

TÜRKİYE SÜT SEKTÖRÜ ANALİZİ

Kemalettin TAŞDAN¹ Sevgi İRİBOY² Yıldırım İÇÖZ³

Özet

Türkiye’de tarım sektörü içerisinde süt sektörü gerek büyüklüğü gerekse gıda güvenliğindeki yeri nedeniyle oldukça önemli bir konumdadır. Bu çalışmada YDP analizi çerçevesinde Türkiye süt sektörünün analizi yapılarak mevcut durumu, rekabet gücü ve bunu sınırlandıran faktörler ile GZİT analizi yapılarak sektörün güçlü/zayıf yanları fırsat/tehditleri belirlenmeye ve geleceğe dönük politika önerileri getirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Süt ve süt ürünleri, pazarlama kanalları, rekabet, SWOT analizi.

TURKEY MILK SECTOR ANALYSIS

Abstract

Dairy sector has a significant position in Turkey agriculture due to its size and in food safety as well. The study analyses the current situation, competition power and the constraints of Turkish milk sector within the framework of SCP. It also attempts to determine the weaknesses, strengths, opportunities and threats by SWOT analysis and to present policy recommendations towards future.

Keywords: Milk and milk products, marketing channels, competitiveness, SWOT analysis.

1. Giriş

Türkiye süt sektörü, 2 milyondan fazla süt üretimi yapılan tarım işletmesi ve süt ürünleri üretimi yapan 2 binden fazla işleme tesisi ile tarım ve hayvancılık sektöründe oldukça önemli bir yere sahiptir. Ayrıca süt ve süt ürünlerinin temel besin grubunda yer alması, sektörün gıda güvenliği ve halk sağlığı açısından da önemini artırmaktadır.

Bu çalışmada, açıklanan önemine bağlı olarak Türkiye süt sektörünün kapsamlı bir şekilde analizi yapılarak, sektörün durumu ve performansının

¹ Dr., Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, ktasdan@aeri.org.tr
² Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, sevgi.iriboy@tarim.gov.tr
³ Dr., Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, yicoz@hotmail.com

ortaya konulması amaçlanmış, buna bağlı olarak da sektörün rekabet edebilirliğinin gelişmesini engelleyebilecek kısıtların belirlenmesine ve geleceğe yönelik politikalara ilişkin öneriler getirilmeye çalışılmıştır.

2. Materyal ve Yöntem

Çalışmada SCP (Structure-Conduct-Performance)/YDP (Yapı-Davranış-Performans) Analizi temel alınarak sektörün yapısal özellikleri ortaya konulmuş, sektörün rekabet gücünü belirlemede referans olarak alınabilecek performans ölçütleri üzerinde durulmuştur. Ayrıca SWOT (Strengths-Weakness-Opportunities-Threats)/GZFT (Güçlü Yanlar-Zayıf Yanlar-Fırsatlar-Tehditler) Analizi ile sektörün mevcut ve olası güçlü/zayıf yanları ile geleceğe dönük gelişim stratejilerinin belirlenmesinde oldukça önemli olan tehdit ve fırsatları ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın ana materyalini konu ile ilgili önceki çalışmalar ve sektör paydaşları ile yapılan münferit görüşmelerin yanı sıra Kuşadası'nda yapılan sektör paydaşları toplantısı sonucu elde edilen bilgiler oluşturmaktadır. Çalışmada ayrıca TÜİK, TEAE ve ilgili diğer kurumlar tarafından yayınlanan istatistiki verilerin yanı sıra rapor vb. den de yararlanılmıştır.

3. Araştırma Bulguları

3.1. Sektörün Tarımsal Üretim İçerisindeki Yeri

Türkiye tarımsal üretim yapısının ana karakteristiği, geçimlik ve yarı geçimlik tarım işletmelerinin fazlalığıdır. Aynı durum süt hayvancılığı için de geçerlidir. Türkiye'de süt sektöründe büyük çoğunluğu batı bölgelerde olmak üzere toplam 2 milyonun üzerinde süt üretimi yapılan tarım işletmesi ve süt işleme sanayinde faaliyet gösteren 2 binden fazla işletme vardır.

