

SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ SANAYİ İŞLETMELERİNİN YAPISI VE GELİŞTİRİLME OLANAKLARI: KONYA- EREĞLİ İLÇESİ ÖRNEĞİ

**Bekir DEMİRTAŞ¹ Mevlüt GÜL² M.Göksel AKPINAR³
Erdal DAĞISTAN⁴**

Özet

Bu çalışma, son yıllarda süt ve süt ürünleri işletme sayısı ve işleme kapasitesi bakımından önemli bir gelişme gözlenen Konya/Ereğli ilçesinde yürütülmüştür. Çalışma verileri, Ağustos 2005 döneminde ilçede faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekteki 18 işletmeden yüz yüze görüşme yapılarak derlenmiştir.

Çalışma kapsamında incelenen işletmelerin; üretim yapısı, kapasiteleri, üretim teknolojileri, personel istihdamı açısından mevcut yapısı ortaya konulmuştur. Ayrıca, işletmelerin hammadde temin yerleri ile ürün pazarlama yapıları incelenerek, ürün çeşitleri, marka ve pazarlama teknikleri belirlenmiştir. Çalışmada işletmelerin AB uyum sürecinde rakipleri karşısındaki konumları da değerlendirilerek alınması gereken önlemler işletmeler ve sektöre yön verecek kuruluşlar açısından saptanmıştır. Çalışma sonucunda, işletmelerin büyük çoğunluğunun 2000 yılı başlarında faaliyete başladığı ve henüz gelişme aşamasında oldukları gözlenmiştir. Sermaye, teknoloji kullanımı ve üretim kapasitesi olarak önde gelen işletmelerin daha eski işletmelerden oluştuğu ve bunlardan üretim kapasitesi olarak en önde gelen bir işletmenin ihracat yapmaya başladığı belirlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, incelenen işletmeler için en önemli sorunlar; piyasada yeterince denetim olmaması, kalifiye eleman bulunamaması, yeterli hammadde temin edilememesi, hammadde ve yardımcı maddelerin fiyatlarının yüksekliği şeklinde olup, işletmelerin rakipleri karşısında piyasa paylarını artırabilmesi için

¹ Yard. Doç. Dr., Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bl. Hatay, bekirdemirtas@gmail.com

² Dr. Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bl. Isparta, mgul@ziraat.sdu.edu.tr

³ Yard. Doç. Dr, Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bl. Antalya, mgoksel@akdeniz.edu.tr

⁴ Yard. Doç. Dr, Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bl. Hatay, erdal@mku.edu.tr

teknoloji kullanımı ve ürün çeşitlerini geliştirmeleri buna bağlı olarak üretim maliyetlerini azaltmaları gerektiği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Süt Ürünleri Sanayi, İşletme Yapısı, Konya

FIRM STRUCTURE OF DAIRY INDUSTRY AND IMPROVEMENT POSSIBILITIES: KONYA-EREGLI DISTRICT CASE

Abstract

This study was carried out at milk and dairy firms that number and capacity increased significantly recent years in Konya-Eregli. Data were collected from small and medium scale firms in August 2005 with face to face methods in total 18 dairy firms.

Production structure and capacity, production technology and employee structure of firms were determined. At the same time, raw material source and marketing methods, their product variety, and trademark were investigated. Dairy firms were evaluated for European Union adaptation process and aspect of competitors that for necessary measurement in sector establishment. It was determined that most of dairy firms begun to production at the outset of 2000 and still continue to development. Oldest firms have got better capital, technology usage and production capacity. For these reason, these dairy firms started to export. According to obtained data, most important problems were lack of enough market control system, less incapable qualified personal, less raw material and their high price. In order to increase the market share of these firms, against the competitors, firms should be improve their technology and product variety, and decrease production cost.

Key Words: Dairy Firm, Firm Structure, Konya Province

1. Giriş

Süt ve süt ürünleri insan beslenmesindeki en önemli protein kaynaklarının başında gelmektedir. Türkiye’de süt ve süt ürünleri sanayisi yıllar itibarıyla artış göstermektedir. Ancak bu miktar teknik ve kapasite olarak istenilen düzeye henüz ulaşamamıştır. Modern işletmelerin azlığı, yeteri kadar hammadde ve yardımcı madde teminindeki güçlükler, taşımada soğuk zincir oluşturulamaması, işleme teknolojilerinin düşük olması ve iç-dış pazarlara ulaşmada yaşanan sıkıntılar sektörün kısa ve orta vadede çözmesi gereken sorunları arasında sayılabilir.

