomik yapısı. (Yayın no. 768682) [Yüksek Lisans Tezi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Çelik, M., Karaalporhan, H. S. (2021). Tarımsal Kooperatiflerin Mevcut Durum Analizi ve Sorunları: Denizli-Acıpayam İlçesi Süt Kooperatifleri Örneği. *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 17(1), 35-64.
- Ergül, Ş., Ergül, A., Göncü, S. (2019). Süt sığırlarında besleme stratejilerinin süt verimi ve süt kompozisyonu üzerine etkileri. *International Journal of Eastern Mediterranean Agricultural Research*, 2(2), 145-165.
- Everest, B., (2009). Tarımsal Ürünlerin Pazarlanmasında Çiftçi Örgütlerinin Rolü ve Önemi: Çanakkale Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri Örneği. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi*.
- Everest, B., Aker, A., Uğurlu Ege, R., Çıracı, B. (2022). Çiftçilerin Coğrafi İşaretli Ürünlere Yönelik Bilgi Düzeyleri ile Bilgilendirme İsteklerinin Analizi: Çanakkale İli Örneği. *Turkish Journal of Agricultural and Natural Sciences*, 9(4), 1123-1130.
- Everest, B., Everest, T. (2025). Sustainable Site Selection for a Cooperative Dairy Factory in NW Türkiye. *Global NEST Journal*, 27(8).
- FAO, (2025). Food and Agriculture Organization, Milk Production. <https://www.fao.org/dairy-production-products/production/milk-production/>
- Gemeç, E. (2023). Büyükbaş hayvan işletmelerinin yerel ekonomiye katkısı ve üreticilerin sektör hakkındaki düşünceleri; zonguldak ili örneği (Yayın No. 820022). [Yüksek lisans tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Kılıç, O., Eryılmaz, G. A. (2020). Samsun İlinde Süt Sığırcılığı Yapan İşletmelerin Yapısal Özellikleri. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 7(3), 637-645.
- Koç, G., Uzman, A. (2018). Süt Sığırcılığı İşletmelerinde Üreticilerin Kooperatif Kanalıyla Süt Pazarlama Olasılığını Etkileyen Faktörler: Trakya Bölgesi Örneği. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 24(2), 203-214.
- Küçük, R., Tapkı, N. (2020). Hatay İlinde Süt ve Süt Ürünleri Üreten İşletmelerin Üretim ve Pazarlama Yapısı. *Hayvan Bilimi ve Ürünleri Dergisi*, 3(2), 104-119.
- Malkoc, F., Yercan, M. (2025). How Does Cooperative Membership Affect Farm Efficiency? A Case Study of Dairy Farms in Izmir, Türkiye. *Journal of Agricultural Sciences*, 31(2), 577-589.
- Mat, B., Cevger, Y. (2020). Balıkesir İlindeki Süt Sığırcılığı İşletmelerinin Yapısal Özellikleri ve Sorunları. *Eurasian Journal of Veterinary Sciences*, 36(4).
- Öter, F. (2019). Malatya ilinde hayvancılık sektörünün analizi (Yayın No. 552045). [Yüksek lisans tezi, İnönü Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Özdemir, Y., Kınıklı, F., Engindeniz, S. (2021). Süt Sığırcılığı İşletmelerinin Yapısal Özellikleri ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma: Balıkesir’in Gönen İlçesi Örneği. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 8(4), 1001-1011.

- Özer, B., Tümer, E. İ. (2021). Süt Sığırcılığı İşletmelerinin Yapısal Özellikleri. Çukurova Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi, 36(2), 187-200.
- Özsayın, D., Akbağ, H. I., & Kocaoğlu, Z. (2025). Structural Characteristics and Problems of Dairy Cattle Farms in Manyas District of Balıkesir Province. Turkish Journal of Agricultural and Natural Sciences, 12(4), 930-941.
- Pereira, P. C. (2014). Milk Nutritional Composition and Its Role in Human Health. Nutrition, 30(6), 619-627.
- Semerci, A., Parlakay, O., Çelik, A. (2015). Süt Sığırcılığı Yapan İşletmelerin Ekonomik Analizi: Hatay İli Örneği. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 12 (3): 8-1
- Şat, O., Aydın, R. (2024). Sığırcılık İşletmelerinin Sosyo Ekonomik Özellikleri; Erzurum İli Aşkale İlçesi Örneği. Journal of Animal Science and Economics, 3(1), 8-16.
- Şenkan, D. C., Şengül, A. Y. (2025). Çanakkale İli Yenice İlçesi Süt İşletmelerinin Yapısal Özellikleri ve Sorunları. Turkish Journal of Agricultural & Natural Sciences, 12(1).
- TAGEM, (2025). Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü Raporları, Türkiye Süt Sektör Politikası Belgesi 2023-2027. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.tarimorman.gov.tr/TAGEM/Belgeler/yayin/Su%CC%88t%20Sektu%CC%88r%20Politika%20Belgesi%202023-2027.pdf](https://www.tarimorman.gov.tr/TAGEM/Belgeler/yayin/Su%CC%88t%20Sektu%CC%88r%20Politika%20Belgesi%202023-2027.pdf)
- Tapkı, N., Dağıstan, E., Ertürküner, N., Ertürküner, A. (2020). Hatay İli Sığır Yetiştiriciliği İşletmelerinde Pazarlama Yapısı, Sorunlar ve Çözüm Önerileri: Payas İlçesi Örneği. Mustafa Kemal Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi, 25(3), 413-421.
- Terin, M., Ceylan, M., Çiftçi, K., Yıldırım, İ. (2024). Van İlindeki Süt Sığırcılığı İşletmelerinin Sosyo Demografik ve İşletmecilik Özelliklerinin Karşılaştırılması. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi, 27(1), 228-237
- Thorning, T. K., Raben, A., Tholstrup, T., Soedamah-Muthu, S. S., Givens, I., Astrup, A. (2016). Milk and Dairy Products: Good or Bad for Human Health? An Assessment of The Totality of Scientific Evidence. Food & Nutrition Research, 60(1), 32527.
- Uzel, G. (2025). Bursa ili Karacabey İlçesinde Tarım Sektörünün Sosyo-Ekonomik Yapısının İncelenmesi. ÇOMÜ Ziraat Fakültesi Dergisi, 13(1), 188-199.
- Yılmaz, İ. (2022). Doğubayazıt ilçesinde hayvancılık faaliyetlerinin analizi. (Yayın No. 757051). [Yüksek Lisans Tezi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Yüzbaşıoğlu, R. (2022). Büyükbaş hayvancılık işletmelerinin mevcut durumu, teknik ve ekonomik yapısı, sorunları ve çözüm önerileri üzerine bir araştırma (Tokat İli Merkez İlçe Örneği). Ziraat Mühendisliği, (375), 4-17.