Süt üretim değeri 2000-2006 döneminde oldukça yüksek oranda artış (%286) göstermiştir (TÜİK, Çeşitli Yıllar). Artışın en fazla gerçekleştiği yıl %63 ile 2002'dir. Diğer yandan, hayvansal üretim değerinin %40-45'i, tarımsal üretim değerinin ise %8-9'u süttten sağlanmaktadır. Bu oranlar süt üretiminin tarımsal üretim içerisindeki yerini açıkça ortaya koymaktadır.

Süt ve süt ürünleri sanayinde yaratılan katma değer ise 2005 yılı itibarıyla 1,2 milyon YTL'ye (toplam gıda sanayi katma değerinin %15'i) ulaşmıştır (DPT, 2007).

3.2. Süt Pazarlama Yapısı ve Pazarlama Kanalları

Süt, işletmelerin ölçeklerine bağlı olarak ikili yapıda üretilmekte ve pazarlanmaktadır. Bunlardan birincisi büyük ölçekli ihtisas işletmeleri tarafından yapılan üretim ve pazarlama iken diğeri çok fazla sayıdaki küçük ölçekli işletmeler tarafından yapılan üretim ve pazarlamadır.

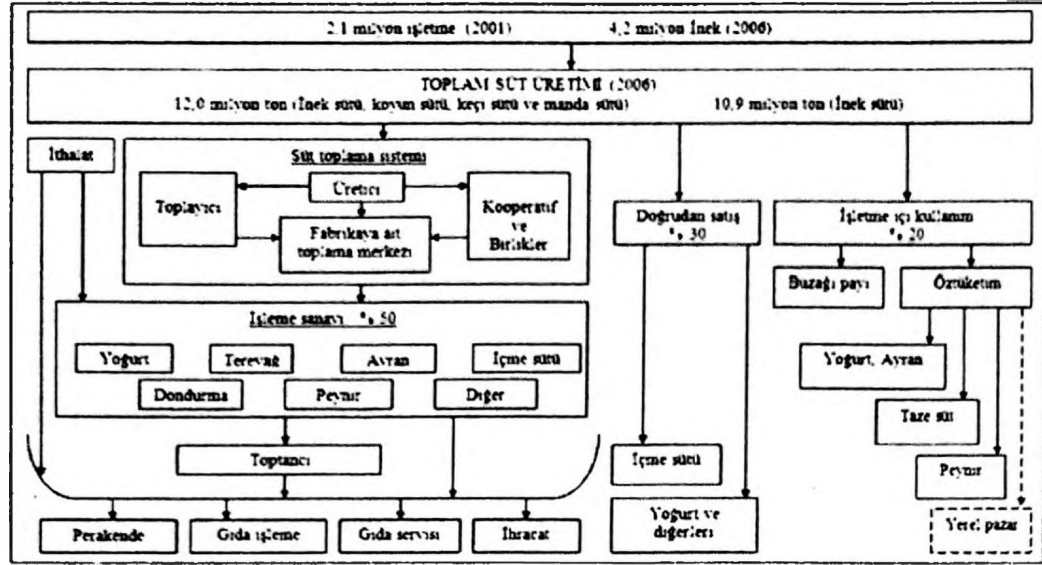
Büyük ölçekli hayvancılık işletmeleri az sayıda olmakla birlikte esas faaliyet alanları çoğunlukla hayvansal ürünlerin üretimi olan ve fazla sayıda hayvana sahip olan işletmelerdir. Küçük ölçekli hayvancılık işletmelerinde ise üretim az sayıda hayvanla ve genellikle geçimlik ya da yarı geçimlik nitelikte yapılmaktadır.

Türkiye’de pazara arz edilen sütün neredeyse tamamı yurtiçi üretim kaynaklıdır. Süt ve süt ürünleri 3 kanaldan geçerek tüketiciye ulaşmaktadır (Grafik 1). Bunlar; işleme sanayi (toplam süt üretiminin %50’si), doğrudan satış (sokak sütü vb.) (%30), işletme içi kullanımdır (%20).

İşleme sanayinde sütün yaklaşık yarısı peynir üretiminde kullanılırken, kalanı başta yoğurt olmak üzere dondurma, süt tozu, tereyağı ve ayran üretiminde kullanılmaktadır. Bir bölümü ise içme sütü olarak tüketilmektedir. Süt ürünleri son tüketiciye işleme tesislerine ya da toptancılara ait olan dağıtım kanalları ile doğrudan ulaşabildiği gibi pastane vb diğer imalat sanayi işletmeleri tarafından ara mal olarak başka ürünlerin üretiminde de kullanılabilen, az bir bölümü ise ihracata yönelmektedir.