Türkiye’de süt ve süt ürünleri sanayisi ham madde temininden pazarlamaya kadar pek çok sorunlarına çözüm bekleyen bir yapıya sahiptir. Türkiye’de çok modern şartlarda çalışan işletmeler bulunmakla birlikte ilkel şartlarda çalışan işletmeler, aile işletmelerine ve mevsimlik çalışan mandıralara sıklıkla rastlanmaktadır. Bir tarafta AB standardında ve mevzuatlara uygun

nitelikte üretim yapmaya çalışan ve en gelişmiş teknolojileri kullanan entegre tesisler üretim yaparken, diğer taraftan hijyenik hiçbir koşula uymadan, en ilkel yöntemlerle üretim yapmaya çalışan kayıt dışı mandıralar, tam bir çelişki görüntüsü vermektedir. Modern tesislere yönelik olarak kamu kontrol ve denetim çabasını sürdürürken, diğer taraftan sokak sütçülüğü ile başlayan ve denetim normlarına kısa sürede uydurulması olanaklı görülmeyen tesisler, haksız rekabet koşullarında üretim yapmaya devam etmektedir. (DPT, 2001).

Süt ve süt ürünlerinin artırılması için çeşitli tedbirler alınmasına karşın sektördeki en büyük sorun kayıt dışı ve hijyenik olmayan üretimdir. AB'ne girildiği takdirde uygulanacak süt kotaları mevcut üretimin yapısını tamamen değiştirerek, tüketim için gerekli olan sağlıklı ürünlerin ithali yolu açılacaktır. Diğer yandan birçok küçük ölçekli işletmenin kapanması gerekecektir. Bu durum gerek kırsal kesimde ve gerekse sanayi işletmelerinde istihdam sorununun artışı da beraberinde getirecektir (İçöz ve ark., 2005). Türkiye'de süt ve süt ürünleri işletmelerinin çoğu modern teknoloji ve işletmecilik yöntemlerinin uygulanmasını engelleyecek ölçüde küçük kapasitelidir. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin yoğunlukta olduğu bu yapıda, sorunların giderilmesi işletmelerin günümüzdeki yapılarının ortaya konulması ve geleceğe yönelik planlarının belirlenmesi ile mümkün olacaktır (Gül ve Şahin, 1997a).

Konya bölgesinde kayıtlı 78 süt işleme tesisi vardır. Bunlardan 26 tesis Konya kent merkezine 150 km mesafedeki Ereğli'dedir. Diğer işletmeler ise ildeki diğer kasabalarda yer almaktadır (Anonim, 2007a).

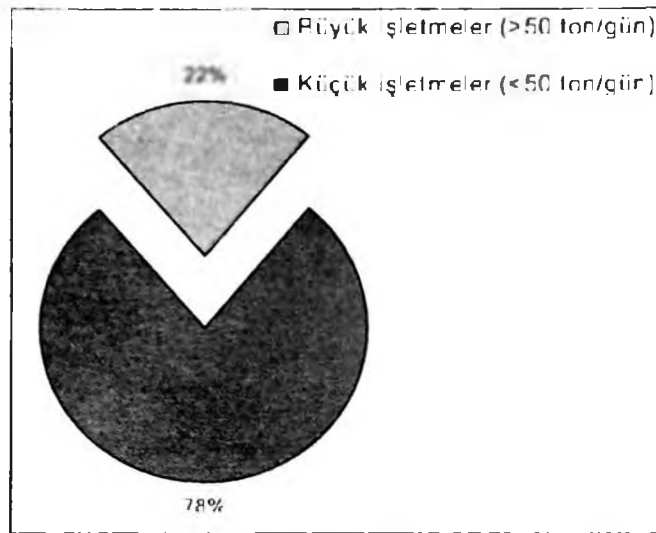
Bu çalışmada Konya Ereğli bölgesinde son yıllarda artış gösteren yatırımlarla dikkati çeken süt işleme sanayisindeki mevcut durum incelenerek sektörün daha da geliştirilmesi için alınması gereken önlemlerin ortaya konulması amaçlanmıştır.