Üretilen sütün ortalama %30’luk bölümü genellikle üreticinin kendisi tarafından ya da toplayıcılar aracılığı ile doğrudan satış yolu ile tüketicilere ulaşmaktadır. Doğrudan satış iki şekilde yapılmaktadır. Bunlar taze süt (içme sütü) ile yoğurt ve diğer süt ürünleri şeklindedir. Doğrudan satış kanalı içerisinde değerlendirilen sokak sütü ise süt pazarlaması konusunda üzerinde en fazla durulan konudur.

Grafik 1. Süt pazarlama kanalları



Kaynak: TÜİK, 2008a; FAO, 2007; Uysal ve ark., 1993 Aktaran: CEEC, 2006; Sektör paydaşları ile yapılan görüşmeler

Toplam süt üretiminin %20'sini kapsayan işletme içi kullanımda ise öztüketim önemli paya sahipken kalan bölümü buzağı payı olarak kullanılmaktadır. Çiftlik içinde tüketim ve doğrudan satışların yüksek olmasının nedenleri arasında; işletme yapılarının ticari amaçlı üretim yapamayacak kadar küçük ölçekli olması, üreticiler arasında ticari birliğin olmaması ya da zayıf olması ve süt toplama sisteminin yetersizliği gibi pek çok faktör sayılabilir.

3.3. Zincir Analizi

3.3.1. İşletme Yapıları

Türkiye'de sadece hayvancılık yapan işletme sayısı yaklaşık 73 bin iken, 2 milyon kadar işletmede hayvansal ve bitkisel üretim birlikte yapılmakta ve bunların tamamı süt üretimi yapılan işletme olarak kabul edilmektedir (TÜİK, 2004).

Büyük çoğunluğu (%85) 9 baş hayvandan daha az olan sürü genişliğine sahip olan işletmelerdeki hayvanların toplam hayvan sayısı içerisindeki oranı %57'dir (Tablo 1). 50'den fazla hayvandan oluşan sürü genişliğine sahip işletmelerin oranı ise sadece %3,6'dır. Bu durum yığılmalı üretim için işletme genişliğinin yetersiz olduğu göstermektedir.

İşletmelerin genellikle küçük ölçekli olmaları yem başta olmak üzere süt üretim maliyetini arttırdığı gibi, pazarlama sorunlarına ve süt üretim tesislerinin hammadde temininde devamlılık sorununa neden olmaktadır. İş-

letme yapılarının geliştirilmesi ve işletme büyüklüklerinin artırılmasını sınırlandıran en önemli faktörler ise olatma ve ulaşım olanaklarının yetersiz olmasına neden olan doğal koşullar, finansal sorunların kaynağı olan sermaye ile kaliteli ve düşük maliyetli üretimi sağlayan ancak yatırım maliyeti yüksek olan teknolojilerdir.

Tablo 1. Büyükbaş Hayvanı Olan İşletmelerin İşletme Büyüklüğüne Göre İşletme ve Hayvan Sayısı *

İşletme genişliği (baş)	İşletme sayısı		Hayvan sayısı	
	Adet	%	Adet	%
1-4	1.490.100	85,3	5.647.772	56,6
10-49	251.791	14,4	3.973.299	39,9
50 +	5.036	0,3	353.614	3,6
Toplam	1.746.927	100,0	9.974.685	100,0

Kaynak: TÜİK, 2004.

*Her yaşta sığır ve manda dahil, besicilik hariç

İşletmelerin küçük ve dağınık olması, verimlilik ve maliyet gibi birçok açıdan sorun yaratmakla birlikte hayvancılığın çoğunlukla geçimlik amaçlı olarak yapılması, bu faaliyetin sosyal ve gıda güvenliği boyutunu oldukça önemli hale getirmektedir.

3.3.2. Üretim

Süt üretimi incelendiğinde; hayvan sayısı ve süt üretiminin 2003 yılına kadar birbirine paralel seyrettiği ancak bu yıldan itibaren inek sayısındaki düşmeye karşılık süt üretiminde ve veriminde artış gerçekleştiği görülmektedir.