2. Materyal ve Metot

Çalışmada kullanılan veriler Konya ili Ereğli ilçe merkezinde faaliyette olan süt işleme sanayilerinden elde edilmiştir. Bölgede 26 kadar küçük ve orta ölçekte bu tür işleme sanayisi faaliyet göstermektedir. Araştırmaya konu olan veriler tam sayımı yapılan işletmeler içinden bilgi vermeyi kabul eden 18 işletmeden (%69.23'ü) Ağustos 2005 yılında toplanmıştır. İşletmeler kapasitelerine göre 2 gruba ayrılarak değerlendirmeye alınmıştır. Buna göre günlük 50 ton ve üzeri süt işleyen tesisler büyük, 50 tondan daha az süt işleyen tesislerde küçük işletmeler olarak ele alınmıştır (Şekil 1).

Çalışmada işletmelerin hukuki durumu, istihdam yapıları, işleme yapılan ürün çeşitleri, kurulu ve kullanımdaki kapasiteleri, ürün pazarlama aşamasındaki faaliyetleri, hammadde temin yerleri, ürün pazarlama şekilleri ele alınarak değerlendirilmiştir. Türkiye'nin AB'ne üye olması durumunda iş-

İşletmelerin karşı karşıya kalacağı yeni durumdaki avantajlı ve dezavantajlı oldukları konular ele alınmıştır. Çalışmanın sonunda işletmelerin çeşitli açılardan karşılaştıkları sorunları ve çözümleri değerlendirilmiştir.



Şekil 1: Anket Uygulanan İşletmelerin Dağılımı

3. Bulgular ve Tartışma

İncelenen 18 süt ürünleri işletmesinin büyük ölçekli olarak değerlendirilen 4 adedinde üretim deneyimi 5-31 yıl arasında değişirken bu süre küçük işletmeler arasında 2-6 yıl arasındadır. Büyük ölçekli işletmelerin üretim deneyimini ve kapasitelerindeki gelişimi bu süreçte kazandığı ve bu durumun firmalar arasındaki gelişme farkına yansıdığı görülmüştür. Yeni tesis edilen firmaların gelişmeleri de benzer bir süreç boyunca ortaya çıkması muhtemel görülmektedir.

İşletmelerin hukuki durumları incelendiğinde yönetim ve kurumsallaşma açısından öne çıkan büyük işletmelerin tamamının anonim şirket yapısında olmaları dikkati çekmektedir. Küçük ölçekli işletmelerin hukuki mülkiyet yapısı içinde %50 ile limited şirket oluşumu başta gelmektedir, bunu %36 ile şahıs işletmeleri ve %14 ile de anonim şirket statüsü izlemektedir (Çizelge 1).

Çizelge 1 İşletmelerde Mülkiyet Durumu

Hukuki Durum	Büyük İşletmeler		Küçük İşletmeler		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Anonim	4	100.0	2	14.3	6	33.3
Limited	0	0	7	50.0	7	38.9
Şahıs	0	0	5	35.7	5	27.8
Toplam	4	100.0	14	100.0	18	100.0

Süt ürünleri işleme tesislerinde kalifiye eleman eksikliği çok bilinen bir konudur. Bu konuda ara eleman eğitimi veren meslek yüksek okullarının Sütçülük Programları sektördeki önemli bir açığı kapamaktadır. İncelenen işletmelerdeki personel sayısı ve dağılımı Çizelge 2'de verilmiştir. Büyük işletmelerde ortalama olarak istihdam edilen eleman sayısı 107 civarında iken bu sayı küçük işletmelerde 11'dir. Tüm işletmeler göz önüne alındığında ortalama istihdam edilen personel sayısı 32 olarak hesaplanmıştır. Büyük ölçekteki işletmelerin tamamında teknik sorumlu olarak süt ürünleri teknolojisi konusunda uzman mühendis istihdamı bulunmaktadır. Ayrıca bu işletmelerde üretim aşamalarında çalışan ortalama 4 tekniker/teknisyen bulunduğu belirlenmiştir.

Çizelge 2. İşletmelerde İstihdam Edilen Personel Durumu

Personel Durumu	Büyük İşletmeler	Küçük İşletmeler	Genel Ortalama
	Ortalama	Ortalama	
Yönetici	2.25	1.00	1.28
İdari personel	8.25	1.57	3.06
Mühendis	1.00	0.14	0.33
Teknisyen-tekniker	4.00	0.86	1.56
Usta-ustabaşı	3.25	1.21	1.67
Daimi işçi	53.25	3.57	14.61
Geçici işçi	32.25	2.64	9.89
Toplam	107.25	11.00	32.39

İşletmelerdeki kurulu kapasite ve bunun kullanımı incelenerek mevcut yapının geliştirilme olanağı ortaya konulmuştur. İşletmelerde günlük süt işleme kapasiteleri büyük işletmelerde 300 tonun üzerinde iken kullanılan kapasite ise 200 ton civarında gerçekleşmektedir. Küçük ölçekteki işletmelerde ise bu kapasite 30 ton civarında iken kapasite kullanımı 19 ton/gün kadardır. Bu rakamlardan hesaplanan kapasite kullanım oranları da büyük işletmeler için %66, küçük işletmelerde ise %60'dır (Çizelge 3). Adana'da yapılan bir çalışmada küçük ölçekli süt işleme tesislerinde kapasite kullanımı %48 civarında iken orta ölçekteki işletmelerde bu oran %62 civarında bulunmuştur (Gül ve Şahin, 1997b). İşletmelerde kapasite kullanımındaki eksikliğin nedenleri arasında yeterli ve kaliteli çiğ süt bulunamaması ve soğuk zincir sistemi ile taşımadaki eksiklikler başta gelmektedir.

Çizelge 3. İşletmelerde Kapasite Kullanım Oranları

Kapasiteler	Büyük İşletmeler	Küçük İşletmeler	Genel Ortalama
Süt işleme kapasitesi (gün/ton)	312.5	31.4	93.89
Süt işleme miktarı (gün/ton)	206.3	18.9	60.50
Kapasite kullanım oranı (%)	66.0	60.0	64.4

Çizelge 4'te incelenen işletmelerin hammadde temin yerleri verilmektedir. Elde edilen verilere göre işletmeler tesislerin yakın çevresinde bulunan il ve ilçe merkezlerinden süt toplamaktadırlar. Büyük işletmelerin daha uzak il merkezlerine kadar süt temin bölgeleri olduğu görülmüştür. Bu iller arasında Sivas ve Kayseri illeri dikkati çekmektedir. Büyük ölçekli işletmelerin süt toplama bölgeleri arasında Niğde ili ve çevresi %24 oranı ile başta gelmektedir. Bu bölgeyi azalan oranlarla Aksaray ili ve çevresi, Ereğli ve Mut ilçeleri takip etmektedir. İşletmeler civar il ve ilçelerde oluşturdukları süt toplama ve soğutma ünitelerinde depoladıkları sütleri soğuk taşıma sistemine sahip vasıtalarla işleme tesislerine nakletmektedirler. Süt toplama yerlerinin uzak olması ölçüsünde ilave maliyet artışları söz konusudur. Bu konu işletmelerin yakın çevrelerindeki süt hayvancılığının geliştirilmesi ile orta ve uzun vadede çözülebilecektir. Küçük işletmeler hammadde temini ise ağırlıklı olarak Ereğli ilçe ve çevresinden sağlamaktadır. Bu durum taşıma ve ek maliyetler açısından küçük işletmelere avantaj kazandıran bir durumdur.

Çizelge 4. İşletmelerin Hammadde Temin Yerleri (%)

Hammadde Temin Yerleri	Büyük İşletmeler	Küçük İşletmeler	Genel Ortalama
Niğde	23.75	16.07	17.78
Aksaray	21.25	5.71	9.17
Ereğli	20.62	61.07	52.08
Mut	10.00	10.00	10.00
Karapınar	8.13	4.29	5.14
Karaman	6.25	2.86	3.61
Sivas	3.75	0.00	0.83
Adana	3.25	0.00	0.72
Kayseri	3.00	0.00	0.67
Toplam	100.00	100.00	100.00

Araştırmaya konu olan süt işletmelerindeki üretim yapısı ise Çizelge 5'de incelenmiştir. İşletmelerin en önemli ürün çeşidi beyaz peynir (yaklaşık olarak %70) oluşturmaktadır. Bunu sırası ile kaşar peyniri, tereyağı, yoğurt ve ayran üretimi izlemektedir. İşletmelerde üretilen diğer ürün çeşitleri ara-

sında krema, tulum peyniri ve çökelek sayılabilir. Ayrıca işletmelerin müşteri talepleri doğrultusunda daha farklı ürün sağladıkları da ifade edilmiştir. Bunlar arasında krem peyniri gibi değişik peynir çeşitleri başta gelmektedir.