Türkiye’de 2004 yılı itibarıyla 3,9 milyon olan inek mevcudu, 2006’da 4,2 milyona yükselmiş, süt üretimi ise aynı yıllarda sırası ile 9,5 milyon ton ve 10,9 milyon ton olarak gerçekleşmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Toplam İnek Sütü Üretimi

	2000	2002	2004	2006
Hayvan sayısı (bin adet)	5.280	4.393	3.876	4.188
Toplam inek sütü üretimi (bin ton)	8.732	7.491	9.609	10.876

Kaynak: TÜİK, 2008a.

Süt üretiminin temel karakteristik özelliklerinden birisi de mevsimsel dalgalanma göstermesidir. Buna göre Şubat-Mayıs döneminde süt üretimi

artarken Mayıs ayından itibaren azalmaktadır. Bu dalgalanma işleme sanayinde hammadde temininde devamlılık sorunu yaratmaktadır.

Süt kalitesi, üretimden kaynaklanan en önemli sorun olarak ortaya konulmaktadır. Kalite sorununun temel nedenleri ise işletmelerin yapısal bozukluğu, bakım koşulları, soğuk zincirin yeterli düzeyde sağlanamaması, kontrol yetersizliği ve süte su vb. yabancı maddelerin katılması olarak gösterilmektedir. Kaliteye bağlı destekleme ve fiyatlandırma sistemi süt kalitesinin yükseltilmesinde oldukça önemli bir katkı sağlayabilir.

3.3.3. Arz/Talep Dengesi

Türkiye’de pazara arz edilen ve kullanılan sütün neredeyse tamamı yurtiçi üretim kaynaklıdır ve yurtiçinde tüketilmektedir (Tablo 3). Bu da Türkiye’nin süt arz/talep dengesi açısından kendine yeterli olduğunu göstermektedir. Ancak kişi başına tüketimin düşüklüğü mevcut kendine yeterliliğin göreceli olabileceğini göstermektedir. Çünkü, kişi başına tüketim AB’nin gerisindedir ve tüketimin AB düzeyine yükselmesi ya da olası üyelik durumunda arz açığından veya fiyat dezavantajından dolayı ithalat zorunlu hale gelebilecektir. Ayrıca Türkiye’de süt ve süt ürünleri üretimi ithalat baskısına karşı sınır önlemleri yolu ile korunmaktadır.

Tablo 3. Türkiye Süt Arz/Talep Dengesi

	2006	2007(c)	2008 (d)
ARZ	ton		
Üretim (a)	11.903.957	12.087.531	12.217.108
İthalat (b)	52	62	78
Toplam Arz	13.171.649	13.325.698	13.389.767
KULLANIM	ton		
Toplam Yurtiçi Kullanım	11.931.839	12.151.252	12.284.916
İhracat (b)	1706	1865	1.954
Toplam kullanım	11.933.545	12.153.117	12.286.870
Kendine yeterlilik oranı (%)	100,2	100,5	100,6

(a) Büyükbaş, Küçükbaş

(b) Her çeşit peynir, yoğurt/ayran, tereyağı, dondurma ve süt tozu (süt eşdeğeri)

(c) Tahmin, (d) Öngörü

Kaynak: TEAE, 2007.

Büyük bölümü süt tozundan oluşan ithalat ile peynir ağırlıklı ihracat ise süt arz/talep yapısı içerisinde önemli boyutlarda değildir. Bununla birlikte

“niş ürünler” olarak sayılabilecek geleneksel ürünlerin yanı sıra, yeterince kullanılmayan koyun ve keçi sütü ürünleri ihracat açısından AB ve Ortadoğu ülkelerinde önemli bir potansiyele sahiptir.

3.4. Rekabet Analizi

3.4.1. Rekabet Göstergeleri

“Tek Ürün Transferleri (TÜT)” incelendiğinde üretici açısından pozitif tüketici açısından ise negatif yönlü bir transfer olduğu diğer bir deyişle süt desteklemeleri ve politikaları aracılığıyla tüketicilerden üreticilere doğru bir transferin yapıldığı görülmektedir. Bu transferlerin toplam transferler içerisindeki oranını gösteren “%TÜT” ise %22,7’dir (2006) ve giderek azalmıştır. Aynı oran AB’de ise %23,1’dir (OECD, 2007). Bu da Türkiye’de ve AB’de sütün toplam transferlerden aynı oranda pay aldığını göstermektedir. “Nominal Koruma Oranları (NKO)” incelendiğinde de AB ile benzerlik olduğu ortaya çıkmaktadır. Türkiye’de 2006 yılı itibarıyla üretici NKO 1,35 iken tüketici NKO 1,31’dir. Aynı oran AB’de ise sırasıyla 1,31 ve 1,29’dur. Bu rakamlar Türkiye’de süt fiyatlarının referans alınan sınır ya da uluslar arası fiyatlardan %31-35 oranında daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. “Dış Rekabete Açıklık” ve “İthalat Sızma Oranı” ise sırasıyla 0,0004 ve 0,0002 gibi oldukça düşük düzeydedir ve sektörün dış rekabet açısından dezavantajlı konumda olduğunu, toplam arzın da oldukça düşük bir bölümünün ithalattan kaynaklandığını göstermektedir (TEAE, 2008).