İncelenen işletmelerde kullanılan üretim teknolojileri içinde süt toplama ve soğutma hatları, süt alım ve pastörizasyon hattı ile diğer üretim hatları, çalışma sistemleri ve imal yerlerine göre değerlendirilmiştir. Buna göre büyük işletmelerdeki üretim hatlarının ortalama 1'i elle, 1.75'i yarı otomatik ve 4 adedi de tam otomatik olarak çalışan teknolojiye sahiptir. Bunların ortalama 6.25'i yerli, 0.5'i de ithal makine ve teçhizatlardan meydana gelmiştir. Küçük işletmelerde ise kullanılan üretim hatlarının ortalama 2.43'ü elle, 1.71'i yarı otomatik ve 0.93'ü de tam otomatik olarak çalışabilmektedir. Küçük işletmelerin kullandığı makine ve teçhizatların tamamı yerli imalattır.

Buradan hareketle bölgedeki işletmelerde kullanılan üretim teknolojisinin genellikle yerli olduğu ve büyük işletmelerde üretim teknolojisinde kullanılan hatların ağırlıklı olarak tam otomatik, küçük işletmelerde ise el ile çalıştığı söylenebilir.

Çizelge 5. İşletmelerde Günlük İşlenen Sütün Ürünlere Göre Dağılımı

Ürün Çeşidi	Büyük İşletmeler		Küçük İşletmeler		Toplam	
	Kg	%	Kg	%	Kg	%
Beyaz peynir	26,250	72.13	3,343	68.73	8,433	71.05
Kaşar peyniri	7,500	20.61	729	14.99	2,234	18.82
Tereyağı	563	1.55	271	5.57	336	2.83
Yoğurt	540	1.48	250	5.14	314	2.65
Ayran	500	1.37	214	4.40	278	2.34
Krema	410	1.13	25	0.51	111	0.93
Tulum peyniri	350	0.96	12	0.25	87	0.73
Çökelek	150	0.41	5	0.10	37	0.31
Diğer ürünler	130	0.36	15	0.31	41	0.34
Toplam	36,393	100.00	4,864	100.00	11,871	100.00

Ele alınan işletmelerin pazarlama faaliyetleri üzerinde de durulmuştur. Burada işletmelerin reklâm ve tanıtım uygulamaları, üretimlerinde marka kullanım durumları ve pazar ile ilgili bilgileri temin kanalları incelenmiştir. İşletmelerde üretilen ürünlere dönük reklâm ve tanıtım uygulamaları incelendiğinde büyük işletmelerin %75'inin çeşitli yollarla ürün reklâm ve tanıtımı yapmakta olduğu belirlenmiştir. Bu pazarlama hizmetinin küçük işletmelerden sadece ikisinde yapıldığı belirlenmiştir. İşletmelerde reklâm ve tanıtım faaliyetlerinin firmanın kendisi, aracılarla ortak reklâm vererek veya firma temsilcisi/dağıtıcısı durumundaki kişilerle sürdürüldüğü tespit edilmiş-

tır. İşletmelerin ürettikleri ürünlerde markalaşmanın büyük işletmelerin tamamında şirkete ait bir marka şeklinde kullanıldığı, buna karşın küçük işletmelerde marka kullanımının %86 civarında olduğu ve kullanılan marka türünün genellikle aracı firmanın markası (%50) olduğu belirlenmiştir. Ayrıca küçük işletmelerin %42'si firmanın ve %8'i de ortak olarak kullanılan markalar kullanmaktadır. İşletme açısından pazarla ilgili bilgilerin bilinmesi işletmenin üretimine ve geleceği ile ilgili projeksiyonlarını oluşturması açısından oldukça önemlidir. Büyük işletmelerde pazarlara ait bilgi edinme kaynakları incelendiğinde, %33 kendisi, %28 temsilciler, %22 firmalar ve %17 şubeler şeklinde sıralanmaktadır.