3.4.2. İşletme Düzeyinde Rekabet

İşletme düzeyinde rekabeti gösteren temel gösterge verimdir. Türkiye’de hayvan başına süt verimi 2006 yılı itibarıyla 2,5 ton/baş iken, AB’de bu rakam 5 ton/baş’ın üzerindedir (TÜİK, 2008b; EU, 2008). Görüldüğü gibi verim düzeyi AB’nin gerisindedir. Ancak verimin 2003 yılında 1,9 ton/baş olduğu ve Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliği (DSYB) gibi örgütlenmelerde yeralan üreticilerin hayvanlarında ise 6 ton/baş kadar ulaşabildiği düşünüldüğünde, henüz istenen düzeye ulaşmamakla birlikte önemli derecede gelişim olduğu ortaya çıkmaktadır. Verimin artması için suni tohumlama ve ıslah çalışmalarının geliştirilmesi gereklidir.

Süt fiyatlarının gelişimi ile süt/yem paritesi ve üretimin karlılığı da sektörün rekabet yapısını ortaya koymakta önemli göstergelerdir. Süt üretici ve tüketici fiyatları incelendiğinde Ocak 2006 – Mart 2008 döneminde sırasıyla %30,0 ve %26,4 oranlarında artış olduğu görülmektedir. Bu yüksek oranlı artışların temel nedenleri ise yem başta olmak üzere maliyetlerde görülen artışlar ve yüksek hava sıcaklığına bağlı arz azalmasıdır (TZOB, 2008). Süt

fiyatlarının gelişimi açısından dikkat çekici diğer konular da genel ekonomik koşullarla üretime bağlı olarak tüketici fiyatlarında dalgalanmaların daha yüksek oranlı olması ve işleme maliyeti ile firmaların fiyatlandırma stratejilerine ve aracı sayısına bağlı yüksek satış fiyatları nedeniyle üretici ve tüketici fiyatları arasındaki makasın oldukça geniş olmasıdır.

Fiyat farklılaştırması ise gerek süt kalitesini artırma gerekse rekabet başta olmak üzere piyasayı düzenleme açısından önemli avantajlar sağlayabilir. Türkiye’de çok yaygın olmamakla birlikte süt fiyatlarının farklılaştırılması konusundaki uygulamalar 4 ana başlıkta toplanabilir. Bunlar farklılaştırma olmaması, miktar primleri (yüksek miktarda ürün sağlayana artı prim), biyolojik/kimyasal niteliklere bağlı primler (düşük somatik hücre ve bakteri sayısına artı prim) ile işletmelerin yapısal özelliklerini (soğutma tankı olana artı prim) kapsayan primler yolu ile yapılan ödemeler ile oluşan fiyat farklılıştırmalarıdır.

Süt/yem paritesi incelendiğinde 2001-2007 döneminde yem maliyetlerindeki yükselmenin yanı sıra genel ekonomide görülen konjonktürel dalgalanmalara bağlı olarak paritenin yem fiyatları lehine gelişim gösterdiği, 2007 yılından itibaren ise artan süt fiyatlarına bağlı olarak çok düşük oranlı da olsa yükseldiği görülmektedir. Buna göre 2001 yılında 1,7 olan süt/yem paritesi 2006 yılında 1,2’ye kadar gerilemiş, 2007’de ise 1,3 olarak gerçekleşmiştir (TEAE, 2008)

İşletme düzeyindeki rekabeti gösteren diğer bir gösterge de brüt karıdır. Süt üretiminde karlılığı belirleyen temel kriter ise verimdir. Verime bağlı olarak işletmelerin brüt karı 2-3 katına kadar çıkabilmektedir. Örneğin, 2007 yılı itibarıyla 2,5 ton/yıl olan Türkiye ortalamasına göre süt üretim faaliyetinin brüt karı inek başına 810 YTL iken, DSYB üyesi işletmelerde 6 ton/baş’a kadar yüksel verim nedeniyle 1.808 YTL olarak gerçekleşmiştir (TEAE, 2008)

3.5. Süt İşleme Sanayi

Türkiye’de TOBB kayıtlarına göre süt işleme sanayinde faaliyet gösteren toplam 2.299 işletme mevcuttur (TOBB, 2007). Bu işletmeler arasında yüksek işleme kapasitesine sahip işletme olarak kabul edilen 50 ton/gün süt işleyen işletmelerin %58’ i Marmara, %17’ si Ege, %15’ i Orta Anadolu, %7’ si Akdeniz ve %3’ ü de Karadeniz bölgelerinde bulunmaktadır (FAO, 2007). Bu durum; yüksek kapasiteli işleme tesislerinin çoğunluğunun batı bölgelerde bulunduğunu, işleme tesislerinin kuruluş yerleri açısından coğrafi olarak yoğunlaşma olduğunu göstermektedir.

İşleme tesislerinin coğrafi dağılımı süt sığırcı işletmelerinin dağılımı ile de anlamlıdır. Nitekim sanayiye yönelik üretim yoğun olarak Ege, Marmara ve Trakya’da yapılmaktadır. Hayvancılık faaliyetlerinin geniş bir alanda

yapıldığı Doğu ve Güneydoğu bölgelerinde ise işleme tesislerinin az sayıda olması, bu bölgelerdeki süt ve süt ürünleri üretim potansiyelinin değerlendirilememesine neden olmaktadır. Bununla birlikte, son yıllarda Doğu ve Güneydoğu illerinde süt işleme sanayi tesislerinin kurulmaya başlanması sektörün geleceği açısından olumludur.

İşletmelerin büyük çoğunluğu orta ölçekli işletmelerden oluşurken, az sayıdaki işletme yüksek miktarda üretim yapan ve toplam üretimin oldukça önemli bir bölümünü sağlayan entegre tesislerden oluşmaktadır.

Düşük kapasite kullanımı süt işleme sanayinin en önemli sorunlarından bir tanesidir. Örneğin, kapasite kullanım oranı işlenmiş içme sütünde %15 iken, beyaz peynir ve kaşar peynirinde %25'tir (DPT, 2007). Ağırlıklı olarak süt üretimindeki mevsimsellikten dolayı oluşan hammadde miktarındaki yetersizlik ile hammadde kalitesine bağlı problemler bu sorunun temel kaynaklarından. Ayrıca işletme sayısının fazlalığı da düşük kapasite kullanımına neden olabilmektedir.

Süt işleme sanayindeki işletmelerin çoğunluğunun küçük ve orta ölçekli olması istihdam düzeyinin de düşük olmasına neden olmaktadır. Örneğin, işletmelerin %77'sinde 10'dan az kişi, % 2'sinde ise 100'den fazla kişi çalışmaktadır (TOBB, 2007).

Nüfusa oranla tüketim düzeylerinin düşük olması gerek yerli gerekse yabancı yatırımcıların süt işleme sanayine olan ilgisini artırmaktadır. Ancak üretimdeki mevsimsellik ve yüksek üretim maliyetleri gibi sektörün yapısal sorunları yatırımları sınırlandırmaktadır. Sektördeki yabancı yatırımların büyük bölümü dondurma üretiminde yoğunlaşırken, diğer süt ürünlerinin üretimine ve hayvancılığa yönelik yabancı yatırımlar da bulunmaktadır. Yabancı firmalar sektöre girmek için daha çok yerli firmalarla yapılan ortaklıkları tercih etmektedir. Bunun temel nedenleri yerli firmaların yatırım kolaylıkları ile tedarik ve dağıtım kanallarına sahip olmaları gibi avantajlarıdır.

3.6. Süt Sektörü GZFT (SWOT) Analizi

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye süt sektörünün güçlü ve zayıf yanları ile tehdit ve fırsatlarını ortaya koymak amacıyla yapılan GZFT (SWOT) analizi üzerinde durulmaktadır. Sektörün en güçlü yanları oldukça geniş bir pazar yapısının olması ve yüksek kar marjı iken, en zayıf yanları ise pazar düzenlemelerinin eksikliği, kayıtdışı üretim ve sokak sütü, zayıf üretici pozisyonu ile işletmelerin küçük ölçekli ve parçalı olmasıdır (Tablo 4).