Çizelge 6'da işletmelerin ürün pazarlama kanalları ele alınmıştır. Pazarlama kanallarından her iki işletme grubunda da toptancılara yapılan ürün satışları ağırlıktadır. Büyük işletmelerin diğer pazarlama kanalları arasında %24 ile firma bayileri, %10'la marketler, %7.5 ile doğrudan tüketicilere yapılan satışlar ve %2.5 ile de perakendecilere yapılan satışlar gelmektedir. Buna karşılık küçük ölçekli işletmelerde perakendecilerin oranı %31 ve doğrudan tüketicilere yönelik olarak yapılan pazarlama oranı %17'ye yakındır. Genel ortalamaya göre oranlar incelendiğinde toptancılar yine %50'ye yakın oranda pay sahibidir. Büyük işletme grubunun daha örgütlü ve etkin bir pazarlama sistemi ile faaliyet gösterdiği söylenebilir.

Çizelge 6 İşletmelerin Ürün Pazarlama Kanalları (%)

Pazarlama Kanalları	Büyük İşletmeler	Küçük İşletmeler	Genel Ortalama
Toptancılara	56.25	46.79	48.89
Bayilere	23.75	0.00	5.28
Marketlere	10.00	5.71	6.67
Doğrudan tüketiciye	7.50	16.79	14.72
Perakendeciye	2.50	30.71	24.44
Toplam	100.00	100.00	100.00

Türkiye'de süt ve süt ürünleri sektöründeki yapısal sorunlar çözülmeden bu konuda gelişmiş ülkeler düzeyindeki üretim ve tüketim seviyesine ulaşılmasında zorluklarla karşılaşılacaktır (İçöz ve İriboy, 2007). AB'de 1986 yılından bu yana süt ve ürünleri sektöründe ilgili mevzuat hükümleri çerçevesinde üreticilerin gelirini güvenceye alan fiyat tespiti, sübvansiyon, destekleme alımı ve depolama sistemlerini kapsayan bir ortak piyasa düzeni oluşturmuştur. Türkiye bir yandan AB ile üyelik müzakerelerini sürdürürken diğer yandan da uyum sürecindeki yasal ve kurumsal değişiklikleri yapmaktadır. Her bir sektördeki uyum çalışmaları yanında sektörün yeni durumuna karşı işletmelerin gerekli önlemlerini alarak rekabet edebilme ve piyasada

tutunabilme yolunu bulması gerekmektedir. Bu noktadan hareketle, işletmelere Türkiye'nin AB'ye üye olması halinde AB ülkelerindeki rakip işletmelerle karşılaştırmalı durumlarının ölçülmesi amacıyla, 1 çok dezavantajlı, 5 çok avantajlı şeklinde beşli likert ölçeği kullanılarak çeşitli durumlar için görüşleri alınmış ve elde edilen bilgiler Çizelge 7'ye aktarılmıştır. Buna göre büyük işletmeler açısından durum değerlendirildiğinde, ele alınan konuların tamamı için çok dezavantajlı bir durum ifade edilmediği görülmektedir. Hatta müşteriye yakınlık, müşteriye uyum, kalite kontrolü, üretim kapasitesi, kalifiye işgücü ile yönetim organizasyonu açısından avantajlı olduğu ifade edilmiştir. Buna karşılık küçük işletmelerde finansal kaynaklara ulaşım, verimlilik, iç ve dış pazarları tanıma ile kalite kontrolü kriterleri bakımından dezavantajlı durum söz konusudur.

Çizelge 7. Türkiye'nin AB'ye Üye Olması Durumunda İşletmelerin AB Ülkelerindeki Rakiplerine Göre Durumu

Rakiplerle İlgili Konular	Büyük işletmeler	Küçük işletmeler	Ortalama
Müşteriye yakınlık	4.0	4.2	4.2
Müşteriye uyum	4.0	3.7	3.8
Kalifiye işgücü	3.8	3.4	3.5
Yönetim organizasyonu	3.8	3.2	3.3
Kalite kontrolü	4.0	2.8	3.1
Üretim kapasitesi	4.0	2.9	3.1
İç ve dış pazarları tanıma	3.3	2.8	2.9
Verimlilik	3.5	2.4	2.6
Teknoloji	3.3	2.4	2.6
Finansal kaynaklara ulaşım	3.3	2.1	2.3

Ölçek: 1: Çok dezavantajlı, 2: Dezavantajlı, 3: Eşit, 4: Avantajlı, 5: Çok avantajlı

Çalışmada bölgede yer alan süt işletmelerinin karşılaştıkları sorunlarda ele alınmıştır. Buna göre, işletmelerin karşılaştığı başlıca sorunlar arasında her iki işletme grubu içinde kaliteli ve yeterli hammadde bulunamaması başta gelmektedir. Deneyimli işgücü bulunamaması, hammadde ve yardımcı madde fiyatlarının yüksekliği, ürün fiyatlarının düşüklüğü ve finansman konuları diğer önemli sorunlar arasında ifade edilmiştir. Finansman konuları içinde yatırım ve işletme sermayesi yetersizliği, sermaye geri dönüşümündeki gecikmeler, ürün bedellerinin geç ödenmesi ve uygun kredi teminindeki güçlükler başta gelmektedir. Süt işletmeleri açısından sorun olarak görülen diğer konular arasında iyi işlemeyen piyasa mekanizması gösterilmektedir.