Tablo 4. Süt Sektörünün Güçlü ve Zayıf Yönleri

Aşama	Güçlü Yanlar	Zayıf Yanlar
Pazar	a) 70 milyon tüketicisi olan geniş bir pazar b) Büyük firmaların genellikle kendi dağıtım sistemlerine sahip olması	a) Parçalı pazar yapısı b) Pazar düzenlemelerinin eksikliği c) Konjonktürel dalgalanmalar d) Kayıtdışı üretim e) Kişi başına düşen tüketimin düşüklüğü f) Zayıf üretici pozisyonu
Çiftlik düzeyi	a) Düşük işgücü maliyeti b) Hayvansal faaliyetler için genellikle aile işgücünün kullanılması	a) Düşük genetik potansiyel b) Üretimde dönemsellik c) Yem başta olmak üzere yüksek girdi maliyeti d) Düşük mekanizasyon, ahır koşulları gibi fiziksel sorunlar e) Yetersiz sermaye f) Düşük verimlilik ve karlılık
İşleme sanayi	a) Yüksek kar marjı b) Büyük işletmelerin gerek yüksek üretim kapasiteleri ve gerekse kendi pazarlama kanallarına sahip olmaları nedeniyle yüksek rekabet gücüne sahip olmaları	a) Yüksek maliyetler b) İşletmelerin büyük bölümünün küçük ve orta ölçekli olması c) Küçük ve orta ölçekli işletmelerin rekabet gücüne sahip olmaması d) Düşük süt kalitesi e) Yetersiz hammadde f) Özellikle orta ve küçük ölçekli işletmelerde eski teknoloji kullanımı g) Düşük kapasite kullanımı
Sokak sütü	a) Düşük fiyat, b) Kolay hizmet c) Geleneksel tüketim kabı d) Yüksek rekabet gücü	a) Düşük kalite b) Yüksek emek kullanımı c) Yetersiz yasal düzenleme ve kontrol
Süper marketler	a) Ürün çeşitliliği b) Kolay ulaşılabilirlik c) İyi örgütlenme d) Maliyet avantajı	

Türkiye süt sektörünün en önemli tehditleri destekleme sisteminin üretimi ve kaliteyi artırmada yeterince etkin olamaması, düşük verimli genetik potansiyel ve ithal süt tozudur. Sektörün gelecekteki yapısını ve gelişim stratejilerini belirleyebilecek fırsatları ise genç nüfus oranının yüksekliği, fiyat farklılaştırması ve talep artışıdır. Olası AB üyeliği ise yeni pazarlar açısından bir fırsat yaratırken rekabet açısından oldukça önemli bir tehdittir (Tablo 5).

Tablo 5. Süt Sektörünün Fırsat ve Tehditleri

Aşama	Fırsatlar	Tehditler
Pazar	a)Nüfus artışı ve genç nüfus oranının yüksekliği b)Tüketicilerin hayvansal ürünlere yönelik ödeme gönüllülüğü c)Gelir artışı	a) Tüketicilerin düşük harcama gücü b) Tüketici bilinç düzeyinin düşüklüğü
İşletme düzeyi	a)Hayvansal üretime verilen doğrudan ve dolaylı destekler b)Artan verim ve süt kalitesi c)Yatırım gönüllülüğü, artan yatırımlar d)Toplama merkezlerindeki artış e) Fiyat farklılaştırması	a) Desteklemelerin çok sayıda ve dağınık olması b) Muhtemel AB üyeliği (rekabet açısından) c) Genetik potansiyeli artırmaya yönelik çalışmaların yetersizliği
İşleme sanayi	a) Kullanılmayan ihracat potansiyeli b) Ar&Ge çalışmaları c) Muhtemel AB üyeliği (yeni pazarlar) d) Gelir artışına bağlı talep artışı	a) İthal süt tozu b) Düşük kaliteli ürün kabulü c) Konjonktürel dalgalanmalar d) Muhtemel AB üyeliği (rekabet açısından)

4. Sonuç

Süt ve süt ürünleri alt sektörü büyüklüğü ve gıda sanayine katkısı açısından tarım sektörü içerisinde oldukça önemli bir konumdadır. Son yıllarda verimde görülen yükselmenin yanı sıra sektöre yönelik destekleme ve yatırımların artışı sektörün gelişimini olumlu etkilemektedir. Ancak çoğunlukla üretim işletmelerinden ve işleme tesislerinden kaynaklanan ölçek gibi yapısal sorunlarının yanı sıra, süt kalitesi, desteklemeler ve fiyatlandırma gibi temel konulardaki problemleri sektörün gelişimini sınırlandırmaktadır. Bu sınırlandırmaları ortadan kaldıracabilecek veya etkilerini en aza indirebilecek temel faktörler;

- Sözleşmeli üretim, organize hayvancılık bölgelerinin kurulması, ticari amaçlı hayvancılığın desteklenmesi vb önlemlerle yeterli miktar ve kalitedeki süt üretiminin artırılması,

- Üretici örgütlenmelerinin geliştirilmesi ve örgütlenmede çok başlılığın ortadan kaldırılarak temsil kabiliyeti ile rekabet gücü yüksek örgütlenmelerin oluşturulması,

- Çok sayıdaki destekten oluşan destekleme sisteminin süte özel ve daha basit şekilde ödenebilecek olan tek ödeme sistemine dönüştürülerek daha etkin olmasının sağlanması dolayısıyla üretime olan katkısını artıracak şekilde düzenlenmesi,

- Hem üretim işletmelerinde hem de işleme sanayinde ölçek avantajına sahip ticari amaçlı ihtisas işletmelerinin sayısının artırılması, ancak bununla birlikte kırsal kalkınma gibi sosyal amaçları da olan programlarla gıda güvenliği ve sosyal riski azaltma çalışmaları açısından oldukça önemli olan geçimlik-yarı geçimlik işletmelerin varlığını sürdürmesinin sağlanması,

- Pazarlama hizmetlerinin geliştirilmesi, üretici birliklerinin pazarlama fonksiyonlarının olması ve sokak sütü satışının yasal bir düzenleme yardımıyla farklı bir pazarlama ağı oluşturularak denetim ve kayıt altına alınması,

- Fiyat oluşumu ve farklılaştırmasında üretici lehine daha etkin bir sistemin oluşturulması olabilir.

5. Kaynaklar

- DPT, (2007) "9. Beş Yıllık Kalkınma Planı Gıda Sanayi Özel İhtisas Komisyon Raporu", Yayın No: DPT: 2720 – ÖİK:673, Ankara.
<http://www.dpt.gov.tr>
- EU, (2008) "EUROSTAT Veritabanı", <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
- FAO, (2007) "AB Giriş Süreci Çerçevesinde Türkiye'de Süt ve Süt Ürünleri Sektörüne Genel Bakış", <http://www.tarim.gov.tr>
- OECD, (2007) "Agricultural Policies in OECD Countries Monitoring and Evaluation 2007", Paris.
- TEAE, (2007) "Süt ve Süt Ürünleri Durum ve Tahmin 2007/2008", TEAE Yayın No: 159, Ankara.
- TEAE, (2008) "TEAE Hesaplamaları"
- TOBB, (2007) "TOBB Kayıtları"
- TÜİK, (Çeşitli Yıllar) "Tarımsal Yapı", TÜİK Yayınları, Ankara.
- TÜİK, (2004) "2001 Genel Tarım Sayımı Tarımsal İşletmeler", Ankara.
- TÜİK, (2008a) "Hayvancılık İstatistikleri", <http://www.tuik.gov.tr>
- TÜİK, (2008b) "Tarım İstatistikleri Özeti 1987-2006", Ankara
- TZOB, (2008) "Türkiye Süt Sektörünün Değerlendirilmesi 2008 Yılı ve Sonrası Beklentiler", Ankara, <http://www.tzob.org.tr>
- UYSAL, Y., MAZGİT, İ, 1993. "Türkiye Hayvancılık Sektörünün Sorunların Çözümüne Yönelik Bütüncül Bir Yaklaşım", Yaşar Eğitim Vakfı, İzmir. Aktaran: CEEC, 2006. "Structure and Competitiveness of the Milk and Dairy Supply Chain in Turkey, Agro Economic Policy Analysis of the New Member States, the Candidate States and the Countries of the Western Balkans Project", Third 6 Monthly Report, <http://www.euroqualityfiles.net>