Piyasada yaşanan haksız rekabet ve denetim eksiklikleri başta gelen piyasa sorunlarıdır. İşletmelerin taşıma ve soğuk zincir olmamasından kaynaklanan sorunları da hammadde teminindeki sıkıntıları artırmaktadır. Üretim aşamasında yaşanan teknik arızaların ve elektrik kesintilerinin üretim sürecini kesintiye uğratabilecek nitelikte olduğu belirtilmektedir. Satış sonrası görülen sorunlar arasında, dağıtıcıların ürünleri saklama koşullarına uymaması ve buna bağlı olarak görülen ürün bozulmaları başta gelen konudur. Büyük işletme grubu açısından devlet ihalelerindeki bürokrasi fazlalığı ve TSE standartlarındaki eksiklikler sorun olarak görülmektedir.

4. Sonuç ve Öneriler

Süt ve süt sanayi işletmelerinin sosyo-ekonomik yapıları ve geliştirme olanaklarının Konya Ereğli ilçesi perspektifinde araştırıldığı bu çalışma ile sektördeki işletmelerin yeterli ve sağlıklı hammadde temininde büyük sorunlarla karşılaştıkları gözlemlenmiştir. İşletmelerin, üretim bölgelerine oldukça uzak alanlardan hammadde sağlama yoluna gitmeleri, ilave maliyetleri beraberinde getirirken hammadde tedarikinde miktar ve kalite sorununu önceliklendirmektedir. Sektörün geliştirilmesi için öncelikle bu sektöre hammadde sağlayan süt sığırcılığındaki gelişmenin sağlanması bir gerekliliktir.

AB'ne üyelik sürecinde kendisini geliştirme ve üretim kalitesinde standartları yakalama şansı az olan küçük ölçekli işletmelerin geleceği, birlikte hareket etme ve/veya dikey-yatay birleşmelere giderek faaliyetlerini sürdürebileceği açıktır. AB ülkelerindeki olası rekabete dayanabilme açısından incelenen işletmelerin belirli avantajlara sahip oldukları belirtilebilir. Ancak, işletmelerin rekabet gücünün artırılması için içsel ve dışsal faktörlerde düzenlemelere ve desteklemelere ihtiyaçları bulunmaktadır. Bunlar arasında ürün ve çeşit sayısını artırma, sektörel teşvik, piyasa denetiminde etkinlik başlıca önemli konular olarak önerilebilir.

5. Kaynaklar

- Anonim, (2007a) TC Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Konya Tarım İl Müdürlüğü Kayıtları, Konya.
- Anonim, (2007b) "AB Giriş Süreci Çerçevesinde Türkiye'de Süt ve Süt Ürünleri Sektörüne Genel Bakış" FAO Avrupa ve Orta Asya Bölge Ofisi, Roma, İtalya. 105s.
- DPT, (2001) "Süt ve Süt Ürünleri Sanayi" Alt Komisyon Raporu, Ankara. 75s.
- Gül, A., Şahin, K., (1997a) "Adana İlinde Süt ve Süt Ürünleri İşletmelerinin Niteliksel Açıdan Değerlendirilmesi" Ç.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, 12 (4): 97-106, Adana.
- Gül, A., Şahin, K., (1997b) "Adana İlinde Süt ve Süt Ürünleri İşletmelerinin Yapısı ve Sorunları" Ç.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, 12 (4): 107-116, Adana.
- İçöz, Y., Demir, A., Çeliker, S.A., Kalanlar, Ş., Gül, U., (2005) "Süt ve Süt Ürünleri Durum ve Tahmin 2005-2006" Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, Yayın No: 132, Ankara. 79s.
- İçöz, Y., İriboy, S., (2007) "Süt ve Süt Ürünleri (Bakış)" Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, Sayı:9, Ankara. 4s.